

without the solution of which humanity will destruct itself as a biological species. Economy centrism is the main feature of the global world, whereas the philosophy of Russian cosmism is a man-centrism studying. Representatives of various branches of knowledge, who were being influenced by a Cosmism, are analyzed. The significant role of higher education in the educational sphere is underlined. **Discussion.** The scientific community unanimously insists on revising the value orientations, which are still aimed at indicators of economic efficiency and depreciation of human life. The values and ideals of the Cosmism should be carefully learned by modern researchers, since modern Cosmism differs significantly from the classical one. The globalization, predicted by K. Tsiolkovsky, has been evolving along a different scenario. Therefore, the influence of the Cosmist's philosophy values on the educational sphere of the information society is not sufficiently studied. **Conclusion.** In the process of an economically-centred society, the ideals of Cosmism became declarative slogans exclusively for the human educational sphere. Anthropological catastrophe is directly related to the deformation of the educational sphere, when a part of humanitarian subjects in education is constantly reduced, or meaninglessly unified, ignoring the principle of the fundamental nature of education. We hope, through the human experience a new type of thinking would be established and the awareness of the inevitable responsibility for their choice would also come soon.

Keywords: cosmism, values, anthropological disaster, education, reform, globalized world, humanity, globalization, Information society.

УДК 26:316.77(045)

С. В. Филипчук

МЕДІАТИЗАЦІЯ КАТОЛИЦИЗМУ В АСПЕКТІ ДІЯЛЬНОСТІ ЦЕРКОВНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ВІДДІЛІВ

Національний університет «Острозька академія», svitlana.fylypchuk@oa.edu.ua; ORCID 0000-0001-5345-328X

Анотація. У статті крізь аналіз напрямів діяльності інформаційних відділів РКЦ в Україні й УГКЦ окреслено процес медіатизації католицизму. Авторка дійшла висновку, що інформаційні структури РКЦ й УГКЦ в секуляризованому середовищі виступають генераторами суспільно-релігійного дискурсу, висвітлюючи різноманітну культову та некультову діяльність, яка через соціальні комунікації артикулює важливі для католиків теми. Працюючи здебільшого на профанній території, ці відділи привносять сакральні сенси в секулярне медіа-середовище. Медіатизація католицизму в Україні поглиблює процеси політизації релігії, сакралізації політики, консюмеризму, приватизації релігії та секуляризації, що наявні в українському суспільстві.

Ключові слова: медіатизація, соціальні комунікації, релігійна діяльність, інформаційні відділи, РКЦ в Україні, УГКЦ.

Вступ

Потужна присутність у медіа-просторі трансформує Католицьку Церкву, зокрема в праксеологічній сфері, сегментом якої є діяльність її інформаційних структур. Інформаційному сьогоденню українських католиків притаманний активний розвиток власних друкованих, теле- та нових медіа, що сприймаються самими конфесіями як засіб місіонерської, просвітницької та мобілізаційної різновекторної культової та позакультової діяльності вірян та невоцерковлених.

Греко-католики в інформаційному просторі України представлені постатями своїх речників, які успішно подолали вузькоконфесійні рамки, відтак стали моральними й духовними авторитетами для широкого українського загалу. Кардинал Любомир Гузар, Верховний Архієпископ Святослав (Шевчук), єпископ Борис Гудзяк, Мирослав Маринович завдяки своїй ґрунтовній освіті, духовному й церковному досвіду, активній громадянській позиції, відкритості є лідерами думок не тільки для греко-католицької аудиторії, але й загальноукраїнської. Вони багато в чому уособлюють сучасну, принципову, освічену, духовну церкву, яку її очільники вважають спадкоємицею Володимирового хрещення.

Інформаційні відділи РКЦ в Україні й УГКЦ є своєрідними майданчиками та водночас генераторами суспільно-релігійного дискурсу в українському суспільстві. Відтак вивчення форм і напрямів реалізації цими структурами інформаційної стратегії конфесій є актуальним, зважаючи на активну участь греко- та римо-католиків у суспільно-релігійному житті України.

