

виступають в якості розділення між, в першу чергу, іудеями та мусульманами, але й вивчення та широке висвітлення того спільного, що, безумовно, присутнє в усіх трьох авраамічних релігіях. Знаходження та визнання цих спільних точок є необхідною умовою для побудови миру та гідного співіснування не тільки на Близькому Сході, але й в усьому світі.

Список використаних джерел

1. Abu-Nimer M., Yilmaz I. Islamic Resources for Peacebuilding: Achievements and Challenges / M. Abu-Nimer, I. Yilmaz // Islam and Peacebuilding. – Blue Dome Press, New York, 2010. – P.39.
2. Almasry S. Mahmoud Abbas and Shimon Peres Pray with Pope Francis for Mideast Peace (CNN 9.06.2014) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://goo.gl/6xoSHh>
3. Cashman G. F. Religious Leaders of Different Faiths Join Rivlin in Condemning Violence, Terror and Incitement (Jerusalem Post, 13.04.2016) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://goo.gl/vzCiJh>
4. Hayward S. Religion and Peacebuilding: Reflections on Current Challenges and Future Prospects [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.usip.org/sites/default/files/SR313.pdf>
5. Hertog K. The Complex Reality of Religious Peacebuilding: Conceptual Contributions and Critical Analysis / K. Hertog. – Lexington Books, 2010. – 263 p.
6. Muslim, Jewish Religious Leaders Denounce Violence, Promote Peace in Unprecedented Israeli–Palestinian Meeting [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://goo.gl/Z59wf6>
7. Pew Research Center. Israel's Religiously Divided Society [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.pewforum.org/2016/03/08/israel-religiously-divided-society/>
8. Pope Francis Offers Prayers at Israeli Separation Wall in Bethlehem (The Guardian 25.05.2014) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: goo.gl/1WbYyY

Dziubenko V. D., master's degree in Religious Studies, postgraduate student at the Culturology Department of the Faculty of Philosophical Education and Science of the National Pedagogical Dragomanov University (Ukraine, Kyiv), valentyn.dziubenko@gmail.com

Role of religion and religious leaders in attempts to resolve the Arab–Israeli conflict peacefully

The article deals with role of religion and religious figures in attempts of peaceful settlement of the Arab–Israeli conflict. The article attempts to determine the time frame for the beginning of the involvement of religious leaders in the negotiation process within the Arab–Israeli conflict, provides a number of examples of cooperation between Jewish, Muslim and Christian leaders in the context of attempts to resolve the conflict. Also, the article contains a number of main conclusions that come out of today's interaction of religious leaders and attempt to identify the causes of such results.

Keywords: religious peacebuilding, Judaism, Islam, Christianity, conflictology, peaceful settlement, State of Palestine, State of Israel, religious conflict.

* * *

УДК 2:304.44

Добродум О. В.,
доктор философських наук, доцент,
професор кафедри філософії, Київський
національний університет культури і мистецтв
(Україна, Київ), dobrodum.olga@gmail.com

Консьюмеризм и религия

Словосочетание «потребительский рынок» и «религия» предстает парадоксальным и взаимоисключающим. Однако в эпоху глобализации и консьюмеризации как конвергентных процессов современной религиозной жизни данные понятия могут восприниматься и как достаточно конгруэнтные, семантически совместимые и непротиворечивые. Целью данной статьи является исследование объективной данности таких процессов, как макдональдизация, кока–колониализация, барбизация,

диснейлендизация, голливудизация и симсонизация мира, маркирующих постмодернистский посыл современности. Среди методов данной статьи можно обозначить историко–компаративистский, культурно–антропологический, синтетический и аналитический. Мы можем наблюдать, как в современную эпоху понятия «сакральное» и «консьюмеристское» становятся все более семантически совместимыми и непротиворечивыми. А проблематика взаимоотношения «потребительский рынок» и «религия» предстает разнообразной и многоплановой.

Ключевые слова: потребительский рынок, религия, консьюмеризация, Барби, «Матрица», «Симпсоны», «Южный парк».

