

МІФ ПРО КРЕДИТ, АБО ВПРАВА З ПРИКЛАДНОЇ ФІЛОСОФІЇ

У статті з урахуванням авторської аксіоматики сучасного Світу Людини, західних традицій осягання категорії «міф», європейських практик міфологізації, а також досвіду реконструкції діалектики міфу в річищі концепції О. Ф. Лосєва запропоновано тлумачення діючого у сфері матеріальної культури наріжного для Світу Людини «міфу про кредит» як міфу про чудесне здійснення бажань.

Ключові слова: міф, міфічний простір, бажання, задоволення, дар, Світ Людини, земний рай, людська особистість, ліберальний, глобалізований, криза, ринок, господарство, кредит, кредитно-фінансові інститути, послуги, продукти, реклама, споживач, чудо, смисл, факт, річ, самосвідомість, розум, воля, почуття, ім'я, історія, магія, віра.

Преамбула

Чи здатна філософія, ця стара як світ справа «любові до мудрості», прислужитися аналізу суто прикладних проблем функціонування інститутів матеріальної культури, не зраджуючи своє одвічне налаштування працювати зі смислом навпрост? Питання, мабуть, образливе для пожилців академічних кабінетів. Проте чи не з цього колись починали обтяжені поточними політичними й законодавчо-правовими інтересами античні «сім мудреців» з їхнім суто практичним гаслом «Нічого занадто!»? То хіба не цікаво сьогодні у такий спосіб повернутися до самих витоків європейського філософування? Спробуймо.

І. Кредит у світлі аксіоматики Світу Людини, його тем і цінностей

– Цілком слушно, – ввічливо підтвердив Медрано.

– Між іншим, ніяк не зрозумію, нащо ці люди пускаються у плавання...

– Ну, як на мене, – мовив Лопес, – це завжди захопливіше, ніж лишатися на суші.

Х. Кормасар. Виграші [12, с. 35].

Сьогодні, коли епоха гарячкової розбудови «земного раю» як синтезу земного і небесного засобами поцейбіччя [17, с. 391] жорстко судить¹ власного творця – сучасний Світ Людини² з його

¹ Нагадаю, що давн.-грец. іменник *κρίσις*, що в українській мові означає «різку зміну; загострення; переломний момент під час хвороби, після якого стан хворого відразу поліпшується або погіршується», в античності мав значення «розгляд справи, суд; вирок, засудження; суперечка».

² Докладніше про концепт Світу Людини як специфічну культурно-історичну модель життя сучасного Заходу, див. у працях автора [27–30; 33; 48].

титанічною ідеєю облаштування життєвого простору під орудою *людської особистості*, – так ось, у цей час «Ч» філософу видається вельми спокусливим полишити звичну сферу чистого смислу й пуститися у плавання до островів та архіпелагів соціального буття в усій його меональній пістрявості й невгамовному життєвому алогізмі³.

Як специфічна буттєва форма, що «онтологічно приречена» *самопроговорюватися*, ця соціальність має за центр і внутрішню межу Світу Людини автономну (= незалежну від будь-яких авторитетів чи абсолютних засад життя)⁴, а тому відносну, умовну і кінцеву *resp. ліберальну особистість*. Будучи головною «подробницею» фінансової нею світобудови, вона міфологізується як особистість *par excellence*. Саме завдяки їй та лише услід за тим – розвитку ЗМІ, прогресу ІТ-технологій або ринку деривативів⁵ наш світ постає наскрізь відносним, тобто віртуальним *по суті*⁶ світом культурних повторів.

Це глобалізований світ сховищ (архівів, бібліотек, музеїв), поголосу й моди, а заразом світ експертів (= оцінка минулого), аналітиків (= звітування щодо сьогодення) і консультантів (= поради щодо майбутнього). Зразковий спосіб його буття – креативна, екологічно вивірена, різною мірою переконлива *resp.* риторична **комунікація**. Народжуване тут «демократичне» мовлення

³ «Філософія» Світу Людини зафіксована у програмних документах його провідних міжнародних організацій системи ООН [45–46]. Див. також [38–39].

⁴ Показово, що Лісабонська угода про реформування ЄС (2009 р.), яка замінила Конституцію ЄС, справді, не містить жодних посилань на абсолютні засади життя: див. [40].

⁵ Пор. кредитні свопи (*SWAP*) – похідні фінансові інструменти, угоди, що дозволяють обмінювати одні активи/зобов'язання на інші.

⁶ Звідси – апологія віртуального стилю життя, що утверджується на шляхах лише умовної (іміджевої) персонажності, або суцільного життєво-особистісного акторства.

передбачає послідовне відтворення Світу Людини як *сумірного* людині, отже, безпечного для неї середовища послуг (сервісів).

У так тематизованому мовленні, покликаному озвучити віртуалізований Світ Людини як світ суб'єктивістського «самобуду», де людина в умовах загибелі об'єктивності як такої агностично приречена на саму себе⁷, привілейоване місце «етичного камертону» обіймає тема фінансових продуктів/послуг⁸, насамперед – кредиту⁹. Останній все частіше постає не лише як об'єкт мрійливих спекуляцій, а ще й як актуальний предмет суду (див. раніше) й навіть справжній міф.

Звісно, продукти кредитно-фінансових інститутів¹⁰ або послуги щодо пасивних¹¹ та активних¹² операцій є найперше системою господарських та інших *зручностей*, що надаються клієнтам у вигляді сервісних дій¹³. У цьому плані в них немає нічого суттєво міфічного. Точніше, тут представлено, сказати б, нульовий рівень міфологізації.

Але де ж тоді нам чекати на справжню зустріч із міфом? Як народжується той приватизований Світом Людини, стимульований його рекламою «міф про кредит»¹⁴, де карикатурна «мавпа-споживач» є «носієм найфундаментальніших моральних вимог Заходу»¹⁵, «банки – всесильні»¹⁶, а реклама «спасає»¹⁷?

⁷ Не знаючи себе саме по суті через відмову від абсолютноного виміру життя, отже, будь-якої осмисленої міри об'єктивності й суб'єктивності взагалі. Пор. «полишеність людини на саму ж себе» в О. Ф. Лосева у його роздумах про західний стиль економічного життя [20, с. 743].

⁸ Продукти тут – це взагалі будь-що вироблене, а послуги – це дії з надання зручності для задоволення потреб і/чи бажань.

⁹ Пор. «хід» Ж. Бодрійяра: «Так само як “персоналізація” – аж ніяк не лише рекламний виверт, але фундаментальне ідеологічне поняття, так само й кредит – аж ніяк не лише економічний інститут, а фундаментальний вимір усього нашого суспільства, його нова етика» [4, с. 131].

¹⁰ Переважно – комерційних банків, а також страхових компаній, ощадних інститутів, пенсійних фондів, фондів грошового ринку *etc.*

¹¹ У напрямку акумуляції коштів на банківських рахунках.

¹² У напрямку вкладання/розподілу залучених коштів.

¹³ Пор. обмін товарами і послугами як обмін зручностями у «Структурній антропології» К. Леві-Стросса, а також однотипні сюжетні «ходи» у Бодрійяровій праці «До критики політичної економії знака» або у Р. Барта в другому, «буржуазному», розділі його «Міфологій».

¹⁴ Що, наче війна у Дж. М. Кейнса, увиразнює «для всіх можливість споживання та для багатьох – беззмістовність помірності». І далі: «Класи трударів можуть більше не обтяжувати себе нестатками. Клас капіталістів, утративши віру в майбутнє, може прагнути шодуху насолодитися наявними досі можливостями споживання й тим наблизити час їхньої втрати» [43, с. 18].

¹⁵ Пор. пасаж А. Глюксмана у Вступі до книги «Одинадцять заповідь» [7, с. 9].

¹⁶ Пор. цей «крик душі» австро-американського економіста (а разом і чернівецького професора) Й. Шумпетера (1883–1950) у зв'язку з теорією антициклічного регулювання економіки, до якої – разом із самим Шумпетером – приклали руку німецький банкір А. Ган (1889–1968), англійські економісти Дж. М. Кейнс і Р. Хоутри, а також їхній американський колега Э. Хансен та ін.

¹⁷ Щодо «врятувальної» функції реклами, що, наче нова релігія,

Він виникає там і тоді, де й коли звичайна банківська (і будь-яка інша) послуга раптом, зазвичай – за допомогою реклами, перетворюється виробником/продавцем на щось вельми особисте для її споживача, тобто важливе/потрібне/цікаве для особистості в її абсолютному, а не плинному, власне історичному вимірі. Саме цей абсолютизм, що притьмом прозирає крізь плин повсякдення, й прилучає особистість до світу чудесного, світу виконання бажань, того, «як треба жити»¹⁸, тим самим забезпечуючи позиціонування/просування послуги на ринку як підстави для реалізації мрії, засобу досягання життєвого успіху, способу здобування поваги/любові серед власного оточення, підвалин справжнього добробуту, нарешті – джерела задоволення і навіть блаженства.