Мета і завдання

Виокремлення виявів процесу медіатизації католицизму в сучасній Україні у фокусі діяльності цер-

ковних інформаційних відділів РКЦ в Україні й УГКЦ. Ця мета реалізується в таких завданнях: проаналізувати сфери церковно-суспільної діяльності інформаційних структур; окреслити роль цих відділів як генераторів суспільно-релігійного дискурсу; з'ясувати засадничі повідомлення, які артикулюють інформаційні відділи католицьких конфесій.

Методологія дослідження

Вивчаючи взаємозв'язок між релігією й медіа, ми спиратимемося на концепцію медіатизації релігії, яку розробив данський учений С. Гьярвард. На його думку, «медіатизація – це не універсальне явище, воно притаманне промислово високорозвиненим модерним культурам і суспільствам. ... Це процес посилення ролі ЗМІ в усіх сферах суспільства» (Hjarvard, 2016: 10). Дослідник наголошує на важливості вивчати взаємовідношення релігії і медіа в контексті медіатизації, адже: для більшості громадян у процесі формування їхніх релігійних уявлень ЗМІ стали первісним джерелом інформації; деякі соціальні функції релігії поступово почали виконувати медіа; релігійні організації діють в сучасному інформаційному суспільстві за логікою ЗМІ, структуруючи свою діяльність за, приміром, цільовими аудиторіями (Hjarvard, 2016: 115). С. Гьярвард наполягає, що в суспільстві, перенасиченому медіа, які конструюють образ реальності, релігія не може існувати поза медіа-простором. Тому релігійні організації у такій медіа-ситуації і в таких медіа-умовах прагнуть демонструвати свою версію релігії, відмінну від тієї, яка існує в світських ЗМІ (Hjarvard, 2016: 10).

Розвиваючи свою концепцію, С. Гьярвард наголошує, що медіатизація релігії трансформує саму реальність у трьох аспектах: 1) ЗМІ стають

важливим/основним джерелом інформації про релігію, вони є і виробниками, і дистриб'юторами релігійних вірувань, почуттів та ін., інтерактивні медіа можуть стати платформою для вираження і поширення індивідуальних вірувань; 2) релігійна інформація та релігійний досвід оприявлюються відповідно до вимог популярних медіа-жанрів, релігійні символи, практика й вірування стають сировиною для розповіді ЗМІ як про світські, так і про священні питання; 3) медіа-середовище багато в чому виконує культурні та соціальні функції інституалізованих релігій та забезпечує духовне керівництво, моральну орієнтацію та формує почуття приналежності до духовної громади (Hjarvard, 2011: 124).

Вітчизняний дослідник М. Балаклицький узагальнив напрацювання зарубіжних та українських учених у сфері медіатизації релігії. Відтак, поділяючи висновки вченого й узагальнюючи, наголосимо, що цьому процесу притаманна: 1) проникненість релігії через засоби комунікативних технологій у всі сфери життя людини та суспільства: через інтерактивність і доступність сучасні ЗМІ можуть бути джерелом релігії та духовності, індикатором релігійних та духовних трансформацій. 2) Медіатизація релігії – це частина процесу секуляризації. Панівне становище медій в інформаційному суспільстві є прямим викликом владі, зокрема церковній. Новітні медіа стирають межі між профанним і священним, роблять релігію доступною, відтак наслідками цього є падіння авторитету релігійних лідерів, інституцій та доктрин. 3) Медіа не просто висвітлюють і репрезентують релігію; вони взаємодіють із нею в такий спосіб, який змінює обох. В інформаційну епоху, час мас-медіа, християнські конфесії не можуть перебувати поза межами медіатизації. Будь-яка релігія чи форма духовності має бути «вписана» в медіа, і медіа-події є засобом досягнення цього. Церкви повинні презентувати себе в медіа, якщо хочуть, щоб їх розглядали як доречні «релігійні пропозиції» у споживацькому суспільстві (Балаклицький, 2011: 55-56).

Результати

РКЦ в Україні є частиною вселенської РКЦ, відтак у своїй діяльності, зокрема в інформаційній сфері, користується напрацюваннями, здобутками та компетентностями католицьких медійників. Так, дослідник соціальних комунікацій Р. М. Холод наголошує: «Римо-Католицька Церква першою (1963 р.) запропонувала вживати термін «соціальні комунікації», замінивши ним поняття «масові комунікації». ... Церква видала кілька документів, що декларували термін «соціальні комунікації»: «Декрет про засоби масової комунікації» *Inter Mirifica*, Душпастирські інструкції *Communio et Progressio* та *Aetatis Novae*» (Холод, 2015: 12). Відтак сьогоднішня католицьких соціальних комунікацій характеризується адаптацією вселенського досвіду до українських реалій.

