

УДК 338.46

DOI 10.25688/2312-6647.2020.23.1.05

Ш. М. Норматова

Конфессиональные услуги: особенности и перспективы развития в Республике Таджикистан

В Республике Таджикистан происходят перемены, когда все большая часть населения свои потребительские предпочтения формирует под воздействием религиозных ограничений, что предопределяет развитие рынка конфессиональных услуг, на котором спрос и предложение находятся под влиянием института религии. В статье проведен анализ и оценка роста населения, относящих себя к тому или иному виду религий. Демографическая ситуация, выражающаяся в тенденции значительного роста коренного населения республики. Анализ позволил сделать заключение, что в перспективе в стране ожидается рост приверженцев ислама и тем самым усилится его влияние на социально-экономические процессы, что предопределяет необходимость учета религиозного фактора в развитии потребительского рынка. Формирование рынка конфессиональных услуг в Республике Таджикистан требует дальнейшего теоретического исследования и создания правового и методического поля. Результаты исследования могут быть использованы органами государственной власти при формировании политики развития потребительского рынка и являются приращением научных знаний в сфере развития конфессиональных услуг в республике.

Ключевые слова: религия; запрет; ограничения; спрос и предложение; конфессиональные услуги.

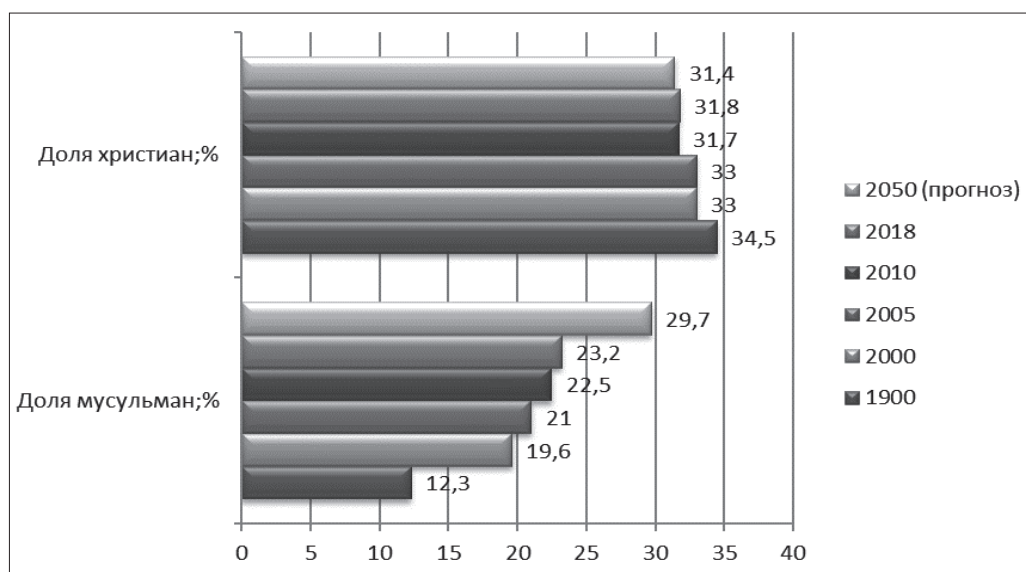
Под воздействием процессов глобализации происходят изменения в политических, социальных и экономических сферах многих государств и вместе с тем меняются предпочтения потребителей. Примером таких изменений являются страны СНГ, в которых исторические события, связанные с приобретением независимости, возродили конфессиональные традиции. Во всем мире непрерывно увеличивается число населения, относящее себя к тому или иному виду религий и, следовательно, соблюдающих религиозные нормы, в том числе воздерживающие или ограничивающие. Исследования, проведенные социологами, свидетельствуют, что начавшиеся перемены в сознании населения имеют долгосрочную перспективу. Перемены происходят и в Республике Таджикистан, где все большая часть населения свои потребительские предпочтения формирует под воздействием религиозных ограничений, что предопределяет развитие рынка конфессиональных услуг, на котором спрос и предложение находятся под влиянием института религии.