Ці попередні міркування потребують пояснень.

Тож з огляду на ключову роль міфу як невід'ємної форми організації життя й на пояснювальну силу самого сучасного міфу про постмодерне/пост-(пост)індустріальне/глобалізоване суспільство¹⁹ (пор. чинні міфи про культуру «участі», громадянської відповідальності й солідарності²⁰; відкриті можливості й горизонтальні структури демократії²¹; неперервну освіту упродовж усього життя, інновації та економіку знань²²; комфорт і задоволення²³; неперервне споживання²⁴; суспільство

стверджує людину у вічності, пор. «хід» Бодрійяра: «Отже, у реклами нас “відчужують” і “містифікують” не ті чи інші мотиви, слова, образи – скоріше нас підкоряє та дбайливість, з якою до нас звертаються... піклуються про нас... Реклама надає речам щось таке, без чого “вони не були б собою”, – особливу “теплоту”... Річ націлена на вас, вона вас любить. Оскільки ж вона вас любить, ви й самі себе почувате існуючим – ви “персоналізовані”. Це і є головне, сама ж купівля відіграє другорядну роль... Якщо ж річ мене любить (а любить вона мене через рекламу), то я врятований» [4, с. 141].

¹⁸ Пор. у «Міфологіях» Р. Барта: «Семіологія вчить нас, що завдання міфу полягає в тому, аби надати історично обумовленню інтенціям статусу природних, піднести історично плинні форми до рангу вічних» [2, с. 111]. Можливо, це і є той «глибоко схований у міфі ідеальний (?! – Ю. С.) зміст» [3, с. 275], котрий пропонує почути Бенедетто Кроче (див. епіграф до розділу II).

¹⁹ І знову Барт: «...наше суспільство об'єктивно є привілейованою сферою міфічних значень» [2, с. 111].

²⁰ Див.: [37].

²¹ Див.: [37].

²² Див. хоча б: [5].

²³ Аналізуючи логіку впливу реклами не як «логіку тези і доказу», а як «логіку легенди і включеності в неї», Бодрійяр далі визначає чинну тут «міфологію»: «Так у його (споживача. – Ю. С.) очах створюється струнка світобудова, спрямована на вищу мету – зробити нам приємність» [4, с. 139].

²⁴ І знову Бодрійяр: «...Подібно до того як потреби, почуття, культура, знання – всі притаманні людині сили інтегруються в устрій виробництва як товари, матеріалізуються як продуктивні сили, аби піти на продаж, – так і всі бажання, задуми, імперативи, всі людські пристрасті та стосунки сьогодні абстрагуються (чи матеріалізуються) у знаках і речах, щоб перетворитися на предмет купівлі й споживання». І далі: «...споживання, аби залишитися... життєвим принципом, має або перевершити себе, або безкінечно повторюватися» [4, с. 165, 168].

комунікації²⁵ etc.²⁶), я зупинюся далі на кількох моментах.

Насамперед варто пригадати деякі традиції осягання категорії «міф» у західній культурі з урахуванням відсутності скількись зрозумілої єдності у цьому питанні. Слідом за тим ми позначимо своєрідні «реперні точки» загальної діалектики міфу²⁷, що дозволяє перейти від застарілих наївно-емпіричних (пор. евгемеризм), наївно-раціоналістичних (пор. солярну концепцію) або прямо психологічних (*Леві Брюль*) теорій міфу до ясного розуміння міфу як необхідного – повсякденного й разом із тим чудесного! – моменту життя. Ці «ходи» й повинні, зрештою, допомогти нам у завершальній реконструкції базових елементів такого значущого для кризової міфотворчості епохи глобалізації «міфу про кредит»²⁸.

II. Тези до загальної аналітики міфу

Витончені душі й піднесені уми завжди вміли знайти та почути глибоко схований у міфі ідеальний смисл.

Бенедетто Кроче [3, с. 275].

§ 1. Західна традиція осягання категорії «міф»

Опинившись у самому кінці традиції завдовжки в 2,5 тисячі років і маючи на увазі попередні

²⁵ Пор. у Е. Сепіра в його «Комунікації»: «...суспільство являє собою вищою мірою заплутану мережу актів часткового чи повного взаєморозуміння між членами організованих об'єднань різного розміру й складності... вона щодня відроджується або творчо відтворюється за допомогою певних актів комунікативного характеру...». Отже, будь-який культурний стереотип чи акт соціальної поведінки «експліцитно або імпліцитно містить комунікацію як складову частину» [34, с. 210]. Пор. також показові визначення Т. Парсонса: «гроші є високоспеціалізованою мовою», циркуляція грошей – «відправлення повідомлення», грошова система – «код у граматико-синтаксичному сенсі». Або ще: «Економіка – це вивчення повідомлень-товарів» (Ф. Россі-Ланді).

²⁶ Пор. також біхевіористські теорії соціального обміну, що розглядають міжособистісну комунікацію як збалансований/незбалансований – винагородно-витратний – обмін ресурсами: любов'ю, статусом, послугами, товарами, інформацією та грошима, – оскільки: 1) людська поведінка мотивована жагою отримати задоволення й уникнути страждань; 2) джерелами обох потягів є дії інших людей; 3) ці дії можна використати для збільшення задоволення; 4) люди прагнуть отримати максимум задоволення при мінімумі витрат.

²⁷ У річниці максимального релевантної для нашого дослідження концепції О. Ф. Лосева [15].

²⁸ Що все частіше об'єднується з «міфом про рекламу» в ході побудови/реконструкції соціального міфу «Суспільства споживання». Тому в розділі Д. П. «Кредит. Чари купівлі» Бодрійярової «Системи речей» (тут характерним є перегук із назвою глави V й одночасно іменем однієї із семантичних функцій – саме «Чарівні дари» – у знаменитій книзі В. Проппа «Історичні корені чарівної казки») ми читаємо: «Дійсно, кредит, як і реклама, має здатність чинити роздвоєння у покупці із її об'єктивних визначальних факторах. Купувати у кредит – означає отримувати цілу річ за частку її реальної вартості. Мінімальний внесок – і грандіозний прибуток» [4, с. 133–134].

підсумки цієї зовні неспішної роботи думки, було б дивно в межах журнальної статті прагнути надмірної скрупульозності. Тому я дозволю собі обмежитися лише стислою довідкою загального характеру. Пунктирно окреслюючи магістральні шляхи осмислення (прото)Європою категорії «міф», тут варто найперше згадати такі імена, підходи, концепції, традиції та школи:

1) традицію діалектичного тлумачення грецької міфології: *Платон*²⁹, а також неоплатоніки *Плотін*³⁰, *Ямвлік Халкідський*³¹, *Прокл*³², *Дамаскій*³³ etc.;

2) основоположну для християнського богослов'я містичну діалектику «небесної» та «церковної» ієрархії: *Св. Діонісій Ареопазит*³⁴;

3) тлумачення грецької міфології у зв'язку з взаємовідношенням мікорокосму (= людина) і макрокосму (= боги як розумні сили світу): флорентійські неоплатоніки XV ст. на чолі з *Марсіліо Фічіно*³⁵;

4) алегоричне тлумачення грецької міфології у зв'язку з ренесансним розумінням природи і людини як творчих процесів: *Френсіс Бекон*;

5) баналізоване розуміння міфу як байки: французькі просвітники XVIII ст.;

6) естетичне тлумачення міфів як «історій ідей»: *Шиллер* і *Гете*;

7) фізіономічне тлумачення міфу про Фауста як носія специфічного «західного духу»: *О. Шпенглер*;

8) тлумачення міфу як способу оформлення сфери несвідомого, в основі якого лежить принцип здійснення бажань: *З. Фройд*, *Фр. Рінкін*, *К. Абрахам*, *Е. Джонс*, *О. Ранк*, *К. Юнг* etc.;

9) антропологічна школа тлумачення міфу: *Ед. Б. Тейлор*;

10) ритуальний підхід, де ритуал передує міфу: *Дж. Дж. Фрезер*;

11) розуміння міфу як своєрідно організованої справжньої реальності, котру можна представити у текстах особливого роду³⁶ та інтерпретувати через опис стандартного (= «прототипічного») набору функцій: *Володимир Пропп*;

12) тлумачення міфу як особливої семіотичної системи: *К. Леві-Стросс*;

13) розуміння міфу найперше як особливої «мови»: *Р. Барт*.

²⁹ Із загальнокосмічним розумним віталізмом його «Філеба», «Федра», «Бенкету», «Кратіла» чи «Тімея».

³⁰ Із його інтелігібельним Еросом (III, 5 [12–32]) [23; 25].

³¹ Із феноменологічними і відверто теургічними мотивами його «Єгипетських містерій» (I, 3) [36].

³² Із діалектикою божественних засад у його «Платоновій теології» [26].

³³ Із його синтетичними за духом «Першими засадами» [9].

³⁴ Див. «Про небесну ієрархію» зі схоліями, приписуваними преп. Максиму Сповіднику [10].

