діяльності. Сприйняття інколи протиставляють діяльності як продукуванню, адже турист, який днями ходить і сприймає, бачить, теж втомлюється – це теж діяльність. Сприйняття повинно бути визначено як певний елемент культури туризму, як цінність, як сам образ буття в дорозі, в турпроекті, в турподорожі.

Національна модель туризму має відбивати розмаїття субкультур країни, більше того, бути націленою на їх регенерацію. Культурний туризм як діалог культур, звичайно, потребує адекватного сприйняття суб'єкта комунікації. Для цього потрібно бути сформована культура туристичної діяльності, культура комунікації в контексті турпроекту, що і створює фактично турпродукт, якщо його не розуміти натуральне і суто економічно. Здається, що діалог культур є однією з фундаментальних метафор, яка з одного боку, сприяє глобалізації культур, а, з іншого боку, орієнтована на локалізацію культур, що в певній мірі сприяє збереженню культурно–історичного потенціалу у локальних просторових зонах рекреацій.

Культурний туризм стає одним з найважливіших принципів культуризації регіональних ресурсів і тому національна програма повинна подаватися саме як принцип цієї актуалізації.

Тенденція розвитку туризму України показує, що вона зараз знаходиться в стані адаптації всіх тих інтегративних впливів і сполук. Здається, що дуже складно знищити стереотипи, ще складніше утворити адекватний простір не тоталітарного, і не хижацького ринку, а адекватний простір в якому діяли б програми: ринкові, державні, культурно–просвітницькі.

Список використаних джерел

1. Актуальные проблемы сохранения культурного и природного наследия. – М.: РНИИ культурного и природного наследия, 1995. – 186 с.

2. Астафьева О. П. Синергетический подход к исследованию социокультурных процессов: возможности и пределы / Астафьева О. П. – М.: МГИДА, 2002. – 295 с.

3. Габермас Ю. Структурні перетворення у сфері відкритості. Дослідження категорії громадянське суспільство / Юрген Габермас: пер. з нім. – Львів, 2000. – 265 с.

4. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) / Любіцева О. О. – К.: Альтапрес, 2002. – 436 с.

5. Мунін Г. Б. Маркетинг туризму / Г. Б. Мунін, З. І. Тимошенко, Є. В. Самарцев, А. О. Змійов: навч. посібник. – К.: Вид–во Європ. Ун–ту. – Ч.2. – 2006. – 427 с.

6. Roth K. and J. Roth. One Country – Two Cultures? In: Europeans. Sweden: Stewart E. C. American Cultural Patterns: A Cross–Cultural Perspective. – Washington, D. C.: Society for Intercultural Education, Training and Research, 1971. – 192 p.

7. Millhous L. M. The Experience of Culture in Multicultural Groups. Case Studies of Russian–American Collaboration in Business // Small Group Research. Newbury Park, CA. Vol.30, 1999. – P.280–308.

References

1. Aktual'nye problemy sohranenija kul'turnogo i prirodnogo nasledija. – M.: RNII kul'turnogo i prirodnogo nasledija, 1995. – 186 s.

2. Astaf'eva O. P. Sinergeticheskij podhod k issledovaniju sociokul'turnyh processov: vozmozhnosti i predely / Astaf'eva O. P. – M.: MGIDA, 2002. – 295 s.

3. Gabermas Ju. Strukturni peretvorennja u sferi vidkrytosti. Doslidzhennja kategorii' gromadjans'ke suspil'stvo / Jurgen Gabermas: per. z nim. – L'viv, 2000. – 265 s.

4. Ljubiceva O. O. Rynok turystychnyh poslug (geoprostorovi aspekty) / Ljubiceva O. O. – K.: Al'tapres, 2002. – 436 s.

5. Munin G. B. Marketyng turyzmu / G. B. Munin, Z. I. Tymoshenko, Je. V. Samarcev, A. O. Zmijov: navch. posibnyk. – K.: Vyd–vo Jevrop. Un–tu. – Ch.2. – 2006. – 427 s.