(стаття друкується мовою оригіналу)

На первый взгляд, словосочетание «потребительский рынок» и «религия» предстает парадоксальным, несовместимым и взаимоисключающим. Однако при более пристальном изучении в эпоху глобализации и консьюмеризации как конвергентных процессов современной религиозной жизни данные понятия могут восприниматься и как достаточно конгруэнтные [1]. В ситуации консьюмеризации религии следует отметить также и внутреннюю объективную данность таких процессов, как макдональдизация, кока–колониализация, барбизация, диснейлендизация, голливудизация и симсонизация мира, маркирующие постмодернистский посыл современности.

Исследуя тематику религиозной манифестации продукции современных глобальных брендов, целесообразно уделить исследовательское внимание такому аспекту, как барбизация. Как известно, «глобальная» кукла Барби является самой популярной в мире игрушкой: кукла продается в 150 странах мира и даже «открыла» собственную страницу в Интернете (<http://www.barbie.com/>), которую ежемесячно посещают более 50 млн. чел., каждую секунду в мире продается две куклы; компания «Mattel» продала более миллиарда Барби.

Глобальное значение американского протестантизма на примере данного всемирно известного бренда выразилось в том, что Барби «решает» стать служительницей Епископальной Церкви – куклу снабжают полным гардеробом священнических и епископских облачений: сутана на каждый сезон, черная священническая рубашка с реверендкой, ноутбук с подготовленной проповедью, миниатюрная Библия и даже кадило. После публикаций о Барби в наряде священника в социальной сети «Facebook» появляется даже группа «друзей епископального священника Барби», причем число ее поклонников постоянно растет. В планах создательницы кукол – и другие клирики Епископальной Церкви: епископ – афроамериканка Барби, ее младшая сестра Келли – алтарница, Кен – настоятель собора, его друг и диакон – афроамериканец Стивен [2]. В представлениях антиамериканистов Барби становилась плодом масонского заговора (ее автор Рут Хендлер – еврейка российского происхождения), результатом разработок советских спецслужб [3].

Существует иудейская Барби: как и положено, она бреет голову и носит парик. Ее друг хасид Кен «смотрит вниз, т.к. ему не разрешается смотреть на других кукол». Свообразной репликой Барби в Израиле является Шимоли – еврейский мальчик, одетый согласно национальным традициям и умеющий петь молитвы – его придумал раввин Иосиф Шнайдер по просьбе ортодоксальных друзей, создав и сестру Шимоли, Сару.

И именно «еврейское» происхождение куклы стало причиной запрета Барби в Саудовской Аравии. Описаны проекты Барби–атеистки, лютеранской и мормонской Барби [4].

Практически во всех исламских государствах продажа и реклама куклы Барби как символа американской масскультуры запрещена. Вместо Барби предлагается нечто аналогичное, но отвечающее запросам мусульманских продаж: Айша, Марьям, Ясмينا, Разанна, Сулейма, Лейла, Сара, Фатима и др. (данные куклы обычно одеты в хиджаб, в комплектах имеется и молитвенный коврик). Барби в Саудовской Аравии запрещена, как агент международного сионизма и угроза морали, а «еврейские» одежды куклы являются оскорблением ислама. 500 мусульманских «Барби в бурке» были выпущены в порядке эксперимента, но их заклеивали мусульманские феминистки [4].

В качестве мусульманской реакции на барбизацию мира и на фастфудизацию культуры можно интерпретировать то, что турецкое Министерство по делам религии объявляет Барби и «Человека–паука» врагами мусульман, а для альтернативы рекомендованы куклы китайского производства, читающие Коран и исполняющие религиозные гимны. В 2001 г. мусульманские лидеры стран Персидского залива «объявляют войну» детской игре «Покемон». В 2008 г. в знак протеста против принятия резолюции о признании геноцида армян Палатой представителей США в Турции сжигаются десятки американских игрушек, в том числе кукла Барби и Человек–паук.