³⁵ Із його «Платоновією теологією стосовно безсмертя душі».

³⁶ Пор. «чарівну казку».

Загалом історія (прото)європейської філософії та культури знає принаймні *чотири* серйозні концепції міфу за авторством:

1) неоплатоніка *Прокла*, який на зламі тисячолітнього розвитку грецької міфології виявив її справжню діалектичну структуру;

2) *Шеллінга*, який у своїх лекційних курсах, академічних промовах і філософських трактатах, присвячених системі світових епох, самофракійським божествам і містеріям, а також філософії міфології та об'явлення, відкинув поетичне, алегоричне, моралістичне, фізичне, космогонічне, філософське, філологічне, історичне і псевдорелігійне розуміння міфу задля його інтерпретації як сфери існування істинних первообразів – вихідних і найзагальніших ідей різноманітних речей цього світу, інакше – богів, які сприймаються душею людини;

3) *Е. Кассіпера*, який у «Філософії символічних форм»³⁷ відкинув поетичне, алегоричне, фізичне, космогонічне розуміння міфу задля того, аби дослідити «міфічну свідомість» *по суті*, тобто з неї ж самої, адже для такої свідомості не розрізняються істинне й позірне, уявне й дійсне, думка про річ і сама річ, а є лише одна абсолютна реальність, де все постає суттєвим – і не випадковим, логічне (= знання) цілком тотожне з алогічним (= життям), і життя виявляється абсолютно зрозумілим та ефективним у кожному своєму прояві;

4) *О. Ф. Лосева*, який в «Античному космосі та сучасній науці», «Нарисах античного символізму і міфології», «Діалектиці художньої форми», «Діалектиці міфу» *etc.* дав точну діалектику міфу як особистості, яка творить історію, все розуміє й цілком усвідомлює себе (= здійснений ідеал), тож міф не є поетичним прикладом (як байка) або безплідною фантазією (як вимисел) і розташовується не позаду (як казка), а наче попереду (саме як ідеал) усієї історичної епохи, постаючи її справжньою метою – поясненням, як саме треба жити, і що таке це «правильне»³⁸ життя».

Саме лосевська концепція міфу, що увібрала весь попередній європейський досвід його інтерпретації, й буде підставою для наступного етапу дослідження.

§ 2. Міф і його основні структурні компоненти: до проблеми визначення

Отже, продовжимо наш «шлях до міфу» в «покроковому» режимі.

³⁷ Див. т. 2 «Міфологічне мислення».

³⁸ Інакше – життя «за правилами», тобто саме розумне життя.

1. Для початку домовимося, що таке **смысл**?

У найзагальнішому вигляді **смысл** – це «внутрішнє» речі, те, що речі значать³⁹, що вони є *по суті* й чим відрізняються одна від одної. Як такий він є справжній *предмет* мислення як смислового ж саморозуміння.

2. А тепер про те, що таке **річ**?

Річ є фактично втілений у наявному існуванні **смысл** *resp.* **смысл**, відкритий для всієї своєї, далі вже **смыслово** визначеної й у цьому плані не залежної більше ані від чого дійсності. Інакше: це саме в-собі-визначена явленість **смыслу** перед лицем і на тлі всього «іншого», тобто не-**смыслу**, – підстава для реального *синтезу* **смыслу** й не-**смыслу**, **смыслу** та його «іншого» (носія), **смыслу** – і факту в різних буттєвих формах⁴⁰. Визначені у своєму існуванні неживі предмети, рослини, живі істоти, продукти думки чи навіть особистості – все це в зазначеному сенсі «речі».

3. Нарешті, про те, що ж таке **факт**?

Факт – це «зовнішнє» речі, той бік речі, що реально *втілює* **смысл**, саме «носій» **смыслу**⁴¹. Різниця між **смыслом** і **фактом** – це різниця між **смыслом** і не-**смыслом**, **смыслом** – і тим, що саме по собі не є **смыслом**, а буквально несе його на собі⁴². Тому як такий **факт** не мислиться, а *відчувається*, й потребує не знання, а досвіду.

4. Якщо **смысл** речі відкритий їй самій, якщо вона не лише *в собі*, а й *для себе* самої відповідає собі, є істинною, тобто тим, що вона є *по суті*, якщо вона розуміє, що вона таке і (головне!) хто вона така, ми кажемо про розумну річ – й узагалі про **ідею**, або **свідомість**⁴³. У свідомості річ перетворюється на **організм**, який себе саме усвідомлює, **смыслить** (*Антон* усвідомлює себе *Антоном*, *Іван* – *Іваном*, дружина – дружиною *etc.*).

³⁹ Е. Гуссерль (услід за стоїками) стверджував: **смысл**, сутність не є, **смысл** – значить [8, с. 75–80].

⁴⁰ У трактаті «Річ та ім'я» О. Ф. Лосев у дусі старого платонізму, підтриманого вченням про річ як результат існування у «Науці логіки» Гегеля, пише: «Річ не є лише щось внутрішнє. Річ є також і об'єктивна реальність, об'єктивне... ствердження, певна втіленість і ствердження усього внутрішнього – як факту, як дійсності, як буття – одне слово, як чогось обов'язково зовнішнього» [14, с. 844].

⁴¹ Див. учення старого платонізму про космос як втілення **смыслу** в іншому, не-**смыслі**. Див. також визначення О. Ф. Лосевим факту як «носія ейдосу» *resp.* того, «що саме осмислює ейдос, що його сприймає на себе і що тим самим його проявляє й виражає» [24, с. 685].

⁴² Як реальне волосся на голові є волоссям за фактом, реальний **факт** «волосатості».

⁴³ Гегель, услід за вченням Платона про розумне сходження в «Бенкеті», Арістотеля – про космічний Розум у «Метафізиці», ноологією Плотіна – у трактатах п'ятої «Енеади» і Прокла – у «Першозасадах теології», бл. Августина – у *Confessiones*, а також Кузанца *etc.*, зазначає: «Ідея є істина у собі й для себе, абсолютна єдність поняття та об'єктивності». Й додає: «Ідея може бути осягнута як розум (це істинно філософський сенс поняття “розум”)...» [6, с. 399, 402].

5. Річ, що себе усвідомлює, самостверджується у становленні *як така, є живою річчю* – й Декарт, попри певну логіко-термінологічну незграбність, загалом слушно зазначає з цього приводу: «Я мислю, отже, існую».

6. Свідомість, аби бути, існувати, обов'язково потребує свого носія, повинна бути *фактично* втіленою. Такий носій свідомості, де свідомість знаходить своє фактичне втілення та здійснення, називається вже не просто річчю (й навіть не просто живою річчю: тепер цього замало!), а – **особистістю**. Особистість – це не «щось розумне», а «хтось», хто мислить (= розум, втілений у науці), волеє (= воля, втілена у моралі) й почуває (= почуття, втілене у мистецтві), тобто саме усвідомлює, розуміє себе і при цьому фактично даний у своєму розумному облаштуванні як такий – в єдності власних розуму, волі й почуття.

7. Особистість – це і є фактично й у цілому втілена свідомість щодо самої себе, котра, таким чином, перетворюється вже не на окремо взяті розум, волю й почуття, а на єдину й цілісну **самосвідомість**, або на те, що середньовічні любовити називали **інтелігенцією**⁴⁴.

8. Буття, життя, в якому особистості усвідомлюють себе у власних діях, учинках *etc.* (= так чи інакше *зрозуміле* життя), називається **історією**⁴⁵.

9. В історії особистість творить *свідомо* саму себе, а навколишнє їй середовище – як *свій* власний світ. Дерево саме по собі – це просто дерево, факт природи. А дерево, під яким переночував *Карл Великий* чи вперше зустрілася закохана пара, – факт історії світу як їхньої *особистої* історії.

10. У цій історії особистості відкриваються для всіх інших, тобто *спілкуються*, саме як особистості. Образ, чи інакше – *вираз*, де особистість розумно відкривається для *іншого*, називається **ім'ям**⁴⁶. Особистості розумно відкриваються (виражаються) в історії для інших у своїх власних іменах.

⁴⁴ Див. у О. Ф. Лосева в «Діалектиці міфу»: «Як не можна зупинитися на відверненій ідеї як такій, і рад-не-рад доводиться говорити про втілення цієї ідеї, про річ, де ця ідея втілюється, так само не можна просто говорити про інтелігентний смысл, тобто про самосвідомість як таку, ані в чому не втілений, отже, нікому не належний. Певна річ, це самостійна категорія... Але вона діалектично вимагає наступної категорії – саме категорії фактів, наявності, дійсності, та й, звісно, не фактів узагалі, але фактів самої цієї інтелігенції, самосвідомості, інтелігентного смислу як втіленої даності, – або, попросту, особистості» [15, с. 190].

⁴⁵ Знову О. Ф. Лосев: «Історія є дане у становленні розуміння буття» [17, с. 357]. І ще: «...річ може бути віднесена до галузі історії та стати історичною лише тоді, коли вона оцінена з точки зору особистості та її становлення...» [15, с. 130].