6. Roth K. and J. Roth. One Country – Two Cultures? In: Europeans. Sweden: Stewart E. C. American Cultural Patterns: A Cross–Cultural Perspective. – Washington, D. C.: Society for Intercultural Education, Training and Research, 1971. – 192 p.

7. Millhous L. M. The Experience of Culture in Multicultural Groups. Case Studies of Russian–American Collaboration in Business // Small Group Research. Newbury Park, CA. Vol.30, 1999. – P.280–308.

Bondarchuk–Chugina I. Yu., *Candidate of Historical Sciences, Associate Professor of the Hotel-Restaurant and Tourism Business Department, Nikolayev Branch of the Kyiv National University of Culture and Arts (Ukraine, Mykolaiv)*

Chaholidze S. G., *master's degree, Kyiv University of Culture (Ukraine, Kyiv)*

Prospects for the development of «cultural tourism» in Ukraine: the axiological aspect

Cultural tourism is examined as a dialogue of cultures. Principles of communication are determined in the context of tourist project.

Keywords: *cultural tourism, model, national culture.*

* * *

УДК 28–442–027.568(477)–042.65

Брильов Д. В.,
кандидат філософських наук, доцент, доцент кафедри культурології, Національний педагогічний університет ім. М. П. Драгоманова (Україна, Київ), dbrilyov@gmail.com

Халяль–індустрія в Україні часів незалежності

Аналізується проблема розвитку і перспективи халяль–індустрії в Україні з моменту набуття незалежності. Розглянуто складові халяль–індустрії, куди віднесені продовольчі і непродовольчі товари, а також нефінансові послуги. Показано, що в Україні довгий час халяль–індустрія була недостатньо розвинена і не задовольняла потреби більшої частини мусульман. Виявлено, що на розвиток халяль–індустрії вплинула втрата російських ринків і переорієнтація українських виробників зокрема на ринки арабо–мусульманських країн. Розглянуті основні організації, які здійснюють сертифікацію «Халяль» в Україні, виявлено що найстаршими серед них є Центр сертифікації «Халяль» при Духовному управлінні мусульман України (ДУМУ) і Центр досліджень і сертифікації «Халяль» Асоціації громадських організацій «Альраїд». Зроблено висновок про перспективи подальшого зростання халяль–індустрії в Україні.

Ключові слова: *іслам в Україні, халяль–індустрія, ДУМУ, Альраїд.*

Наразі в усьому світі активно розвивається індустрія халяль. Заради задоволення потреб мусульманських споживачів, компанії намагаються сертифікувати свою продукцію як таку, що не суперечить нормам шаріату, тобто є дозволеною для вживання мусульманами. При цьому мусульманські країни Близького Сходу і Північної Африки є одними з найбільших імпортерів продовольства у світі: за рахунок імпорту вони задовольняють приблизно 50% власних потреб у продовольстві. Приблизно 10% всього об'єму продовольства, що імпортується, припадає на частку пшениці – одного з основних продовольчих продуктів в регіоні. З огляду на те, що населення арабських країн збільшується приблизно на 3% на рік, в близькосхідному регіоні зростає потреба в харчових продуктах. Така ситуація створює потенційну можливість виходу України на ринки Близького Сходу, зокрема ринки регіону Перської затоки, зі своїми продовольчими товарами [3, с. 5].

Водночас, починаючи з 1989 р., в Україні відбуваються процеси інституалізації мусульманської

спільноти[1], що, зокрема, включає в себе побудову інфраструктури, пов'язаної з індустрією «Халяль» – появу закладів харчування, які відповідають умовам «Халяль», торгівельних марок, які мають відповідні сертифікати. Це, в свою чергу, обумовлює появу структур, які б надавали сертифікати «Халяль» у відповідності до релігійних приписів ісламу. Таким чином, дослідження Халяль–індустрії в Україні є актуальним.

Слід зазначити що проблема розвитку Халяль–індустрії в Україні є малодослідженою, і існуючи публікації переважно носять характер постановки проблеми, або є поверховими. Зокрема, це питання розглядалось в дослідженнях Т. Хазир–Огли, О. Кисельова та Н. Гаврілової [4], Д. Брильова [1], специфіці надання сертифікації «Халяль» Асоціацією «Альраід» було присвячена работа О. Передерій [9].