История мирового сообщества доказывает, что религия в жизни любого государства имела существенное значение и оказывала влияние на экономическую сферу.

Анализ динамики численности той или иной конфессии, оценка происходящих в них изменений позволяют понять силу влияния религии. На данный момент наибольшее число приверженцев относится к христианству и исламу, эти две религии считаются самыми крупными в мире (рис. 1). Среди этих религий доминирует христианство, на долю которого уже длительное время приходится более 30 % населения планеты. Однако, рассматривая численность христианства в ретроспективе, необходимо отметить, что наблюдается снижение доли этой конфессии. В 1990 г. христиане составляли 34,5 %, к 2018 г. их доля сократилась почти до 32 %. По прогнозам Pew Research Center к 2050 г. приверженцев этой религии останется 31,4 % от мирового населения.

В то же время число приверженцев второй крупной религии увеличивается. Более чем за 100 лет доля мусульман увеличилась почти на 11 % и, по прогнозам Pew Research Center и других аналитических компаний, будет расти и к 2050 г. составит 29,7 % от населения планеты.

Таким изменениям есть объяснение, и связано оно с демографической ситуацией среди христиан и мусульман. В докладе (2017 г.) исследовательского центра Pew Research приводятся данные по фертильности женщин мусульманского и христианского вероисповедания: на одну женщину-христианку приходится 2,6 ребенка, при том что у женщин-мусульманок этот показатель равен 3,1. Отличаются эти два религиозных направления и по возрасту последователей. Средний возраст приверженцев ислама — 23 года, у христиан — около 30 лет.



Источник: Исследовательский центр Pew Research Center. URL: <https://pewresearch.org> (дата обращения: 15.10.2019).

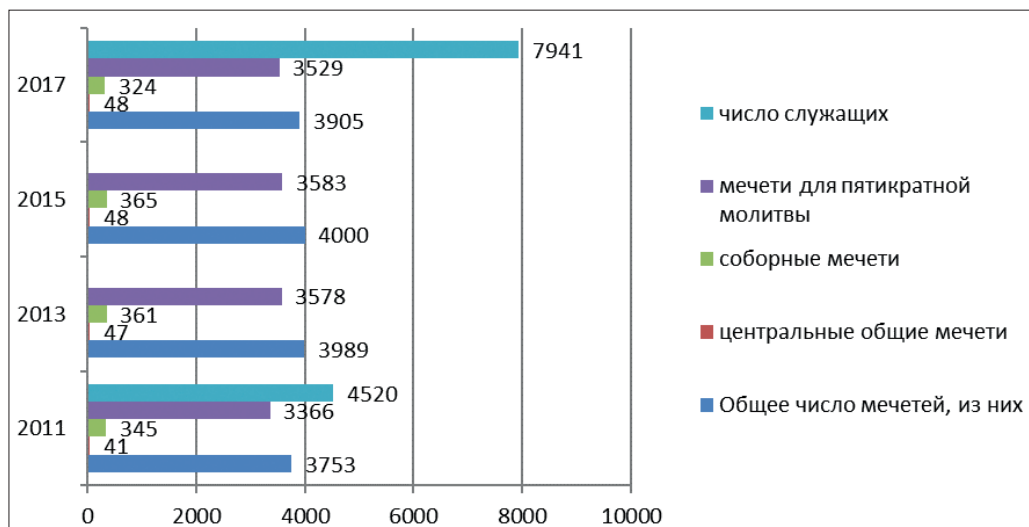
Рис. 1. Доля мусульман и христиан от количества населения в мире с 1900 по 2050 г.

Помимо перечисленных в мире существуют и другие виды конфессий. Третьей мировой религией считается индуизм, который исповедуют более миллиарда человек на Земле, или 14 % всего населения. Буддизма придерживаются 7 % населения земного шара, или 50 миллионов человек. Целесообразно отметить, что атеистами считают себя 2 % населения Земли.