Некоторые глобальных бренды имеют непосредственное отношение также к макдональдизации: в Саудовской Аравии и других мусульманских странах «McDonald's» закрываются по пятницам и пять раз ежедневно на молитву. А израильская сеть сменила цвет логотипа, чтобы уведомить клиентов о кошерности меню путем смены красного фона за желтой буквой «М» на синий и надписи слова «кошерно» на логотипе компании, «McDonald's» также был переименован в «McKocher» в Иерусалиме в соответствии с предложением официальных властей. А в Индии в меню входят вегетарианские блюда с приставкой Mc-. Постмодерн пытается адаптировать и христианство, осуществляя «макдональдизацию церкви», «духовный Диснейленд» [5].

К слову сказать, американские протестанты объявляют бойкот компаниям, субсидировавшим постановки «Плейбой» и «Пентхауз», бойкотируют продукцию компаний «Pepsi» за поддержку гомо-сексуалистов, «McDonald's» за спонсирование гей–парадов, «Ford» за рекламу автомобилей для геев и лесбиянок и т.п. Симптоматичными в этом контексте являются советы христианам «проштудировать некоторые страницы учебника для сотрудников системы ресторанов «McDonald's» и поучиться у организаторов фаст–фуда искусству принимать людей, впервые переступивших церковный порог», учитывать духовные и теологические ценности, которые несут с собой мюзиклы.

Одной из современных форм взаимодействия и сопряжения понятий «потребительский рынок» и «религия» может восприниматься и кока–колонизация: во многих мусульманских странах осуществляется бойкот «Кока–Колы», «Пепси–Колы» и «McDonald's»

(эти товары приобрели мусульманские названия «Мекка–Кола», «Умма–Кола», «Замзам–Кола»). В анти–американской литературе распространяются суждения, будто «Кока–колой» владеют мормоны, фанту придумали нацисты, а зеркальное отображение логотипа содержит антимусульманскую прокламацию. «Кока–кола» «прибрала к рукам» даже Санта–Клауса: еще в 1931 г. для американского Деда Мороза был спроектирован привычный теперь красно–белый костюм.

Тенденции консьюмеризации религиозных смыслов проявились и в кинематографической трилогии «Матрица» (существует значительное число сайтов, предлагающих своим посетителям стать адептами религии Матрицы или тотального от нее освобождения). Слова «Матрица» и «перезагрузка» вошли в лексикон тех, кто был недоволен тиранией Америки либо транснациональным капитализмом, однако особенно выразительно данная тенденция проявилась в сфере мультипликации.

Симпсонизация проявилась в том, что на Ближнем Востоке начался римейк сериала «Симпсоны по–арабски», в котором Омар Шамшун (арабский Гомер Симпсон) отказывается от пива и бекона, прекращает ходить по забегаловкам. Консьюмеризация религии отражается в мультипликационном сериале про семью Симпсонов – 70% сюжетов мультипликационного сериала по статистике затрагивают религиозную тематику, а 10% посвящены ей напрямую [6].

Неприязнь мультфильм вызывал у протестантских фундаменталистов – им не понравился сосед Симпсонов Нэд Флэндерс, который платит десятину не только своей церкви, но еще и семи другим («на всякий случай»), дверной звонок исполняет у него мелодию одного церковного гимна, автомобильный сигнал – другого, а узнав, что соседские дети до сих пор не крещены, он пытается крестить их тайком от родителей. «Симпсонов» стали изучать также в воскресных школах и семинариях, чтобы проиллюстрировать моральные дилеммы [7].

В мультипликационном сериале «Южный парк» треть времени посвящена освещению религиозной тематики и религиозных конфликтов: там остро поднимаются социальные и культурные проблемы, затрагивается тематика терроризма («Мультипликационные войны»), иммиграции («Goobacks»), однополых браков («Следи за яйцом!»), эвтаназии на примере инцидента с Терри Шайво («Лучшие друзья навсегда») и многие другие.