Метою роботи є дослідження історії Халяль–індустрії в Україні часів незалежності та з'ясування її стану на сьогоднішній день.

Слово «халяль» в перекладі з арабської означає «дозволене», тобто згідно з ісламськими канонами до халяль відноситься все, що дозволив Аллаг. Сюди можна віднести абсолютно все, наприклад, виділяють халяльний заробіток, халяльні напої, а якщо чоловік одружується на жінці, дотримуючись всіх ісламських правил, то їх відносини носять халяльний статус, тощо [14, с. 207]. Відповідно, до Халяль–індустрії можна віднести сукупність товарів та послуг, які відповідають вимогам шаріату. Ці товари та послуги можно об'єднати в три групи: продовольчі та непродовольчі товари, нефінансові послуги.

1. Продовольчі товари:

– м'ясо дозволених тварин, забитих з дотриманням норм ісламського права, але не риба, вона в основі дозволена, так як не вимагає забою;

– напівфабрикати з халяльного м'яса;

– кондитерські вироби з використанням елементів, що мають дозволене з точки зору ісламського права походження (агар–агар, молочна сироватка та ін.);

– дитяче халяль–харчування;

– інше.

2. Непродовольчі товари:

– парфумерія і косметика, що випускається виключно за нормами ісламського права;

– конфесійний ісламський одяг;

– інше.

3. Нефінансові послуги:

– громадське харчування, що містить виключно халяльную продукцію;

– фітнес–центри, спа–салони, перукарні з дотриманням норм ісламського права;

– видавництво ісламських журналів, книг та ін.

– медичні послуги в рамках Ісламу;

– халяльний туризм;

– інше [14, с. 209].

Що стосується вимог до сировини і складових речовин, то в процесі виробництва продуктів харчування «Халяль» дозволено використовувати всю дозволену сировину і складові речовини, за винятком:

– заборонених тварин, їх м'яса і будь–яких інших частин (жир, кістки, шкіра, шерсть і ін.);

– мертвечину (тварин, які померли природним чином або загинули в результаті впливу сторонніх чинників – електричного струму, удушення, отруєння, падіння, утоплення або з іншої причини загибелі);

– тварин, в ім'я якогось божества або святого (ідолопоклонство);

– хижі тварини і хижі птахи;

– м'ясо собак, ослів і мулів;

– залози внутрішньої секреції (епіфіз, щитовидна і паращитовидної залози, підшлункова залоза, надниркові залози), жовчний і сечовий міхур, геніталій тварин, в тому числі зарізаних відповідно до Шаріату;

– кров, що витекла з тварин в результаті різання;

– сировину, що містить спирт або наркотичні та п'янкі речовини;

– дозволену сировину, що торкалася заборонених продуктів або нечистот;

– допоміжну сировину і ферменти (добавки, наповнювачі, спеції, желатинові загусники), отримані з органів тварин.

Крім того, дозволено вживати в їжу м'ясо, зарізане мусульманином, а також християнином або іудеєм. Якщо навіть не був використаний струм та інші заборонені прийоми забиття, але різав не мусульманин, не християнин і не іудей, то це м'ясо також заборонено вживати в їжу.

Тривалий час Халяль–індустрія в Україні не була розвинена навіть в сегменті продовольчіх товарів. Халяльну їжу можна було знайти лише в місцях локального проживання мусульманського населення, при молельних приміщеннях (*мусаллях*) та нечисельних мечетях. Як відзначали в своєму дослідженні Н. Гаврілова, О. Кисельов та Т. Хазир–огли, на більшій частині території України слабо розвинена халяль–промисловість, тому віруючі не завжди можуть купити продукцію, яка б відповідала нормам шаріату. Халяльне харчування в Україні є проблемою. За даними дослідження 55% опитаних мусульман зазначили, що мають проблеми з придбанням халяль–продуктів, 42% наголосили на відсутності проблем з придбанням халяльної продукції. На думку дослідників, ця частина опитаних робить закупівлю халяль–продуктів при мечетях та мусульманських центрах, проте задовольнити вимоги всіх мусульман невеличкі крамниці не можуть [4].