У структурі Конференції римо-католицьких єпископів в Україні є єпископська комісія у справах засобів масової інформації. У її складі діє Католицький медіа-центр (КМЦ), що був заснований 2001 року. Новостворений КМЦ готував прес-конференції з підготовки до пастирського візиту Папи Римського

Івана Павла II в Україну (23-27 червня 2001 р.). Головна мета діяльності КМЦ – оперативне висвітлення подій із життя РКЦ в Україні шляхом активної співпраці зі світськими ЗМІ (Медіа-центр Конференції єпископів РКЦ, 2018). Зокрема КМЦ допомагав світським ЗМІ адекватно висвітлювати такі важливі події Католицької Церкви: перебіг хвороб і смерть Папи Івана Павла II, обрання Папи Бенедикта XVI, його відречення від папського престолу 2013 р., вибір нового Папи Франциска, висвітлення його діяльності, зокрема, зустрічі із Патріархом Московським Кирилом 12 лютого 2016 р. тощо.

Очолює КМЦ єпископ-ординарій Луцький Віталій Скомаровський, який є апостольським адміністратором Києво-Житомирської дієцезії; він також прес-секретар Конференції римо-католицьких єпископів (Єпископ Віталій Скомаровський, 2018). КМЦ користувався й безпосередньо брав участь у створенні таких провідних церковних каналів донесення місійного повідомлення до українського суспільства: сайт *kms.media* з опцією адресної електронної розсилки новин; дитяче друковане видання «Твій журнал» (нині «Водограй»), «Радіо Кредо», «Радіо Марія» та «EWTN-Телебачення Віковичного Слова».

Інтернет-сайт КМЦ забезпечує і допомагає різним медіа-ініціативам, особливо через: 1) анонсування й висвітлення важливих подій із життя РКЦ в Україні: конгресів, конференцій, наукових зустрічей, фестивалів та інших заходів; 2) організацію прес-конференцій; 3) допомогу в налагодженні контактів із компетентними церковними особами та написанні статей теологічного змісту на замовлення інших ЗМІ. КМЦ повністю взяв на себе відповідальність за організацію, підготовку й домовленості щодо проведення трансляцій Богослужінь із Ватикану на українському телебаченні з нагоди Різдва Христового й Великодня, надає коментаторів і церковних консультантів для інтерв'ю, теле- і радіопрограм світських ЗМІ про події з життя РКЦ в Україні шляхом активної співпраці зі світськими ЗМІ. Як головний медіа-орган РКЦ в Україні, КМЦ також координує співпрацю дієцезій у сфері ЗМІ (Медіа-центр Конференції єпископів РКЦ, 2018).

У структурі УГКЦ є департамент інформації. Цей відділ очолює протоієрей Ігор Яців, який водночас є прес-секретарем глави церкви Святослава (Шевчука), а перед цим – кардинала Любомира (Гузара). Інформаційна діяльність департаменту, яку курує протоієрей Олег Панчиняк, представлена в інтернет-мережі «Медіаресурсом УГКЦ», котрий наповнений фото-, відео-, аудіофайлами, а також новинами та репортажами з життя Церкви, які структуровані за рубриками: глава УГКЦ, Церква і суспільство, соціальне служіння, монаше життя, жива парафія тощо. Водночас на Медіарусерсі можна переглянути онлайн-трансляції богослужінь (приміром, спільної міжконфесійної молитви за єдність християн із храму св. Василя Великого), прес-конференцій, наукових заходів, які знімає та транслює «Живе телебачення».