⁴⁶ Див. таїнство хрещення у християнстві. Див. також трактати О. Ф. Лосева «Філософія імені», «Річ та ім'я». Пор. також: «...маючи ім'я, людина є особистість. В особистості – тожність і синтез тіла і смислу, що дає спільний результат, – міфічне ім'я» [16, с. 39].

11. Ім'я несе на собі, наче відбиток (слід), увесь смисл особистості. Проте тепер цей смисл є вже те, що вона значить *для себе*, її самосвідомість, власне – її «хто»⁴⁷. Отже, ім'я є синтез «внутрішнього» (= свідомість) і «зовнішнього», втіленого (= особистість), в якому це «внутрішнє» виражається *фактично* перед лицем і на тлі всієї можливої позасмислової, справді інобуттєвої інакості. Такий синтез «внутрішнього» і «зовнішнього» називається **символом**⁴⁸.

12. Зовсім не обов'язково будь-який вираз, будь-який синтез «внутрішнього» (смыслу, ідеї, свідомості взагалі) й «зовнішнього» (факту, емпірики, чуттєвості, речі) є символом. Насправді тут можливі, як правильно вважав *Шеллінг* у «Філософії мистецтва» [35, с. 105–110], принаймні три варіанти об'єднання «внутрішнього» й «зовнішнього» (= втілення смислу у факті – й осмислення факту смыслом). Це пов'язано саме з тим, наскільки повно «внутрішнє» як більш *загальне* й *абстрактне* у речі виражається назовні, у «зовнішньому» – як більш *конкретному*, *реальному* й *образному* моменті речі.

а) Перший можливий синтез «внутрішнього» й «зовнішнього» – **схема**. Тут «внутрішнє» (смысл, ідея) сповна підкоряє собі «зовнішнє» (факт, матеріал, образ), і «зовнішнє» нічого не додає *від себе* до «внутрішнього», а лише втілює на собі цей цілком чужий йому й незалежний від нього смисл. Класичний приклад такого схематизму – **механізм**. Смисл, ідея механізму є *методом* і *законом* осмислення самого механізму, об'єднання всіх його часток. Проте вона «зовсім не стає багатшою від додавання... окремих і всіх, разом узятих, часток механізму» [15, с. 63]. Так само й окремі частки механізму ані в чому не змінюються завдяки цій ідеї, а лише отримують від неї *«метод їхнього об'єднання»* [15, с. 63].

б) Другий можливий синтез «внутрішнього» й «зовнішнього» – **алегорія**. Тут ми знаходимо зворотні стосунки між тим й іншим, бо «зовнішнє» (факт, «реальне») тут є повнішим, реальнішим та цікавішим за «внутрішнє» (смысл, ідею, «ідеальне» взагалі). Тож «зовнішнє» на відміну від схеми тепер більш самостійне, ніж «внутрішнє», яке з ним не вельми й пов'язане. В підсумку «зовнішнє», **образ**, є лише більш чи менш *випадковий* вираз «внутрішнього». «Зовнішнє»

⁴⁷ Арістотель називав такий смисл будь-якої речі її власною «щойністю» (*quidditas* – у термінах середньовічних схоластів), тим, «що ця річ є сама по собі», «позначення (смысл. – Ю. С.) чого є визначенням» [1, с. 191 (1029b 15); с. 192 (1030b 5-10)] цієї ж таки речі.

⁴⁸ Див. про символ як повноту інтелігенції в [16, с. 36]. Див. ще античні аналоги загальнодіалектичного вчення про символ – учення неоплатоніків про еманацию або Арістотеля – про енергію.

тут завжди є переносним, *інакомовним*, воно зовсім не обов'язковим і суттєво необхідним чином виражає, ілюструє «внутрішнє», вказує на нього й відсилає до нього. «Зовнішнє» в алегорії є, власне, лише більш чи менш повна **ілюстрація** «внутрішнього». Такою є будь-яка байка. І хоча, скажімо, в байці *Езона* «Голубка і гава» гава, почувши, як голубка вихвалялася купою своїх пташенят, зауважує: «Годі, любя, цим вихвалитися... тим гірше будеш ти оплакувати своє рабство», навряд чи хто-небудь серйозно вважатиме реальну голубку в реальному голубнику такою собі «любою», приписуючи їй певні інтимні й цілком людські – міжособистісні – характеристики. Тобто «образ» тут означає одне, а «ідея» – дещо зовсім інше» [15, с. 64].

в) Нарешті, третій можливий синтез «внутрішнього» й «зовнішнього» – **символ**. У символі на противагу схемі й алегорії ми знаходимо «повну рівновагу між “внутрішнім” і “зовнішнім”, ідеєю й образом, “ідеальним” і “реальним” [15, с. 65]. Тому символ ані до чого не відсилає, він є цілком самостійна дійсність, де принципово однаково, з чого почати: чи то з «образу», чи то з «ідеї». Тут смисл і факт *ототожуються*, синтезуються не лише по суті, за смислом, а й за фактом, цілком *речовинно*. Тому який-небудь Прометей – це не схема й не алегорія, а найсправжніший символ благоустрою світу на засадах розуму. І Геракл у своїх численних подвигах не лише *за смислом*, а й *за фактом*, як жива істота, є речовинно даний символ благоустрою світу, але вже на засадах розумної сили.

13. Так ось, ім'я як *символ*, вираз свідомості, інакше – символічно, в імені («назовні») дана свідомість («внутрішнє»), котра береться тут в її історії, і є **міф**. Ця втілена особистістю свідомість – саме з огляду на своє повне й остаточне втілення – не є окремо взяті розум, воля чи почуття як специфічні *функції* особистості, а є сама особистість. Тож у міфі нема нічого спеціально *теоретичного*, ніякої наукової *абстрактності* чи голого *логізування* над дійсністю. Так само нема в міфі нічого спеціально *вольового*, ніякої спеціальної телеологічності, спеціальних синтезів свободи й необхідності, та й узагалі *моралі*. Нарешті, нема в міфі і ніякого спеціального *мистецтва*, нічого *естетичного* і власне «прекрасного» чи «поетичного».

14. А є в міфі сама *реальна*, фактично втілена особистісна дійсність. Тільки дана вона тут на тлі свого *повного* осягання, тож вражає своєю новизною й нечуваністю з точки зору звичного плину життя, де такої повноти осмислення й розуміння нема. У підсумку міф є принципово *ненауковим*,

неморальним і *непоетичним*, а саме *життєвим*. Міф і є саме **життя**, дане у своєму повному й остаточному, саме *граничному*, розумінні, – як життя в його абсолютній відповідності самому собі. Життя як **ідеал**, життя «як треба».

15. Таким чином, у міфі особистість є саме *в принципі* абсолютно свідомо діючою особистістю. При цьому, повторю, її самосвідомість береться тут у своєму *максимальному* виразі. Це і є **ім'я**. Інакше кажучи, діяти свідомо для особистості в міфі означає буквально *іменувати* себе, тобто розповідати про себе *по суті*, перетворюючи історію на пряме й безпосереднє *самойменування*. Тому в міфі ім'я завжди є **магічним**, воно просто-таки саме творить історію – як *власну* історію⁴⁹.

16. Тим самим розгорнуте в історії ім'я перетворюється на **текст**⁵⁰.

17. Тому **міф** є дане в історії магічне ім'я *resp.* текст особистості як живої істоти, котра завжди є тим, чим вона є *насправді*, тобто цілком себе усвідомлює й розуміє, цілком собі відповідає й тим являє для себе справжній **Ідеал**.

18. Проте на ділі, у повсякденному житті особистість далеко не завжди цілком усвідомлює, розуміє себе. Скоріше, навпаки: часто вона проживає життя, не сповна пам'ятаючи себе, не відаючи сповна, що чинить. Таким чином, у своєму звичайному, «інобуттєвому» щодо ідеалу існуванні «особистість повторює лише окремі й підлеглі моменти, котрі в ній як такі дані відразу, непорушно й раз назавжди» [15, с. 203]. В підсумку «вона є те чи інше *наближене значення*, що прагне до своєї межі, – абсолютного самоствердження особистості» [15, с. 203]. З цим і пов'язана «ієрархічна природа міфу» [15, с. 203]⁵¹.

19. За повне й абсолютне самоствердження особистості у вічності, як відомо, відповідає **релігія**⁵². Мовою релігійного міфу воно називається **спасінням** і гранично уособлене у факті Богоства⁵³.

20. Так у звичайній, земній особистості, в кожній конкретній людині відкриваються для аналізу два плани:

⁴⁹ Міф, слідом за Р. Бартом, це і є «слово, обране історією» [2, с. 73].

⁵⁰ Див. про це в [31].

⁵¹ Отже, й можливість досліджувати міф з точки зору його наближення/віддалення щодо своєї природної межі – цілковитого самоствердження особистості назавжди.