Існувало дві основні організації, які надавали сертифікати «Халяль». Це Центр сертифікації «Халяль» при Духовному управлінні мусульман України (далі ДУМУ) та Центр досліджень та сертифікації «Халяль» Асоціації громадських організацій «Альраід». Слід також відзначити, що з 2008 р. відділ сертифікації та стандартизації продукції «Елял» («Халяль») діяв при Духовному управлінні мусульман Криму.

Центр сертифікації «Халяль» при ДУМУ (зараз – незалежна організація, що володіє статусом міжнародного органу в сфері сертифікації відповідності виробництва продукції вимогам Шаріату, офіційний сайт: http://halal.ua) займається організацією і проведенням сертифікації продукції та послуг, забезпечуючи незалежну і кваліфіковану оцінку їх відповідності вимогам стандарту «Халяль» [1, с. 112].

Основними цілями роботи Центру проголошені наступні:

[1] Див., наприклад: [6].

– перевірка і підтвердження того, що продукція, заявлена як «Халяль», не містить заборонених компонентів;

– перевірка і підтвердження того, що м'ясна продукція, заявлена як «Халяль», дійсно зроблена з м'яса дозволених тварин, забій яких був проведений відповідно до вимог Шаріату;

– підвищення якості продукції та послуг;

– захист споживачів від недобросовісних виробників товарів і послуг;

– сприяння підвищенню конкурентоспроможності продукції українських виробників на міжнародному ринку (в першу чергу в мусульманських країнах).

Центр досліджень та сертифікації Халяль «Альраід» своїми цілями визначає:

1. Забезпечення українського продовольчого ринку доступними для мусульман товарами категорії «Халяль».

2. Сприяння експорту українських товарів на ринки арабських і ісламських країн, сприяння наведенню мостів між ісламським світом і Україною.

3. Сприяння збуту товарів українських виробників, що відповідають стандартам «Халяль».

4. Створення робочих місць для мусульман [13].

В 2012 р. спробу зайняти свою нішу сертифікації «Халяль» здійснив РУНМГУ «Київський муфтіят». 11 вересня 2012 р. відбувся робочий візит в Україну делегації Міжнародного центру сертифікації «Халяль» Ради муфтіїв Росії на чолі з генеральним директором Айдаром Газізовим. Під час візиту делегація досягла домовленостей з головою «Київського муфтіяту» Канафією Хуснутдіновим щодо відкриття представництва Центру в Києві [12, с. 47]. Однак, зрозуміло, що після початку російсько–українського конфлікту подібна співпраця була згорнута.

Початок конфлікту призвів до втрати українськими компаніями російського ринку, та спонукало їх шукати інші ринки збиту – зокрема, арабські країни. Тож, починаючи з 2014 р. кількість організацій, що надають сертифікати «Халяль», почала зростати.

Свій центр сертифікації «Halal Global Ukraine» заснувало Духовне управління мусульман України «Умма». Метою Центра прошлошена допомога українським виробникам в розширенні ринків збуту і налагодженні експортних відносин з мусульманськими країнами. А також захист інтересів споживачів халяльних продуктів і послуг, вироблених в Україні [7].

В грудні 2016 р. на базі Центру досліджень та сертифікації Халяль «Альраід» була створена Українська асоціація індустрії халяль «Укрхаляль», партнерами якої стали сам Центр досліджень та сертифікації Халяль «Альраід» та центр сертифікації «Halal Global Ukraine» ДУМУ «Умма».

В квітні 2017 р. в Україні розпочав свою роботу Єгипетський ісламський центр халяльної продукції. За словами Шаміля Сафарова, директора центру, він був створений як відповідь на звернення мусульманської громади України з числа представників різних національностей. Шаміль Сафаров підкреслив, що Центр буде сертифікувати продукцію, вироблену в Україні для збуту на українському ринку, або ж експортовану в ісламські держави. Центр планує приймати заявки від магазинів, ресторанів, боєнь, готових зареєструвати свою продукцію і отримати необхідний сертифікат [2].

В цілому на момент написання даної статті, за даними держреєстру, в Україні зареєстровано 14 організацій, які надають послуги з сертифікації «Халяль».