УГКЦ активно використовує саме інтернет-простір, який є чи не найголовнішим каналом соціальних комунікацій між Церквою та, зокрема, молодіжною аудиторією, адже, як стверджує речник

УГКЦ о. Ігор Яців, «Церква повинна достукуватись до людей, використовуючи всі можливі засоби і технології. ... Церква має бути там, де люди. Сьогодні молодь багато часу проводить в інтернеті, і там повинні бути священнослужителі. Там має проповідуватися Євангеліє» (Пастернак О., 2018). Хорошим прикладом ефективних соціальних комунікацій із молодіжним сегментом є мультимедійний інтернет-портал «ДивенСвіт», який розробила і підтримує Комісія у справах молоді УГКЦ. На цьому ресурсі значний масив відео (відображає реальне молодіжне життя в парафіях: таборування, катехізацію, волонтерську та соціальну роботу), фото- та текстового (новинна інформація, інтерв'ю, репортажі тощо) контенту, який віддзеркалює активність греко-католиків у молодіжній сфері, а також працює з місіонерською метою на потенційно невоцерковлену молодіжну аудиторію, маркерами світобачення якої є активна громадянська позиція, що засвідчує бажання змін через особистісну духовну та соціальну трансформацію, патріотизм, саморозвиток, відкритість до світу та іншого (ДивенСвіт, 2018).

Департамент соціальних комунікацій УГКЦ підтримав вінницьку ІТ-компанію «Arppgress», яка розробила безкоштовний мобільний додаток «Цитати Любомира Гузара». Цей застосунок для смартфонів призначений широкій аудиторії, адже за рейтингом моральних авторитетів нації, який до Дня Незалежності України 2015 року опублікував журнал «Новое время», 1 місце посів кардинал Любомир (Гузар), Предстоятель УГКЦ у 2001 – 2011 рр. (Сич В., Феценко Р., 2018). У цьому мобільному ресурсі цитати Блаженнішого Любомира згруповані за тематичними рубриками (Цитати Любомира Гузара, 2018).

Обговорення

Людська діяльність та міжособистісне спілкування реалізується в соціальному просторі, оскільки його наявність є їхньою фундаментальною умовою. Соціальний простір, в якому й протікає людське буття, має чимало сегментів, підпросторів, зокрема релігійний та інформаційний. Вивчення феномену медіа-простору і його релігійного, а саме християнського, сегменту тільки в останні роки стає предметом дослідження вітчизняної релігієзнавчої науки. Чимало вітчизняних науковців, журналістикознавців, філософів, релігієзнавців, політологів та ін., присвячують цій темі свої студії. Так, А. Бойко досліджує багатовекторну сферу релігійної журналістики, М. Балаклицький вивчає медіатизацію протестантизму, Ю. Гавриш студіює релігійний діалогізм у нових медіа України, О. Задоянчук відстежує особливості стратегії католицької церкви в інтернеті та ін. Наше дослідження, зокрема, поглиблює напрацювання цих та інших учених у площині медіатизації католицизму в сучасному українському медіа-середовищі.

Висновки

Процес становлення інформаційних відділів католицьких та протестантських конфесій України як їхнього засобу соціальних комунікацій відбувався в умовах демократизації суспільно-релігійного життя України. Політичні, економічні та духовні перипетії

буття українського соціуму сприяли формуванню таких структурних відділів, які б відповідали на виклики часу та адаптовувалися в мінливих умовах.

Так, Єпископська комісія у справах засобів масової інформації є структурною одиницею Конференції римо-католицьких єпископів в Україні. У складі цієї комісії діє Католицький медіа-центр, який є засобом соціальних комунікацій РКЦ в Україні. Органічно використовуючи напрацювання медійників РКЦ в українських реаліях, КМЦ, із-поміж структурованої інформаційної роботи через канали друкованих та електронних медіа, також забезпечує активну зовнішню комунікацію Церкви через, зокрема, проведення трансляцій різдвяних та пасхальних літургій із Ватикану на державному українському телебаченні.

Департамент інформації УГКЦ реалізує соціальні комунікації Церкви через: прес-службу, речником якої є протоієрей Ігор Яців; інтернет-проект «Медіаресурс УГКЦ», котрий ефективно виконує місійну функцію Церкви для вірян та невоцерковлених через розлогий медіа-контент; медійні продукти «Живого телебачення» тощо.

Процесу медіатизації католицизму у вимірі діяльності інформаційних структур властива інкорпорація через світські та конфесійні ЗМІ в усі сфери життя українського суспільства. Відтак медіатизація РКЦ в Україні й УГКЦ поглиблює процеси політизації релігії, сакралізації політики, консюмеризму, приватизації релігії та секуляризації, що наявні в українському суспільстві.