⁵² Пор. у О. Ф. Лосева – підсумком усього антично-середньовічного розвитку європейської філософії: «Адже релігія претендує на субстанційне самоствердження особистості, тобто на самоствердження у вічності» [15, с. 207].

⁵³ Див. щодо різних типів особистостей-«інтелектуалів» у сфері релігійного досвіду [33, с. 32–36].

а) *часовий*, де особистість є для себе і для інших такою, якою вона є в цьому земному житті, тут і тепер, конкретно-історично: *до міри* (= ієрархічно, *різноцінно*) розумною, *до міри* (= більше чи менше) свідомою, *до міри* (= лише так чи інакше) такою, яка розуміє себе й те, що вона чинить;

б) *вічний*, де особистість відкривається для себе і для інших такою, якою вона, можливо, *тут і тепер* не видається, але якою вона *в принципі* може й має бути: цілком і всеосяжно, безкі-нечно різноманітним чином, у своїй «відразу-всюди-присутності», принципово «самовитою» *resp.* автентичною – не більше й не менше (= «один в один»).

21. Сполучення, синтез цих двох планів (часового, конкретно-історичного – й вічного), коли особистість раптом, неочікувано постає у повсякденні саме такою, якою вона взагалі *має* бути⁵⁴, для себе і для всіх інших, називається **дивом**, або *міфічною доцільністю* [15, с. 201]. І тоді в один момент, *чудесним*, тобто логічно ні-як не пояснюваним чином, на рівні акту **віри**, ми зненацька обираємо собі пару на все життя, вирішуємо, «наша» це людина чи ні, бачимо ледь знаного співрозмовника наскрізь. У цьому сенсі все реальне життя постає як реалізація чудесного в різних речах – від максимально виразної до абсолютно непомітної у своїй буденній повсякденності⁵⁵.

22. З цієї точки зору варто уточнити визначення міфу: **міф – це чудесним чином дане в історії магичне ім'я (= текст) особистості**. При цьому реальне життя – це просто *різний* ступінь вияву *чудесного* і *міфічного* залежно від того, який аспект, план, модус особистісного буття знаходить тут своє втілення.

23. Так, якщо особистість розглядається найперше в аспекті **розуму**, вона стверджується у факті особистої **віри** (адже особистість не може не вірити в те, що вона знає) – і тоді ми «на виході» маємо *диво ствердженої віри*⁵⁶.

24. Якщо ж особистість розглядається насамперед в аспекті **волі**, вона стверджується у факті особистої **надії** (адже особистість не може не сподіватися на те, що вона чинить розумно, «правильно», так, як вона *знає*) – і тоді ми «на виході» маємо *диво справдженої надії*, «продуктом» якого є **задоволення**⁵⁷. Оскільки

⁵⁴ Тобто цілком самою собою.

⁵⁵ Див.: [15, с. 201].

⁵⁶ З приводу особистісних реалізацій категорії віри, а також (пор. далі) надії та любові – див. у [33, с. 30]. Див. також: [32, с. 84–86, 97–98].

⁵⁷ Цей висновок сполучний з ученням Канта про «естетичну доцільність» у «Критиці здатності судження», коли Кант

ж у сфері волі традиційна психологія розміщує в тому числі й **бажання**, своєрідним «підкласом» такого дива є *диво здійснення бажань* у рамках класичного **міфу про здійснення бажань**⁵⁸. [Зауважу наперед: воно прямо пов'язане з актуальною для даного дослідження темою *послуг кредитно-фінансових установ як предметом міфологізації*⁵⁹.]

25. Нарешті, якщо особистість розглядається передусім в аспекті **почуття**, вона стверджується у факті особистої **любові** (особистість не може не любити себе в тому, що вона чинить розумно, «правильно», тобто *результати* своєї справи) – і тоді ми «на виході» маємо *диво спасенної любові*⁶⁰.

26. Якщо у міфі все є так чи інакше *чудесним*, і все є так чи інакше *особистим*, виникає закономірне питання: «Чи можна розглядати міфічно, в аспекті міфу, тобто як живі, розумні істоти, **речі**⁶¹, які *самі по собі* не є особистостями, – і якщо це можливо, то як саме?».

27. З попереднього викладу зрозуміло: діями міфу, міфічними суб'єктами, інакше – міфічними істотами, може бути все, що завгодно: предмети і явища неживої природи (каміння, громи, блискавки), рослини, тварини, фінансові механізми, але – за однієї умови. Вони мають бути «зрозумілими й сконструйованими з точки зору особистісно-міфічної свідомості» [15, с. 99]. Ці особистісні свідомість і сприйняття, значущість речі для особистості перетворюють на особистість і міф предмети, що *самі по собі* не є особистостями й міфами: кров, волосся, серце, квітку папороті [15, с. 99], сушену жаб'ячу ніжку в руці у шамана⁶² або, наприклад, ті чи інші важливі для суспільства економічні, політичні, культурні інструменти.

28. Інакше кажучи, всі речі, якщо брати їх не абстрактно, ізольовано (стіл *як* стіл, камінь *як* камінь, кімнату *як* кімнату – та й годі: у цьому

каже про збіг випадкового перебігу емпіричних явищ з цілями, мотивами, намірами суб'єкта. Результат цього збігу/незбігу – почуття **ЗАДОВОЛЕННЯ / НЕВДОВОЛЕННЯ**.

⁵⁸ Пор. міфологічні ситуації «ПОПЕЛЮШКА», «БРИДКЕ КАЧЕННЯ», «ЦАРІВНА-ЖАБА» *etc.* У даному випадку я не маю на увазі переважно фрейдистську трактовку міфу (див. § 1), а фіксую цей міфологічний сюжет як один із принципово можливих.

⁵⁹ Яка опанувала вельми перспективний плацдарм у просторі інтернет-реклами.

⁶⁰ Ще раз нагадаю цитовану думку Бодрійяра про сучасну рекламу, яка відкрито демонструє релігійну функцію рекламного міфу «турботи і служіння» у сучасному Світі Людини як Світі Автономної Особистості *resp.* Світі Культури, вже не просто «допомагаючи», а забезпечуючи саме «існування» й узагалі «спасіння» людини [4, с. 141].

⁶¹ Наприклад, ті ж предмети/послуги ринку кредитування.

⁶² Пор. амулети з приписуваною їм чудесною, магичною силою.

вся суть проблеми!), а розглядати саме як предмети живого, *особистісного*, – наприклад, людського – досвіду, «обов'язково є міфами» [15, с. 102].

29. Тоді кімната буде вже не просто певним смыслом і певною «річчю», а саме «особистим приміщенням у будинку». Як міфічна істота вона тепер може виявитися *живою, радісною, холодною, злою* або, скажімо, будучи наповнена модними меблями, – *межею всіх життєвих мрій*, взагалі *смыслом життя*⁶³. З іншого боку, власне авто постане не просто «засобом пересування», що нічим не відрізняється від інших. Як міф воно тут-таки перетвориться на живу істоту чоловічої чи жіночої статі з відповідним іменем і нором: *злим, добрим або підступним*, причому це буде вже життєвий *символ успіху, добробуту, незалежності etc.*⁶⁴ Нарешті, зубна паста – це лише зубна паста, певна речовина, що наноситься на зуби зазвичай двічі на добу. Натомість вона ж, узята як міф, відразу перетворюється на першого вранішнього співрозмовника, якому можна переповісти нічний сон або повідати про плани на сьогодні, як це ведеться у малечі.

Такими ж міфами по суті виявляються:

◆ сучасна **наука** з її апологією лише одного з багатьох видів знання, а саме *наукового*, що як таке, як певний смысл, не гірше й не краще від інших видів знання – саме як певних подібних *resp.* предметно визначених *смыслів*;

◆ сучасна **демократія** – як *панацея* від усіх суспільних хвороб, хоча сама собою вона є лише однією з можливих форм правління – й у власне логічному сенсі, тобто *по суті*, нічим не гірша й не краща від інших;

◆ **захід** – як світове *Добро*, хоча сам по собі він лише географічно визначена частина території землі, міфологізована як земний рай;

◆ **іслам** – як світове *Зло*, хоча сам по собі він лише одна з кількох світових релігій;

◆ сучасна **глобалізація** – як єдино вірний шлях у майбутнє для «ощасливлених» мільйонів, хоча сама по собі вона лише одна з можливих економічних реальностей – і в цьому сенсі не гірша й не краща від інших.

30. Усе це лише так чи інакше інтерпретовані **чудеса**⁶⁵ і предмет того чи іншого – принципово

недовідного – **віровчення**. Інакше кажучи, то є найсправжніші міфи, й ґрунтуються вони на щонайсравжнішій вірі. А віра від часів *Платона* розуміється як специфічний вид знання, котре саме по собі нічого не доводить, але прямо й безпосередньо *стверджує*: «Все саме так і є!».

З цих позицій та з урахуванням раніше отриманих результатів перейдемо до попереднього опису послуг/продуктів кредитно-фінансових установ як наріжного міфу сучасної західної цивілізації⁶⁶.