Подібний «бум» серед організацій, що надають сертифікати «Халяль» іноді призводить до непорозуміння з партнерами з мусульманських країн. Зокрема, в травні 2016 р. багатьма українськими ЗМІ з посиланням на Центр досліджень та сертифікації Халяль «Альраід» була надана інформація про те, що Об'єднані Арабські Емірати заборонили ввозити українську харчову продукцію [8].

Як з'ясувалось, ОАЕ напряму не забороняли ввезення вітчизняних харчових продуктів, так само, як ніколи не висловлювали застереження щодо якості української продукції. Проблемне питання виникло саме через скасування права Центру «Альраід» видавати сертифікати «Халяль». Однак, таке право було у згаданої установи лише з лютого 2014 р., а до того часу вітчизняні експортери використовували інші шляхи отримання таких сертифікатів, у тому числі і через альтернативні сертифікаційні центри як в Україні, так і закордоном [5].

Незважаючи на всі проблеми, економічна привабливість халяльного ринку призвела до того, що чимало гігантів українського ринку вже отримали сертифікати, які засвідчують відповідність їх продукції умовам «Халяль». Значущість та перспективність Халяль–індустрії була відзначена навіть в «Соціальній концепції мусульман України» – програмному документі ВАГО «Альраід» та афільованого з ним ДУМУ «Умма», до підписання якого долучились деякі з українських мусульманських організацій. В цьому документі зазначено: «...Зважаючи на міжнародну практику ісламського банкінгу, цей сектор економіки – один із найперспективніших і разом з розвитком халяль–індустрії є пріоритетним напрямком діяльності ісламських організацій» [11].

Таким чином, ми можемо казати про те, що в Україні Халяль–індустрія є наявною та перспективною, і підтверджується роботою більше ніж 10 організацій, які сертифікують продукцію, вироблену відповідно до вимог Шаріату. Серед перших організацій подібного роду можна назвати Центр сертифікації «Халяль» при ДУМУ та Центр досліджень та сертифікації «Халяль» «Альраід». Перспективи зростання ринку продуктів «Халяль» роблять цей напрямок привабливим для українських компаній, перш за все – виробників харчових продуктів. Незважаючи на зростаючу популярність сертифікації «Халяль», цей продукт переважно йде на експорт, тому насичення внутрішнього ринку «Халяль» скоріш за все тривалий час не відбудеться. Наприклад як зауважує муфтій ДУМУ «Умма» Саід Ісмагілов, «...через те, що мусульман в Україні небагато, виробникам часто нецікаво робити товар для внутрішнього ринку» [10, с. 7]. Водночас, конкуренція між центрами сертифікації може призвести до напрацювання ефективного алгоритму видачі подібного сертифікату та покращенню роботи подібних центрів.

Список використаних джерел

1. Брильов Д. В. Інституалізація мусульманської спільноти України: Духовне управління мусульман України (ДУМУ) // Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. Серія 7: Релігієзнавство. Культурологія. Філософія. – К.: Вид–во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2017. – Вип.38 (51). – С.106–114.

2. В Украине начал работу Египетский исламский центр халяльной продукции // Украина по–арабски [Електронний ресурс]. – 12 червня 2016. – Режим доступу: http://arab.com.ua/ru/v–ukraine–nachal–rabotu–egipetski–islamski–centr–haljalno–produkcii

3. Волович О. та ін. Стратегія активізації співпраці України з державами Перської затоки: аналітична доповідь. – Одеса: Фенікс, 2011. – 90 с.

4. Гаврілова Н., Кисельо О., Хазир–Огли Т. Світоглядно–політичні погляди мусульман України (за матеріалами соціологічного дослідження) // Релігія в Україні [Електронний ресурс]. – 10 листопада 2011. – Режим доступу: https://www.religion.in.ua/main/analitica/12445–svitoglyadno–politichni–poglyadi–musulman–ukrayini–za–materialami–sociologichnogo–doslidzhennya.html

5. Еміратська сторона спростувала інформацію про призупинення імпорту до ОАЕ української продукції // Державна служба України з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів [Електронний ресурс]. – 10 червня 2016. – Режим доступу: http://consumer.gov.ua/News/154/Emiratska_storona_sprostuvala_informatsiyu_pro_prizupinennya_importu_do_OAE_ukrainskoi_produktsii

6. Мусульманська спільнота України: інституціоналізація і розвиток / Під заг. ред. Ауліна О. А. – Вінниця: Консоль, 2016. – 400 с.