В целом говоря, в современном мире особенно успешно продается то, что связано с религией и мистикой: к примеру, куклы, исполняющие роль религиозных персонажей. Подобные куклы были представлены 11 октября 2014 г. в Буэнос–Айресе на выставке «Барби, пластиковая религия» – аргентинские художники Пул Паolini и Маринела Перелли разработали модель Барби в образе дэвы Марии, Кена в образе распятого Иисуса Христа и еще 33 куклы в образе святых других религий: иудаизма, буддизма и ислама, разместив их также на своей странице «Facebook». Коллекция аргентинских художников включает кукол Барби в образе Жанны д'Арк, Марии Магдалины, Лурдской Девы Марии и богини Кали, а также Кена в образе Святого Себастьяна, Иоанна Крестителя, Будды, бога Шивы и других. Однако, художники отказались от идеи создания куклы Кена в образе пророка Мухаммеда,

объяснив, что из уважения к исламу не нашли способа изображения пророка, и подчеркнули, что у них не было намерения обидеть какую-либо религию [8].

Таким образом, мы можем наблюдать, как в современную эпоху понятия «сакральное» и «консюмеристское» становятся все более семантически совместимыми и непротиворечивыми. Зачастую неоднозначно воспринимаются макдональдизация, кока-колонизация, барбизация, голливудизация, диснейлендизация и симпсонизация мира, уничтожающие старые традиции. А проблематика взаимоотношения «потребительский рынок» и «религия» предстает разнообразной и многоплановой.

Список использованных источников

1. Мартинюк Е. Конвергентні процеси у релігійному житті другої половини ХХ століття // Компаративістські дослідження релігії: наука і релігія: проблеми діалогу. – Одеса: Наука і техніка, 2002. – Вип. 1. – С. 37–49.
2. Tenety E. Under God: The Rev. Barbie // The Washington Post. – 2010. – April 7.
3. Васильева Е. Пятидесятилетие Барби: юбилей пластмассового идола. – <http://www.director-iv.ru/news/96/380/>
4. Barbie and Clash of Civilizations. – <http://agasfer.livejournal.com/1557454.html>
5. Разумовский Д. А. Метаморфозы постмодернистской церкви в интерьере «ретро-духовности» // Религия и СМИ. – 2008. – 13 февраля.
6. List of awards and nominations received by The Simpsons. – https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_awards_and_nominations_received_by_The_Simpsons
7. Фаликов Б. Бог и мультяш. Культурный телесериал «Симпсоны» перевоспитал богословов // Время новостей. – 2002. – 19 февраля. – №30.
8. В Аргентине создали Барби и Кена в образе Девы Марии и Иисуса. – <http://www.bible.com.ua/news/r/93490>

References

1. Martynjuk E. Konvergentni procesy u religijnomu zhytti drugoi' polovyny XX stolittja // Komparatyvists'ki doslidzhennja religii': nauka i religija: problemy dialogu. – Odesa: Nauka i tehnika, 2002. – Vyp. 1. – S. 37–49.
2. Tenety E. Under God: The Rev. Barbie // The Washington Post. – 2010. – April 7.
3. Vasileva E. Pyatidesyatiletie Barbi: yubiley plastmassovogo idola. – <http://www.director-iv.ru/news/96/380/>
4. Barbie and Clash of Civilizations. – <http://agasfer.livejournal.com/1557454.html>
5. Razumovskiy D. A. Metamorfozyi postmodernistskoy tserkvi v interere «retro-duhovnosti» // Religiya i SMI. – 2008. – 13 fevralya.
6. List of awards and nominations received by The Simpsons. – http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_awards_and_nominations_received_by_The_Simpsons
7. Falikov B. Bog i multik. Kultovyyi teleserial «Simpsonyi» perezospital bogoslovov // Vremya novostey. – 2002. – 19 fevralya. – №30.
8. V Argentine sozdali Barbi i Kena v obraze Devyi Marii i Iisusa. – <http://www.bible.com.ua/news/r/93490>

Dobrodum O. V., D.Sc. Associate Professor of Philosophy Department of Kyiv National University of Culture and Arts (Ukraine, Kyiv), dobrodum.olga@gmail.com

Consumerism and religion

The phrase «consumer market» and «religion» is paradoxical and mutually exclusive. However, in the era of globalization and consumerization as convergent processes of modern religious life, these concepts can be perceived as sufficiently congruent, semantically compatible and consistent. The purpose of this article is to study the objective data of such processes as macdonaldization, coca-colonization, barbification, disneylandization, hollywoodization and symsonization of the world, marking the postmodern message of the present day. Among the methods of this article can be designated historical-comparative, cultural-anthropological,

synthetic and analytical. We can observe how in the modern era the concepts «sacral» and «consumer» are becoming more and more semantically compatible and non-contradictory. And the problematic of the relationship «consumer market» and «religion» appears diverse and multifaceted.