III. Кредит у світлі міфічної доцільності

Уже в неприхованій формі висловлюється думка, що між міфом та *історією* ніде не вдається провести ясний логічний поділ, більше того, будь-яке історичне розуміння просякнуте справжніми елементами міфології й необхідно пов'язане з ними.

Е. Кассіпер. Міфологічне мислення [11, с. 11].

Простір кредитування буде представлено тут у термінах щойно отриманого визначення міфу, тобто в рамках «**міфу про кредит**». Лише відтворивши його вихідну – прототипічну – структуру, можна далі осмислено здійснювати маркетинговий аналіз ринку кредитування з урахуванням його основних сегментів: 1) чинних *гравців*; 2) пропонувананих ними *фінансових продуктів*; 3) основних груп *споживачів*. Проте – на все свій час.

Отже, у загальному вигляді **кредит** – це грошова або товарна *позика*, що видається кредитором позичальнику на умовах повертання з виплатою позичальником певного відсотка за користування кредитом. Залежно від терміну повертання він може бути довгостроковим і короткотерміновим. З огляду ж на джерела і напрями фінансування, технічні умови і цільове призначення *etc.* зазвичай вирізняють такі види кредиту, як гарантований, міжнародний, державний, банківський, комерційний, споживацький та іпотечний.

Зважаючи на зазначене вище, будь-який національний ринок кредитування у термінах «**міфу про кредит**» можна презентувати так (див. таблицю).

Так виглядає реконструйований «міф про кредит» у його ключових структурних елементах, що дозволяє зробити деякі попередні висновки.

1. У феномені кредиту відкривається та вихідна, зразкова реальність (= міфічний простір), де кредит отримує своє повне, глибинне й доконечне пояснення як *міф про чудесне здійснення бажань*.

⁶³ Пор. приклад з рекламного плакату фірми «Ерборн» у Бодрійяра: «Гарні м'які меблі – це синтез чотирьох факторів: естетики, комфорту, міцності, завершеності...» [4, с. 139].

⁶⁴ І знову Бодрійяр: «Пересування є необхідністю, швидкість – задоволенням. Володіння ж авто дає дещо більше – наче свідчення про громадянство; права водія слугують дворянською грамотою... А вилучення прав водія – адже це своєрідне відлучення, соціальна кастрація» [4, с. 57].

⁶⁵ Абсолютизовані у світлі вічності «бачення» тих чи інших реальних речей/процесів/ідей.

⁶⁶ У світлі згаданого у пункті 24 нашої «аналітики» міфу про чудесне здійснення бажань.

Таблиця. Структурно-змістовні компоненти «Міфу про кредит»

№.№	СТРУКТУРНІ РІВНІ МІФУ	ЗМІСТОВІ СКЛАДОВІ «МІФУ ПРО КРЕДИТ»
1.	СМИСЛ як такий	а) поверхневий рівень (смысл <i>факту</i>) = НАДАННЯ ПОЗИКИ ; б) глибинний рівень (смысл <i>смыслу</i>) = ЗДІЙСНЕННЯ БАЖАНЬ ¹
2.	ФАКТ : втілення смислу	ІНСТРУМЕНТИ КРЕДИТУВАННЯ (= ЗДІЙСНЕННЯ БАЖАНЬ) як своєрідне «тіло» міфу: а) пропонувані ФІНАНСОВІ ПРОДУКТИ б) супутні їм ПОСЛУГИ
3.	РІЧ : фактично втілений у наявному існуванні смисл	ДАР = засіб здійснення бажань
4.	(САМО)СВІДОМІСТЬ : розуміння смислом самого себе як такого	ПРОЦЕДУРИ ДАРУВАННЯ ² (= «голова» міфу): а) РОЗУМ = професійні ПРАВИЛА і КОДЕКСИ б) ВОЛЯ = МЕНЕДЖМЕНТ в) ПОЧУТТЯ = ЗВІТНІСТЬ та ОЦІНКА
5.	ОСОБИСТІТЬ : носій самосвідомості	КРЕДИТНО-ФІНАНСОВА УСТАНОВА = ДАРІВНИК – виконавець бажань за допомогою дару-кредиту
6.	ІМ'Я : відкритий для «іншого» розумний символ особистості	БРЕНД кредитно-фінансової установи ³ = ІМ'Я ДАРІВНИКА – виконавця бажань за допомогою дару-кредиту
7.	ІНДИВІДУАЛЬНИЙ СТИЛЬ : символ особистості в аспекті та з позиції «іншого» ⁴	МАНЕРА ВЕДЕННЯ СПРАВ кредитно-фінансовою установою як дарівником – виконавцем бажань за допомогою дару-кредиту
8.	ІСТОРІЯ : особистісна «картина світу» ⁵	ТЕКСТ ЗВ'ЯЗКІВ ІЗ ГРОМАДСЬКІСТЮ (в тому числі РЕКЛАМА) дарівника – виконавця бажань за допомогою дару-кредиту
9.	МАГІЯ : акт відтворення єдності особистого імені й дії, «слова і діла» (особистісне «дієслово»)	ТВОРЧИЙ АКТ ІМЕНУВАННЯ ⁶ = фактичне САМОСТВЕРДЖЕННЯ ДАРІВНИКА – виконавця бажань через відтворення дару-кредиту
10.	ЧУДО : синтез історичної особистості з її вічним зразком-первообразом	втілення ІДЕАЛУ = фактичне здійснення бажань за допомогою дару-кредиту ⁷
11.	МІФІЧНИЙ ПРОСТІР : локалізація особистості щодо зразка-первообразу ⁸	РИНОК КРЕДИТУВАННЯ = ПРОСТІР здійснення бажань у різноманітних процедурах дарування за участі: а) КОНКУРЕНТІВ = кредитно-фінансових установ – ДАРІВНИКІВ чудесних дарів на змагальних засадах (суб'єкт-агенс ⁹); б) ПРОДУКЦІЇ = чудесних ДАРІВ – фінансових продуктів і послуг (предикат); в) СПОЖИВАЧІВ (обдаровуваних) = чудесних ГЕРОІВ – отримувачів чудесних дарів (об'єкт-пацієнс) ¹⁰
12.	ВІРА : фактично ствержене ¹¹ особистісне знання зразка-первообразу	ЗАДОВОЛЕННЯ = ЗАСВІДЧЕННЯ ЧУДА здійснення бажань за допомогою дару-кредиту в реальному житті як фактичний результат кредитування.

¹ У класичній психології бажання передбачають свідоме переживання актуальних потреб щодо поповнення нестачі. Сам кредит – медіатор, покликаний компенсувати незручність від наявності нестачки. Він дозволяє нужденній *гезр.* неповній особистості повернути цілісність і незалежність (= стати собою), здійснивши бажання й отримавши задоволення через конкретні послуги чи продукти.

² Вони усвідомлюються в діяльності кредитно-фінансових установ з огляду на взаємодію з геросм-отримувачем дару. Процедурність тут підпорядкована традиції з її відображеннями у протоколах оцінки а) правилами, б) прецедентами й в) заборонами, що забезпечує принципову повторюваність дій таких установ, отже, перетворення організації на культурну річ.

³ Може бути представлений на ринку в різний спосіб, у тому числі логотипом організації.

⁴ Обумовлена ім'ям специфічна позиція споживача як «іншого». Щодо смислу категорії «стиль», пов'язаних з нею типів інтелектуалів див. у [33, с. 38].

⁵ Як іменування через факти (тут – фінансові продукти і послуги на ринку кредитування).

⁶ В якому установою постійно самостверджується (= твориться) на ринку як цілісна, незалежна й цілком автономна особистість, узятя в аспекті створення чуда здійснення бажань.

⁷ Через всемогутність і всюдиприсутність кредитно-фінансової установи як цілісної особистості.

⁸ З приводу міфічного простору див. зауваження Е. Кассіра щодо нетотожності за змістом, проте аналогічної за формою ролі простору в міфічному світі порівняно з геометричним простором в емпіричній «природі». Перший діє також наче схема-посередник, що «дозволяє співвіднести один з одним на перший погляд цілком непорівнянні моменти» [11, с. 101]. Адже у реальній природі нема чистих геометричних форм, і будь-яке накреслене нами коло або «річ», названа колом (сонце), насправді з огляду на чисту геометрію не має правильної форми кола. Тобто назвати будь-який предмет круглим, виходячи «з нього самого», не можна без співвіднесення з його геометричним «прообразом» – «правильним» колом, про яке ми знаємо лише завдяки абстракціям «чистої геометрії». Так само й міфічний простір додає справжній вимір речам у ньому, наділяючи їх абсолютним правом на існування.

⁹ У термінах Ч. Філлмора в [41].