Список літератури

1. Hjarvard, S. Mediatization and the changing authority of religion // *Media, Culture & Society* Vol. – 38 (1). – 2016. – PP. 8-16.
2. Hjarvard, S. The mediatization of religion : Theorising religion, media and social change // *Culture and Religion* (2011), pp. 119-135.
3. Балаклицький, М. А. Медіатизація протестантизму в Україні 1991-2010 років / Максим Балаклицький; [відп. ред. А.А. Бойко]. – Х.: Харківське історико-філологічне товариство, 2011. – 375 с.
4. ДивенСвіт. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dyvensvit.org>
5. Єпископ Віталій Скомаровський. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://epyskopat.org/struktura/prezidiya/123-episkop>
6. Медіа-центр Конференції єпископів РКЦ. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://kmc.media/pro-nas.html>
7. Пастернак О. Отець Ігор Ясків: «Церква має бути присутньою в інтернеті». – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://dukhovnist.in.ua/uk/dukhovna-demokratiya/184-otec>
8. Сич В., Феценко Р. Рейтинг моральних авторитетів, на яких рівняються українці : спецпроект НВ. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://nv.ua/ukr/publications/rejting-moralnih-avtoritetiv-na-jakih-rivnjajutsja-ukrajintsi-spetsproekt-nv-65187.html>
9. Холод О. М. Семантика терміна «соціальні комунікації»: концептуальні підходи / О. М. Холод // *Соціальні комунікації: теорія і практика* : наук. журн. [наук. ред. О. М. Холод]. – Т. 1. К. : МДЦ СК «Комтека», 2015. – 314 с.
10. «Цитати Любомира Гузара» тепер можна закачати на гаджети. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://risu.org.ua/ua/index/all_news/community/religion_and_society/68557/

References

1. Hjarvard, S. 2016. *Mediatization and the changing authority of religion*. *Media, Culture & Society*. Vol. 38 (1). PP. 8-16.
2. Hjarvard, S. 2011). *The mediatization of religion : Theorising religion, media and social change*. *Culture and Religion*. PP. 119-135.

3. Balaklitsky, M. 2011. *Mediation of Protestantism in Ukraine 1991-2010*. Kh. : Kharkiv Historical and Philological Society, 2011. 375 p. (ukr).

4. *DivenSvit*. 2018. Available at: <http://dyvensvit.org>

5. *Bishop Vitaliy Skomarovsky*. 2018. Available at: <http://epyskopat.org/struktura/prezidiya/123-episkop>.

6. *Media Center of the Conference of Bishops of the RCC*. 2018. Available at: <http://kmc.media/pronnas.html>

7. Pasternak O. Father Igor Yaskov: "The church must be present in the intranets". 2018. Available at: <http://dukhovnist.in.ua/uk/dukhovna-demokratiya/184-otec>

8. Sich V., Feshchenko R. 2018. *The rating of moral authorities on which Ukrainians are equal: a special project of HB*. Available at: <http://nv.ua/ukr/publications/rejting-moralnih-avtoritetiv-na-jakih-rivnjajutsja-ukrajintsi-spetsproekt-nv-65187.html>.

9. Holod, O. 2015. *Semantics of the term "social communications": conceptual approaches*. Social communications: theory and practice: sciences. jour T. 1. K.: ICC IC "Komtek", 314 p. (ukr).

10. "Lyubomir Husar's Quotes" can now be downloaded to gadgets. 2018. Available at: https://risu.org.ua/en/index/all_news/community/religion_and_society/68557/

С. В. Филипчук

МЕДІАТИЗАЦІЯ КАТОЛИЦИЗМА В АСПЕКТЕ ДІЯЛЬНОСТІ ЦЕРКОВНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ОТДЕЛІВ

В статті скрозь аналіз напрямів діяльності інформаційних відділів РКЦ в Україні і УГКЦ обозначені процес медіатизації католицизму. Автор прийшла к виводу, що інформаційні структури РКЦ і УГКЦ в секуляризованій середі виступають генераторами громадсько-релігійного дискурсу, освіщаючи різноманітну культову і некультову діяльність, через соціальні комунікації артикулюють важливі для католиків теми. Робота в основному на профанній території, ці відділи привносять сакральні значення в секулярну медіа-середу. Медіатизація католицизму в Україні углубляє процеси політизації релігії, сакралізації політики, консюмеризма, приватизації релігії і секуляризації, існуючі в українському обществі. *Ключеві слова:* медіатизація, соціальні комунікації, релігійна діяльність, інформаційні відділи, РКЦ в Україні, УГКЦ.