7. О нас // Центр Сертификации «Halal Global Ukraine» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.halalglobal.in.ua/o–nas/

8. ОАЕ заборонили імпорт харчової продукції з України // Forbes Україна [Електронний ресурс]. – 30 Травня 2016. – Режим доступу: http://forbes.net.ua/ua/news/1417022–oae–zaboronili–import–harchovoyi–produkciyi–z–ukrayini

9. Передерій О. І. Особливості сертифікації продуктів харчування відповідно до стандартів «Халяль» // Товарознавчий вісник. – 2017. – Вип.10. – С.137–143.

10. Резник С. Мусульманам Украины завидуют многие // 2000. Еженедельник. – 2017. – №48 (844). – С.6–7.

11. Соціальна концепція мусульман України // ДУМУ «Умма» [Електронний ресурс]. – 12 грудня 2017. – Режим доступу: http://umma.in.ua/?p=4491

12. Халяль как тренд рынка // Украина и исламский мир. – 2012. – №10–11. – С.44–47.

13. Центр досліджень та сертифікації Халяль [Електронний ресурс]. – 12 червня 2016. – Режим доступу: https://www.halalcertificate.in.ua/

14. Шовхалов Ш., Петрова А. Рынок мусульманских товаров: сущность и особенности // Фундаментальные исследования. – 2015. – №6 (1). – С.207–210.

References

1. Brylov D. V. Instytualizatsiia musulmanskoi spilnoty Ukrainy: Dukhovne upravlinnia musulman Ukrainy (DUMU) // Naukovyi chasopys NPU imeni M. P. Drahomanova. Seriia 7: Relihiieznavstvo. Kulturolohiia. Filosofiia. – K.: Vyd–vo NPU imeni M. P. Drahomanova, 2017. – Vyp.38 (51). – S.106–114.

2. V Ukraine nachal rabotu Egipetskiy islamskiy tsentr halyalnoy produktsii // Ukraina po–arabski [Elektronniy resurs]. – 12 chervnya 2016. – Rezhim dostupu: http://arab.com.ua/ru/v–ukraine–nachal–rabotu–egipetski–islamski–centr–haljalno–produkcii

3. Volovych O. ta in. Stratehiia aktyvizatsii spivpratsi Ukrainy z derzhavamy Perskoi zatoky: analitychna dopovid. – Odesa: Feniks, 2011. – 90 s.

4. Havrilova N., Kyselov O., Khazyr–Ohly T. Svitohliadno–politychni pohliady musulman Ukrainy (za materialamy sotsiolohichnoho doslidzhennia) // Relihiia v Ukraini [Elektronnyi resurs]. – 10 lystopada 2011. – Rezhym dostupu: https://www.religion.in.ua/main/analitica/12445–svitoglyadno–politichni–poglyadi–musulman–ukrayini–za–materialami–sociologichnogo–doslidzhennya.html

5. Emiratska storona sprostuvala informatsiiu pro pryzupynennia importu do OAE ukrainskoi produktsii // Derzhavna sluzhba Ukrainy z pytan bezpechnosti kharchovykh produktiv ta zakhystu spozhyvachiv [Elektronnyi resurs]. – 10 chervnia 2016. – Rezhym dostupu: http://consumer.gov.ua/News/154/Emiratska_storona_sprostuvala_informatsiyu_pro_prizupinennya_importu_do_OAE_ukrainskoi_produktsii

6. Musulmanska spilnota Ukrainy: instytutsionalizatsiia i rozvytok / Pid zah. red. Aulina O. A. – Vinnytsia: Konsol, 2016. – 400 s.