¹⁰ Уточнення конкретного «наповнення» цих ролей передбачає аналіз ринку кредитування за трьома цими сегментами, співвідносний із класичним маркетинговим дослідженням. Такий аналіз на матеріалі французького ринку послуг кредитно-фінансових установ як об'єкта міфологізації в Internet-рекламі за 2007–2008 рр. було здійснено за моєї участі в піонерському магістерському дослідженні на факультеті Gestion mention marketing et stratégie в університеті Paris-Dauphine (2009) [42].

¹¹ Без підтверджен: віра не потребує підтверджен – інакше це не віра.

2. Речі-кредити, що існують у цьому просторі як принципи втілення його вихідного смислу – здійснення бажань, постають тут як *дар*.

3. Їхніми фактичними проявами є *фінансові продукти й послуги*, що перетворюються на *предмети дарування*.

4. Ці дари приносять у світ специфічні *особистості* – кредитно-фінансові установи, справжній смисл яких полягає в тому, що вони виступають *дарівниками* – виконавцями бажань.

5. Дарівники відповідають собі у професійних правилах і кодексах (= розум), менеджменті (= воля) й самооцінці (= почуття), де вони усвідомлюють себе як *виконавці бажань* через *процедури дарування*.

6. Відтворюючи дар-кредит, дарівники – кредитно-фінансові установи реально творять *магію* фактичного самоствердження у ролі виконавців бажань.

7. Ця магія може розгортатися в *історію* як принципово особистісну «картину світу» в знаковому просторі *рекламного тексту*.

8. Продуктами магічних дій дарівників користуються обдаровувані-споживачі як *чудесні герої* цього міфу, що постає як достеменна картина світу.

9. У підсумку така магічна діяльність веде до чуда втілення *ідеалу* цього світу – здійснення бажань.

10. Це чудо – *предмет віри*, справжнє *Credo* учасників такого світу й підстава для майбутнього спасіння як остаточного самоствердження в істинній реальності – цілком і навіки.

Так стає зрозумілим глибинний смисл кредиту й головні деталі створеного ним світу *resp.* міфу. На тлі цього міфічного простору і його пожитців (= **простір кредитування-I**) *реальний*, конкретно-історичний ринок кредитування отримує всю необхідну глибину розуміння й може бути витлумачений через *знаковий простір рекламного тексту* (= **простір кредитування-II**) як *емпі-*

ричний аналог такого зразкового світу (= **простір кредитування-III**). Тобто граничне розуміння ринку кредитування як *аналогічного* є неможливим поза звертання до вихідного для нього «міфу про кредит» саме як до *міфу про чудесне здійснення бажань*, який, своєю чергою, слугує своєрідною перепусткою до *міфу про задоволення*⁶⁷.

Тому вся система переконувальних, маніпуляцій і самого функціонування первинних засобів комунікації⁶⁸ отримує адекватну інтерпретацію лише на тлі такого міфу. Поза нього маємо розподілені за змінними: ринками, цінами, асортиментом, географічними, демо-, психографічними й поведінковими факторами⁶⁹ – установи, продукти і споживачів, в яких (як таких) нема нічого чудесного, переконливого і спасенного. Тобто лише цілком відтворивши-структурувавши «міф про кредит», можна далі звертатися до емпіричного дослідження відповідного цьому міфічному простору конкретно-історичного ринку кредитування.

Проміжна ланка тут – знаковий простір рекламного «**тексту про кредит**». Сподіваюся, колись у мене буде нагода познайомити вітчизняного читача із семантикою **прототипічної структури** подібних текстів, у тому числі з **репертуаром сюжетів** (= послідовність зміни текстових ситуацій), *ситуацій* (= безпосередні складові сюжету), *сцен-прототипів* (= вихідні типові варіанти сцен), *субсцен* (= безпосередні складові прототипічних сцен) і *рольових позицій* (= мінімальні складові субсцен – базові елементи глибинної структури). Але поки – *tempus deliberandi*.

⁶⁷ На якому побудовано біхевіористські теорії соціального обміну.

⁶⁸ У термінах Е. Сепіра [34] це мовлення, жестикуляція, публічна поведінка та її імітація в різних «культурах участі» [37], а також похідні від них соціальні натяки.

⁶⁹ Див. хоча б у [44, с. 90–92].

Список літератури

1. Аристотель. Метафизика // Сочинения : в 4 т. ; ред. В. Ф. Асмус / Аристотель. – Т. 1. – М. : Мысль, 1976. – С. 63–367.
2. Барт Р. Мифологии. II. Миф сегодня. Мифология как деполитизированное слово // Избранные работы : Семиотика : Поэтика / Р. Барт ; пер. с фр., под общ. ред. и вступ. ст. Г. К. Косикова. – М. : Издательская группа «Прогресс», «Универс», 1994. – С. 72–130.
3. Бенедетто Кроче. Политическая истина и популярный миф / Бенедетто Кроче ; пер. с итал. С. Мальцевой // Антология сочинений по философии. – СПб. : Пневма, 1999. – С. 272–275.
4. Бодрийяр Ж. П. Кредит. Права и обязанности гражданина потребителя / Жан Бодрийяр ; пер. с фр. С. Зенкина // Система вещей / Жан Бодрийяр. – М. : Рудомино, 1995. – 174 с.
5. Болонський процес у фактах і документах (Сорбонна–Болонья–Саламанка–Прага–Берлін) ; [упоряд. : М. Ф. Степко, Я. Я. Болубаш, В. Д. Шинкарук, В. В. Грубінко, І. І. Бабін]. – Тернопіль : Вид-во ТДПУ ім. В. Гнатюка, 2003. – 25 с.
6. Гегель. Идея. §§ 213–214 // Энциклопедия философских наук / Георг Вильгельм Фридрих Гегель. – Т. 1. Наука логики. – М. : Мысль, 1974. – 425 с.
7. Глюксман А. Одинадцять заповідей / Андре Глюксман ; пер. : О. Шевченко, Є. Єременко ; упоряд. : К. Сігов. – К. : Дух і літера, 1994. – 287 с.
8. Гуссерль Э. Идеи к чистой феноменологии и феноменологической философии. Книга первая / Эдмунд Гуссерль ; пер. с нем. А. В. Михайлова ; вступ. ст. В. А. Куренного. – М. : Академический проект, 2009. – 489 с.