S. Fylypchuk

THE CATHOLICISM MEDIATIZATION IN THE ASPECT OF THE CHURCH INFORMATION DEPARTMENTS ACTIVITY

The aim of the article is to outline the process of the Catholicism mediatization through the directions analysis of the information departments of the RCC in Ukraine and the UGCC activities. **Research methods:** The presented research is based on the use of interdisciplinary approaches, such as philosophical, communicative, religious studies, to clarify the essence of the religion mediatization process. **Discussion.** In this article we rely on the concept of religion mediatization, which was developed by the Danish scientist S. Hjarvard, affirming that in a society saturated with media, religion can not exist outside the media space and undergoes significant transformations under the influence of mass media. **Conclusions.** The process of the Catholicism mediatization is being traced in the Ukrainian public space, which is publicized through the prism of multi-vectorial activities of the information structures of the RCC and the UGCC. Such structures in a secularized environment act as generators of the discourse between churches, believers and new believers. Informational structures are mostly engaged in a variety of extracult activities, which, through social communications, articulate the important issues for the Catholic people in the social-religious discourse. Working mostly on the profane territory, these organizations bring sacred meaning to the secular media environment. The process of the Catholicism mediatization in the measure of activities of the information structures is characterized by the incorporation through secular and confessional mass media into all spheres of life of Ukrainian society. Thus, the mediaization of Catholicism in Ukraine deepens the processes of politicization of religion, the sacralization of politics, the consumerism, the privatization of religion and secularization that are present in Ukrainian society.

Keywords: mediatization, social communication, religious activity, information departments, RCC in Ukraine, UGCC.

УДК 101.091 (045)

Н. А. Ченбай

ПРОЕКТИВІСТСЬКИЙ ВИМІР КОСМІЗМУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Національний авіаційний університет, chenbai@gmail.com; ORCID:0000-0003-3744-3166

Анотація. У статті проаналізовано зміст основних ідей філософських концепцій М.Ф. Федорова та К.Е. Цюлковського, які належали до різних напрямів космізму кінця ХІХ – початку ХХ століть, але представляли проєктивістську тенденцію в космізмі, згідно з якою людство з часом залишить Землю і почне активне освоєння космічного простору. Порівняльно-історичний метод дозволив простежити розвиток ідей проєктивістів в умовах глобалізації та виявити їхній вплив на суспільну думку. Використання методу порівняльного аналізу дозволило зосередитися на ключових відмінностях між поглядами на проблему майбутнього людства космістів-класиків і сучасних космістів, які з критичних позицій аналізують світоглядні системи своїх попередників і оцінюють можливості використання їхніх ідей в контексті глобалізації. Показано, що деякі ідеї М.Ф. Федорова та К.Е. Цюлковського знайшли в наш час використання при формуванні ідеалів і норм космічної діяльності, а також в оцінці її перспектив і наслідків.

Ключові слова: космізм, російський космізм, проєктивістська тенденція, «космічна філософія», космічний простір, космічна діяльність, глобалізація.

Вступ

Кінець ХХ – початок ХХІ століть вважають переломною історичною епохою. У всіх сферах суспільного життя, під впливом новітніх техніки та інформаційно-комунікаційних технологій, відбуваються значні перетворення: суспільство поступово набуває нових рис, які відповідають вимогам часу. Проте, соціальна трансформація є лише частиною більш масштабних процесів, які впливають на майбутнє людства і всесвіту загалом і часто супроводжуються негативними явищами, що спричиняють

страждання багатьох людей. Так, учені переконують, що людство зіткнулося з давно прогнозованою ними проблемою глобальної кризи. Прискорений розвиток суспільства й доволі швидкого світу для філософів і вчених, діяльність яких повинна відповідати запитам сьогодення, є певним викликом у прогнозуванні майбутнього людства і всесвіту загалом.

У такі переломні історичні часи люди завжди повертаються до «вічних цінностей», до ідей, які надають сенс усьому. «Вічні цінності» допомагають зрозуміти, що відбувається з ними сьогодні, окрес-