

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 субкультури 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 рекреації.

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 хижачького 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. Любичева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) / Любичева О. О. – К.: Альтапрес, 2002. – 436 с.
5. Мунін Г. В. Маркетинг туризму / Г. В. Мунін, З. І. Тимошенко, Є. В. Самарцев, А. О. Зміюв: 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 sohraneniya kul'turnogo i prirodnogo nasledija. – M.: RNIИ 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 suspił'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. V. Marketynng turizmu / G. V. 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

#### Халляль–індустрія в Україні часів незалежності

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

*Ключові слова: іслам в Україні, халляль–індустрія, ДУМУ, Альрайд.*

Наразі в усьому світі активно розвивається індустрія халляль. 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<sup>1</sup>, що, зокрема, включає в себе побудову інфраструктури, пов'язаної з індустрією «Халяль» – появу закладів харчування, які відповідають умовам «Халяль», торговельних 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 існуючі 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 «Альраїд» було присвячена робота О. Перерерій [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 можна 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 халяльну 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 дозволена 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 парашитовидної залози, підшлункова залоза, надниркові залози), жовчний і сечовий міхур, геніталії тварин, в тому числі зарізанних відповідно до Шаріату;

– кров, що витекла з тварин в результаті різання;

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

– дозволена 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 продовольчих товарів. Халяльну їжу можна було знайти лише в місця локального проживання мусульманського населення, при молельних приміщеннях (*мусаллах*) 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 «Альраїд». Слід також відзначити, що з 2008 р. відділ сертифікації та стандартизації продукції «Еляль» («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:

<sup>1</sup> 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 «Альрайд» 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 збуту – 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 проголошена 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 «Альрайд» була створена Українська асоціація індустрії халяль «Укрхаляль», партнерами якої стали сам Центр досліджень та сертифікації Халяль «Альрайд» 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, боснь, 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 «Альрайд» 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. Проблема питання виникло саме через скасування права Центру «Альрайд» видавати сертифікати «Халяль». Однак, таке право було у згаданій 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 «Альрайд» 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» «Альрайд». 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 муфтії ДУМУ «Умма» Саїд Ісмаїлов, «...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 Україні начал роботу Єгипетський ісламський центр халальної продукції // Україна 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. Єміратська сторона спростувала інформацію про призупинення імпорту до ОАЕ української продукції // Державна служба України з питань безпеки харчових продуктів та захисту споживачів [Електронний ресурс]. – 10 червня 2016. – Режим доступу: [http://consumer.gov.ua/News/154/Emiratska\\_storona\\_sprostovala\\_informatsiyu\\_pro\\_prizupinennya\\_importu\\_do\\_OAE\\_ukrainskoi\\_produkcii](http://consumer.gov.ua/News/154/Emiratska_storona_sprostovala_informatsiyu_pro_prizupinennya_importu_do_OAE_ukrainskoi_produkcii)
6. Мусульманська спільнота України: інституціоналізація і розвиток / Під заг. ред. Ауліна О. А. – Вінниця: Консоль, 2016. – 400 с.
7. О нас // Центр Сертифікації «Halal Global Ukraine» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.halalglobal.in.ua/o-nas/>
8. ОАЕ заборонили імпорту харчової продукції з України // Forbes Україна [Електронний ресурс]. – 30 Травня 2016. – Режим доступу: <http://forbes.net.ua/ua/news/1417022-oe-zaboronili-import-harchovoyi-produkcii-z-ukrayini>
9. Передері О. І. Особливості сертифікації продуктів харчування відповідно до стандартів «Халяль» // Товарознавчий вісник. – 2017. – Вип.10. – С.137–143.
10. Резник С. Мусульманам України заважають багато // 2000. Єженедельник. – 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 як тренд ринку // Україна і ісламський 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. Ринок мусульманських товарів: сутність і особливості // Фундаментальні дослідження. – 2015. – №6 (1). – С.207–210.
8. ОАЕ заборонили імпорту харчової продукції з України // Forbes Україна [Електронний ресурс]. – 30 Травня 2016. – Режим доступу: <http://forbes.net.ua/ua/news/1417022-oe-zaboronili-import-harchovoyi-produkcii-z-ukrayini>
9. Передері О. І. Особливості сертифікації продуктів харчування відповідно до стандартів «Халяль» // Товарознавчий вісник. – 2017. – Вип.10. – С.137–143.
10. Резник С. Мусульманам України заважають багато // 2000. Єженедельник. – 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 як тренд ринку // Україна і ісламський 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. Ринок мусульманських товарів: сутність і особливості // Фундаментальні дослідження. – 2015. – №6 (1). – С.207–210.

## References

1. Brylov D. V. Instytutizatsiia musulmanskoj spilnoty Ukrainy: Dukhovne upravlinnia musulman Ukrainy (DUMU) // Naukovyi chasopys NPU imeni M. P. Drahomanova. Seriya 7: Relihiieznavstvo. Kulturolohiia. Filosofii. – 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 [Elektronnyi resurs]. – 12 chervnia 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: analychna dopovid. – Odesa: Feniks, 2011. – 90 s.
4. Navriolova N., Kyselov O., Khazyr-Ohly T. Svitohliadno-politichni pohliady musulman Ukrainy (za materialamy sotsiologichnogo 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 pryzupinennia importu do OAE ukrainskoi produktsii // Derzhavna sluzhba Ukrainy z pytan bezpechnosti kharchovoykh produktiv ta zakhystu spozhyvachiv [Elektronnyi resurs]. – 10 chervnia 2016. – Rezhym dostupu: [http://consumer.gov.ua/News/154/Emiratska\\_storona\\_sprostovala\\_informatsiyu\\_pro\\_prizupinennya\\_importu\\_do\\_OAE\\_ukrainskoi\\_produkcii](http://consumer.gov.ua/News/154/Emiratska_storona_sprostovala_informatsiyu_pro_prizupinennya_importu_do_OAE_ukrainskoi_produkcii)
6. Musulmanska spilnota Ukrainy: instyutsionalizatsiia i rozvytok / Pid zah. red. Aulina O. A. – Vinnytsia: Konsol, 2016. – 400 s.
7. O nas // Tsentrtsefyfikatsii «Halal Global Ukraine» [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <http://www.halalglobal.in.ua/o-nas/>

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, некрофільї, агресії, самозвеличення 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