В Республике Таджикистан наблюдаются сходные с общемировыми темпами роста представителей определенных конфессий. Таджикистан является многонациональной республикой, на территории которой проживают таджики (84 %), узбеки (12 %), киргизы, русские, туркмены, украинцы, немцы и др. Основной конфессией в Таджикистане является ислам, более 95 % населения — мусульмане. Демографическая ситуация в республике характеризуется быстрым ростом основного населения. На начало 2019 г. численность населения в стране составила 9,1 млн чел., прирост по отношению к 2010 г. равен 21 %. Тенденция значительного роста коренного населения республики предопределяет рост приверженцев ислама.

Проведенный социологический опрос мусульман республики показал, что 92 % респондента в своем поведении придерживаются норм религиозной принадлежности и для 86 % респондентов религиозный фактор является основным при выборе товаров.

Рост числа верующих мусульман в Таджикистане, подтверждается также официальными статистическими данными о количестве мечетей на территории государства (рис. 2).



Источник: Статистический ежегодник Республики Таджикистан (официальное издание). Душанбе: Агентство по статистике при Президенте Республики Таджикистан, 2018. С. 66.

Рис. 2. Динамика числа мечетей на территории Республики Таджикистан с 2011 по 2017 г.

Общее количество мечетей в Таджикистане за период с 2011 по 2017 г. увеличилось на 4 %, или 152 единицы. За этот же период значительно возросло число мечетей для пятиразовой молитвы, или на 163 единицы. Такие мечети рассчитаны на 100–1000 прихожан и располагаются в жилых кварталах и сельской местности. Тенденция роста наблюдается среди центральных общих мечетей, которых стало в 2017 г. на 17 % больше, чем в 2011 г., то есть в городах и районных центрах дополнительно создано 7 центральных общих мечетей. С 2011 по 2015 г. отмечается увеличение числа соборных мечетей, их количество выросло до 365 единиц, однако к 2017 г. осталось 324 единиц. Помимо этого наблюдается рост количества служащих мечетей. В период с 2011 по 2017 г. их число увеличилось на 3421 чел. и составило 7941 чел. Приведенные данные по Республике Таджикистан еще раз доказывают, что религия, в частности ислам, воздействует на социально-экономические явления, происходящие в стране, и ее влияние усиливается.

Таким образом, в начале XXI века основное мировое население привержено к той или иной конфессии, что является неоспоримым фактом и не может не учитываться в экономических явлениях. Анализ приведенных данных подтверждает выдвинутое предположение о важной значимости религии в жизни общества. Существенное влияние религии на жизнь человека отмечается исследователями в данной области науки. Одна из известных специалистов в области религиоведения Л. Н. Митрохина считает, что «религия... глубоко укоренена в хозяйственной деятельности людей» [5]. Академик Г. И. Мирский в своей работе пишет: «Религия... вместо того, чтобы уходить в прошлое как «пережитки умирающих эксплуататорских формаций», о чем писали марксисты, стала приобретать гораздо большее значение в сознании людей, чем прежде...» [4]. Академик Л. П. Рассказов и М. Р. Кангезов придерживаются мнения, что религиозные нормы оказывают воздействующее влияние на отношения в обществе любого государства [7]. По мнению профессора М. М. Мчедловой, религия приобретает все большее значение в общественном пространстве и оказывает значительное влияние на формирование публичного мнения и народной воли [6].

Таким образом, изменения, происходящие в обществе, определяют необходимость их учета участниками экономических отношений. Высокий уровень влияния исламского фактора на экономическое поведение субъектов рынка связан с нормами поведения, определенными данной конфессией, в связи с чем возникает понятие «исламский товар», или «халяльный товар».

В национальной научной литературе отсутствуют общепринятые понятия «исламский товар» и «исламская экономика». Однако, очевидно, что рынок исламских товаров есть элемент исламской экономики. Особенностью исламской экономики является основа, на которой она формируется. А. Ю. Журавлев в своей монографии определяет эту основу «морально-ценностными и правовыми нормами ислама» [2]. Р. И. Беккин в своей работе отмечает, что исламская экономика есть система хозяйствования, которая строится