7. O nas // Tsentr Sertifikatsii «Halal Global Ukraine» [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: http://www.halalglobal.in.ua/o–nas/

8. OAE zaboronyly import kharchovoi produktsii z Ukrainy // Forbes Ukraina [Elektronnyi resurs]. – 30 Travnia 2016. – Rezhym dostupu: http://forbes.net.ua/ua/news/1417022–oae–zaboronili–import–harchovoyi–produkciyi–z–ukrayini

9. Perederii O. I. Osoblyvosti sertyfikatsii produktiv kharchuvannia vidpovidno do standartiv «Khalial» // Tovaroznavchyi visnyk. – 2017. – Vyp.10. – S.137–143.

10. Reznik S. Musulmanam Ukrainy zaviduyut mnogiye // 2000. Ezhenedelnik. – 2017. – №48 (844). – S.6–7.

11. Sotsialna kontseptsiia musulman Ukrainy // DUMU «Umma» [Elektronnyi resurs]. – 12 hrudnia 2017. – Rezhym dostupu: http://umma.in.ua/?p=4491

12. Halyal' kak trend rynka // Ukraina i islamskij mir. – 2012. – №10–11. – S.44–47.

13. Tsentr doslidzhen ta sertyfikatsii Khalial [Elektronnyi resurs]. – 12 chervnia 2016. – Rezhym dostupu: https://www.halalcertificate.in.ua/

14. Shovhalov Sh., Petrova A. Rynok musul'manskih tovarov: sushchnost' i osobennosti // Fundamental'nye issledovaniya. – 2015. – №6 (1). – S.207–210.

Brylov D. V., *Ph.D. (Religious Studies), Associate Professor of the Department of Culturology, National Pedagogical Dragomanov University (Ukraine, Kyiv), dbrilyov@gmail.com*

Halal industry of Ukraine in the period of independence

The article is devoted to the problem of development and perspectives of the halal industry in Ukraine since independence. The components of the halal industry including food and non–food products, as well as non–financial services were considered. It was shown that in Ukraine for a long time the halal industry was underdeveloped and did not satisfy the needs of the majority of the Muslims. It was revealed that the development of the halal industry was affected by the loss of Russian markets and the reorientation of Ukrainian producers to other markets including the markets of the Arab–Muslim countries. The main organizations that carry out Halal certification in Ukraine are were considered. It was shown that the oldest ones of them are the Certification Center «Halal» under the Spiritual Administration of the Muslims of Ukraine (DUMU) and the Research and Certification Center «Halal» of the Association of Public Organizations «Alraid». The conclusion was made about the prospects for further growth of the halal industry in Ukraine.

Keywords: *Islam in Ukraine, Halal Industry, DUMU, Alraid.*

* * *

УДК 140.8

Дев'ятко Н. В.,
кандидат філософських наук, доцент кафедри соціально–гуманітарної освіти, КЗВО «Дніпровська академія неперервної освіти» (Україна, Дніпро), Natalia_ptah@i.ua

Вплив глобальних цивілізаційних процесів на систему моральних цінностей та естетичні категорії сучасної людини

Досліджується вплив глобалізації на систему моральних цінностей та естетичні категорії сучасної людини. Проблема аналізується із застосуванням методів дослідження світоглядного міфу та бінарних архетипних опозицій. Досліджуються шляхи деформації цих систем загальнолюдських і національних цінностей. Описуються «життєствердний» і «маргінальний» типи світогляду.

«Життєствердний» тип світогляду насамперед характеризується різноманітністю діяльності, творчою активністю, демократичністю, самоусвідомленням особистості, високим рівнем сакралізації часу, простору, діяльності. «Маргінальний» тип світогляду характеризується шаблонізацією та стереотипізацією свідомості, нерозвиненістю емоційної сфери, потягом до жорстокості, некрофілії, агресії, самозвеличенням людини за рахунок приниження інших. «Маргінальний» тип світогляду також може розглядатися в якості інформаційного вірусу свідомості.

Ключові слова: *архетип, міф, естетичні категорії, глобалізація, світогляд, моральні цінності, світоглядні деформації.*

Проблеми дослідження моральних норм, естетичних категорій та систем моральних цінностей актуальні для суспільства в усі часи, оскільки ці системи динамічні і