Keywords: consumer market, religion, consumerization, Barbie, «Matrix», «The Simpsons», «South Park».

Добродум О. В., доктор філософських наук, доцент, професор кафедри філософії, Київський національний університет культури і мистецтв (Україна, Київ), dobrodum.olga@gmail.com

Конс'юмеризм і релігія

Словосполучення «споживчий ринок» і «релігія» постає парадоксальним і взаємовиключним. Однак в епоху глобалізації та конс'юмеризації як конвергентних процесів сучасного релігійного життя ці поняття можуть сприйматися і як досить неконгруентні, семантично сумісні і несуперечливі. Метою даної статті є дослідження об'єктивної даності таких процесів, як макдональдизація, кока-колонізація, барбизація, диснейлендизація, голлівудизація і симпсонізація світу, маркованих постмодерністський послід сучасності. Серед методів даної статті можна позначити історико-компаративістський, культурно-антропологічний, синтетичний і аналітичний. Ми можемо спостерігати, як в сучасну епоху поняття «сакральне» і «конс'юмеристське» стають все більш семантично сумісними і повинні суперечити одна одній. А проблематика взаємини «споживчий ринок» і «релігія» постає різноманітною і багатоплановою.

Ключові слова: споживчий ринок, релігія, конс'юмеризація, Барбі, «Матриця», «Симпсоні», «Південний парк».

* * *

УДК 141.32

Маевская Л. Б.,
кандидат исторических наук
(Украина, Киев), fat-agma@yandex.ru

РУСТАМ БАТРОВ (БАТЫР): ОСОБЕННОСТИ РЕЛИГИОЗНЫХ ВЗГЛЯДОВ

В современном исламском мире помимо идей фундаменталистов, к которым, ныне, причисляют ваххабитов, некоторое распространение получили взгляды, так называемых исламских либералов. Несмотря на то, что они, находятся на противоположной стороне идеологического поля их идеи, также носят буквалистский характер. Воззрения приверженцев либерального подхода, в некоторых случаях пересекаются со взглядами идеологического предшественника ваххабизма Ибн Тайми, например, им присущ антропоморфизм, уподобление Бога женщине (отметим, что данный тезис позаимствован у лжесуфиев), отрицание изречений пророка Мухаммада, отрицание обязательности пятикратной молитвы и так далее. Поэтому мы сочли необходимым в нашей статье рассмотреть их взгляды, на примере воззрений российского религиозного деятеля Рустама Батрова (Батыра), который в одно время занимал должность заместителя муфтия Татарстана, но из-за своих убеждений был обвинен в неверии и отстранен от работы. Цель нашего исследования заключается в изучении воззрений Р. Батрова и установления в чем они пересекаются со взглядами Ибн Тайми. В ходе изучения высказываний данного религиозного деятеля были сделаны выводы о том, что некоторые из его идей были позаимствованы у Ибн Тайми.

Ключевые слова: Ислам, Рустам Батров, Рустам Батыр, антропоморфизм, Ибн Таймиа, Абу Ханифа, ханафитский мазхаб, Россия, Татарстан.

(стаття друкується мовою оригіналу)

Одним из ярких представителей «исламских» либералов в России является Рустам Батров (Батыр) [1], который родился в 1978 году [2] в Нижнем Новгороде. В 1998 г. окончил Московский Высший Духовный Исламский колледж (ныне: Московский Исламский университет) по специальности имам-хатыб. В 2002 г. с отличием окончил Волго-вятскую академию госслужбы при Президенте РФ по специальности юриспруденция. В 1998–2007 гг. – имам-хатыб Ярославской Соборной мечети. Автор ряда книг и публикаций на религиозно-богословские темы, в том числе книги «Абу Ханифа.