по нормам и принципами мусульманского права [1]. Приведенные определения указывают на связь исламской экономики и шариата. В цели проводимого исследования не входит разбор термина «шариат», однако приведем два определения. Исламовед Г. М. Керимов называет шариат «систематизированным сводом мусульманских законов» [3]. В то же время известный специалист по исламскому праву Л. Р. Сюкияйнен считает, что «шариат — это обращенные к людям предписания Корана и Сунны». Следовательно, Кораном определяется, что дозволено (халяль) мусульманину, а что запрещено (харам). В переводе с арабского языка «халяль» означает «дозволенное», то есть в соответствии с исламскими законами халяль — это все то, что разрешено Богом. Отсюда следует, что термины «исламские товары / услуги» и «халяльные товары / услуги» очень близки по своему смыслу.

Необходимо отметить, что ограничения в экономической области существуют и у других конфессий. В иудаизме дозволенное определяется понятием «кашрут», которое, как и в исламе «халяль», устанавливает ограничения не только в пище или товарах, но содержит нормы и принципы проведения финансовых операций, организации производства или услуг (гостиничные, перевозка пассажиров, медицинские, туристические и парикмахерские и др.).

Ограничения в исламе и иудаизме характеризуются также своим постоянством, то есть приверженцы этих религий должны соблюдать их во все времена, а в период постов — в обязательном порядке.

Необходимо отметить, что ограничения ислама и иудаизма распространяются не только на потребителей товаров и услуг, но и на производителей.

Так, в России Совет муфтиев разработал и ввел в действие стандарт по организации и контролю производства и торговли продукции халяль. Особенностью данного документа является совмещение требований Корана и рекомендаций Кодекса Алиментариус, требования законов и госстандартов Российской Федерации. Стандарт Совета муфтиев излагает требования к производству, сырью, забое животных, персоналу, оборудованию, упаковке, чистоте помещений и т. д. Так как продукция халяль — это не специально изготовленная продукция для мусульман, а товары, которые не содержат запрещенных шариатом ингредиентов.

Современный потребитель все большее внимание уделяет здоровой и безопасной пище. В свою очередь, халяльные и кошерные продукты — это экологически чистая и приносящая пользу здоровью человека продукция и гарантирующая качество. Сертификат «кашрут» или «халяль» дает возможность производителям реализовывать продукцию не только на национальном внутреннем рынке, но и экспортировать в другие страны, где доверяют независимой сертификации и ценят кошерную или халяльную продукцию.

Христианство и буддизм не накладывают строгих запретов в экономической сфере на членов своей паствы, ограничения чаще выражаются в рекомендательной форме. В христианстве предписания и запреты чаще имеют

временной характер, в период постов, когда накладывается запрет на употребление в пищу некоторых видов продуктов и форму проведения досуга. Однако необходимо отметить, что в христианстве запрещается во все времена употреблять мясо животных, погибших естественной смертью, мясо животных, принесенных в жертву и с кровью.

Таким образом, ограничения и запреты, введенные институтами религии, оказывают влияние на формирование конфессионального спроса и предложения, особенные экономические отношения хозяйствующих субъектов. Для Республики Таджикистан рынок конфессиональных услуг — это ниша на потребительском рынке страны. Заполнение данного сегмента позволит удовлетворить потребности возрастающей религиозной части населения страны в необходимых услугах, обеспечить социальную защиту и поддержку населения.

Формирование и развитие рынка конфессиональных услуг в Таджикистане во многом зависит от роста предложения на нем. Следовательно, частным предпринимателям, которые в большинстве своем являются мусульманами, при организации хозяйственной деятельности необходимо учитывать религиозные каноны.

Таким образом, для государств, где основное население придерживается предписаний и запретов религии актуальной становится задача активизации производства сертифицированной продукции халяль или кошер. В Республике Таджикистан рынок халяльных продуктов только начинает развиваться. Однако, учитывая динамичный рост коренного населения, у рынка конфессиональных товаров / услуг имеется большой потенциал, реализация которого позволит удовлетворить потребности населения в экологически чистых продуктах, активизировать экспортные операции в страны, придерживающиеся религиозных ограничений и в результате повысить уровень социально-экономического развития республики.