9. Дамаский Диадок. О первых началах / Дамаский Диадок ; пер. с др.-греч. Л. Ю. Лукомского. – СПб. : РХГИ, 2000. – 1072 с.
10. Дионисий Ареопагит. О небесной иерархии [текст] / Дионисий Ареопагит ; пер. с др.-греч. – СПб. : Глагол, РХГИ, Университетская книга, 1997. – LXVI, 188 с.
11. Кассирер Э. Философия символических форм. / Эрнст Кассирер ; пер. с нем. С. А. Ромашко. – Том 2. Мифологическое мышление / М. ; СПб. : Университетская книга, 2002. – 280 с.
12. Кортасар Х. Выигрыши / Хулио Кортасар // Выигрыши : повести и рассказы ; сост. В. Кутейщикова ; предисл. Л. Оповат / Хулио Кортасар. – М. : Прогресс, 1976. – С. 22–355.
13. Лосев А. Ф. Античный космос и современная наука / А. Ф. Лосев // Бытие – имя – космос / А. Ф. Лосев. – М. : Мысль, 1993. – С. 61–612.
14. Лосев А. Ф. Вещь и имя / А. Ф. Лосев // Бытие – имя – космос / А. Ф. Лосев. – М. : Мысль, 1993. – С. 802–880.
15. Лосев А. Ф. Диалектика мифа / А. Ф. Лосев. – М. : Мысль, 2001. – 558, [1] с., 1 л. портр.
16. Лосев А. Ф. Диалектика художественной формы / А. Ф. Лосев // Форма – стиль – выражение / А. Ф. Лосев. – М. : Мысль, 1995. – С. 5–296.
17. Лосев А. Ф. История эстетических учений / А. Ф. Лосев // Форма – стиль – выражение / А. Ф. Лосев. – М. : Мысль, 1995. – С. 321–404.
18. Лосев А. Ф. Миф / А. Ф. Лосев // История античной эстетики: Итоги тысячелетнего развития : в 2-х кн. / А. Ф. Лосев. – Кн. 2. – М. : Искусство, 1994. – С. 347–376.
19. Лосев А. Ф. Мифологическая эстетика // История античной эстетики : Последние века (III–IV века) / А. Ф. Лосев. – Кн. I. – М. : Искусство, 1988. – С. 181–217.
20. Лосев А. Ф. Некоторые элементарные размышления к вопросу о логических основах исчисления бесконечно-малых / А. Ф. Лосев // Хаос и структура / А. Ф. Лосев. – М. : Мысль, 1997. – С. 731–792.
21. Лосев А. Ф. Очерки античного символизма и мифологии / А. Ф. Лосев. – М. : Мысль, 1993. – 953 с.
22. Лосев А. Ф. Прокл / А. Ф. Лосев // История античной эстетики: Последние века (III–IV века) / А. Ф. Лосев. – Кн. II. – М. : Искусство, 1988. – С. 88–247.
23. Лосев А. Ф. Собственно эстетическое учение Плотина. V. Диалектика символа у Плотина // История античной эстетики : Поздний эллинизм / А. Ф. Лосев. – М. : Искусство, 1980. – С. 567–582.
24. Лосев А. Ф. Философия имени // Бытие – имя – космос / А. Ф. Лосев. – М. : Мысль, 1993. – С. 613–801.
25. Плотин. Об Эросе (III, 5) // Сочинения : Плотин в русских переводах / Плотин. – СПб. : Алетей (СПб.) при участии Греко-латинского кабинета Ю. А. Шичалина (М.), 1995. – С. 549–573.
26. Прокл. Платоновская теология / Прокл. – СПб. : РХГИ ; Летний сад, 2001. – 624 с.
27. Сватко Ю. И. Вызовы и препятствия на пути к реализации культуры мира: Смысловая аксиоматика Мира Человека и его риторические максимы / Ю. И. Сватко // Межкультурный и межрелигиозный диалог в целях устойчивого развития. – М. : РАГС, 2008. – С. 218–223.
28. Сватко Ю. И. Ефективна комунікація як культурний проект (мистецтво традиції, комунікативна вправність, мирне розв'язання проблем, оцінка) / Ю. И. Сватко // Конфліктологічна експертиза : теорія й методика. – К. : [НаУКМА], 2005. – Вип. 4. – С. 81–90.
29. Сватко Ю. И. «Європа+» : на шляху до культури миру (нове тисячоліття і його виклики) / Ю. И. Сватко // Україна – Європа: назустріч новому тисячоліттю (права людини, мир, демократія, толерантність, взаєморозуміння між народами). – К. : Stylos, 1999. – С. 4–20.
30. Сватко Ю. И. Европейський Світ Людини : його максими і конфлікти / Ю. И. Сватко // Конфліктологічна експертиза : теорія й методика. – К. : [Т-во конфліктологів України], 2006. – Вип. 5. – С. 74–81.
31. Сватко Ю. И. Имя как текст и текст как имя: лингвистические и лингвофилософские основания анализа : дис. ... доктора филол. наук : 10.02.01+10.02.19 / Ю. И. Сватко. – Краснодар, 1994. – 653 с.
32. Сватко Ю. И. ...Між іншим, і «цивілізація жесту» (кілька штрихів до розуміння латинського християнського Середньовіччя як окремого культурно-історичного типу) / Ю. И. Сватко ; Передмова // Сенс жесту на середньовічному Заході / Ж.-К. Шмітт. – Х. : Око, 2002. – С. 5–117.
33. Сватко Ю. И. Типи інтелектуалів і культурно-історичні моделі інтелектуального життя (одна з можливих версій європейського досвіду осягання історії) / Ю. И. Сватко // Українські інтелектуали : погляд із сьогодення : зб. ст. – К. : Дельта, 2006. – С. 8–68.
34. Сепир Э. Коммуникация // Избр. труды по языкознанию и культурологии / Эдвард Сепир ; пер. с англ., под ред. и с предисл. проф. А. Е. Кибрика. – М. : Изд. группа «Прогресс», «Универс», 1993. – С. 209–215.
35. Шеллинг Фр. В. Й. Ч. II. Раздел 2. Конструирование материи искусства. § 39 // Философия искусства / Фр. В. Й. Шеллинг, фон ; пер. с нем. П. С. Попова. – М. : Мысль, 1966. – 496 с.
36. Ямвлих. О египетских мистериях / Ямвлих ; пер. с др. греч., коммент., вступ. ст. И. Ю. Мельниковой. – М. : Х.Г.С., 1995. – 288 с.
37. Almond G. The Civic Culture : Political Attitudes and Democracy in Five Nations / Gabriel A. Almond, Sidney Verba. – Princeton (NJ) : Princeton University Press, 1963. – 357 p.
38. Carta de París para una nueva Europa [Електронний ресурс]. – 1990. – Режим доступу: http://www.osce.org/documents/html/pdf/html/4045_es.pdf.html. – Назва з екрана.
39. Declaration Toward a Global Ethic [Електронний ресурс]. – 1993. – Режим доступу: <http://www.weltethos.org/dat-english/03-declaration.htm>. – Назва з екрана.
40. Draft Treaty amending the Treaty on European Union and the Treaty establishing the European Community [Електронний ресурс]. – 2009. – Режим доступу: <http://www.consilium.europa.eu/uedocs/cmsupload/cg00001.en07.pdf>. – Назва з екрана.
41. Fillmore Ch. J. The case for case // Form and Meaning in Language / Charles J. Fillmore. – Vol. 1 : Papers on Semantic Roles. – Stanford, California, 2003. – P. 23–122.
42. Kalinin A. Les services des établissements financiers et de crédit comme objet de mythologisation dans la publicité sur Internet / Anton Kalinin : mémoire de master. – Paris : Université Paris-Dauphine : Master I «Gestion mention marketing et stratégie», 2009. – 105 p.
43. Keynes J. M. III. La psychologie de la société / John Maynard Keynes // Les Conséquences économiques de la paix (1919) : traduction de l'Anglais par Paul Frank (1920). – 11 édition. – Paris : Éditions de la Nouvelle Revue française, 1920. – 237 p.
44. Kotler P. Marketing Management: Analysis, Planning and Control / Phillip Kotler. – 6th ed. – N.J. : Englewood Cliffs, 1988. – 784 p.
45. Our Creative Diversity: Report of the World Commission on Culture and Development [Електронний ресурс]. – 1995. – Режим доступу: <http://unesdoc.unesco.org/images/0010/001016/101651e.pdf>. – Назва з екрана.
46. Our Global Neighborhood: Report of the Commission on Global Governance [Електронний ресурс]. – 1995. – Режим доступу: <http://www.sovereignty.net/p/gov/ogn-front.html>. – Назва з екрана.
47. Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future [Електронний ресурс]. – 1987. – Режим доступу: <http://www.un-documents.net/wced-ocf.htm>. – Назва з екрана.

48. Svatko Yu. The Case of the “Evasive Initial” (Challenges and obstacles in the way of the culture of peace and human rights in the globalized World of Human) / Yuriy Svatko // UNESCO Chairs in Human Rights, Democracy, Peace and Tolerance ; in

cooperation with UNESCO ; Bulletin 6/7-2004/05. Sixth/ Seventh Issue, November 2005.– Stadtschlaining : [EPU], 2005. – Part II. – P. 320–327.

Yu. Svatko

THE MYTH OF CREDIT, OR AN EXERCISE IN APPLIED PHILOSOPHY

In the article, an explication of the “credit myth” as a myth of miraculous accomplishment of desires, essential as it is in the Human World, and functioning in the area of material culture, is offered, with axiomatics of the contemporary Human World, the Western traditions of understanding the category of “myth”, the European mythologization practices, and an experience in reconstruction of the dialectic of myth, in the tideway of A. F. Losev’s conception, considered.

Keywords: myth, mythic space, desire, satisfaction, gift, giving, hero, Human World, earthly paradise, human personality, liberal, globalized, crisis, market, economy, credit, credit and financial institutions, services, products, advertisement, consumer, miracle, meaning, fact, thing, self-consciousness, mind, will, sensation, name, history, magic, faith.

Матеріал надійшов 06.03.2014

УДК 323.272:316.422:329.17(477)

Мінаков М. А.

МОДЕРН І РЕВОЛЮЦІЯ В УКРАЇНІ: ДО ПИТАННЯ ПРО ГЕНЕАЛОГІЮ ЄВРОМАЙДАНУ

У статті пропонується модель опису політичної модернізації України в період з 1991 по 2014 рр. на прикладі революційних рухів та державного будівництва. Зокрема проаналізовано вчення Ханни Арендт про революцію та застосовано ідею розрізнення між свободою та визволенням як складових революції. У застосуванні до політичної модернізації України це розрізнення дозволяє побачити фундаментальні ідеологічні суперечності українського державного будівництва.

Ключові слова: теорія революції, Модерність, модернізація, Ханна Арендт, націоналізм, Карл Маркс, Фрідріх Ліст, колонізація життєсвіту, система, Майдан, Євромайдан.

Модерність має своє походження з радикального розриву з традицією. Зміна джерела легітимації, перетворення суб'єкта на джерело нормативності докорінно змінює світ, у якому живуть і діють люди. Модернізація починається з революцій як актів заснування нових начал. Кількасотрічна історія Модерності знає приклади, коли революції започатковували простори свободи, де нові начала ставали нормою життєдіяльності, або ж запускала революційні

традиції, які лишень обіцяли свободу. Діалектика модерних революцій полягає у взаємодії та суперечності свободи як ідеалу і як практики. Розвиток модерних суспільств відбувався за логіками свободи та визволення.

Сучасність України, в якій ми живемо, була народжена революційними змінами і започаткуваннями, що сталися 1991 року. Революційність тих подій полягала не в тому, що було покладено кінець Радянському Союзу, а в забезпеченні