Литература

1. Беккин Р. И. Исламская экономическая модель и современность. М.: Марджани, 2010. 352 с.
2. Журавлев А. Ю. Теория и практика исламского банковского дела. М.: Ин-т востоковедения РАН, 2002. 244 с.
3. Керимов Г. М. Шариат: закон жизни мусульман. Ответы шариата на проблемы современности. СПб.: ДИЛЯ, 2009. 512 с.
4. Мирский Г. И. Ислам: история и современность. URL: http://www.hist.msu.ru/Journals/NNI/pdfs/Mirskij_2010.pdf (дата обращения: 13.04.2013).
5. Митрохин Л. Н. Философия религии: новые перспективы // Вопросы философии. 2003. № 8. С. 18–37.
6. Мчедлова М. М. Религиозные смыслы в современной России: общество и политика // Россия реформирующаяся. 2012. № 11. С. 403–418.
7. Рассказов Л. П., Кангезов М. Р. Мусульманское право как разновидность религиозного права // Общество и право. 2010. № 1. С. 24–26.

8. Статистический ежегодник Республики Таджикистан. Душанбе: Агентство по статистике при Президенте Республики Таджикистан. 2018. С. 66.
9. Исследовательский центр Pew. URL: <https://pewresearch.org> (дата обращения: 20.08.2019).
10. Население земли. URL: <https://countrymeters.info/ru> (дата обращения: 21.08.2019).

Literatura

1. *Bekkin R. I.* Islamskaya e`konomicheskaya model` i sovremennost`. M.: Mardzhani, 2010. 352 s.
2. *Zhuravlev A. Yu.* Teoriya i praktika islamskogo bankovskogo dela. M.: In-t vosto-kovedeniya RAN, 2002. 244 s.
3. *Kerimov G. M.* Shariat: zakon zhizni musul`man. Otvetuy` shariata na problemy` sovremennosti. SPb.: DILYA, 2009. 512 s.
4. *Mirskij G. I.* Islam: istoriya i sovremennost`. URL: http://www.hist.msu.ru/Journals/NNI/pdfs/Mirskij_2010.pdf (data obrashheniya: 13.04.2013).
5. *Mitroxin L. N.* Filosofiya religii: novy`e perspektivy` // Voprosy` filosofii. 2003. № 8. S. 18–37.
6. *Mchedlova M. M.* Religiozny`e smy`sly` v sovremennoj Rossii: obshhestvo i politika // Rossiya reformiruyushhayasya. 2012. № 11. S. 403–418.
7. *Rasskazov L. P., Kangezov M. R.* Musul`manskoe pravo kak raznovidnost` religioz-nogo prava // Obshhestvo i pravo. 2010. № 1. S. 24–26.
8. Statisticheskij ezhegodnik Respubliki Tadzhiqistan. Dushanbe: Agentstvo po statis-tike pri Prezidente Respubliki Tadzhiqistan. 2018. S. 66.
9. Issledovatel`skij centr Pew. URL: <https://pewresearch.org> (data obrashheniya: 20.08.2019).
10. Naselenie zemli. URL: <https://countrymeters.info/ru> (data obrashheniya: 21.08.2019).

Sh. M. Normatova

Confessional Services:

Features and Prospects of Development in the Republic of Tajikistan

Changes are also taking place in the Republic of Tajikistan, where a growing part of the population forms its consumer preferences under the influence of religious restrictions, which predetermines the development of the market of religious services, where demand and supply are influenced by the Institute of religion. The article analyzes and assesses the growth of the population belonging to a particular type of religion. Demographic situation, expressed in the trend of significant growth of the indigenous population of the Republic. The analysis made it possible to conclude that in the future the country is expected to increase the adherents of Islam, and thus its impact on socio-economic processes will increase, which determines the need to take into account the religious factor in the development of the consumer market. The formation of the market of religious services in the Republic of Tajikistan requires further theoretical research and the creation of the right and methodological field. The results of the study can be used by public authorities in the formation of consumer market development policy and are an increment of scientific knowledge in the development of religious services in the country.

Keywords: religion; prohibition; restrictions; supply and demand; confessional services.