



УДК [33+17]:177.174

Наратив як засіб формування довіри до економічних суб'єктів та інститутів

Тетяна Олександрівна Чистіліна,
доцент кафедри соціально-гуманітарних дисциплін
Харківського інституту банківської справи
Університету банківської справи Національного банку України (м. Київ),
кандидат філософських наук

Анотація. Аналізується потенціал використання наративу в контексті формування довіри до економічних суб'єктів та інститутів. Наратив розглядається як механізм емансипації життєвого світу, засіб створення соціального капіталу, наповнення економічної діяльності духовним смислом.

Ключові слова: наратив, життєвий світ, комунікативна духовність, економічна діяльність, соціальний капітал, міждисциплінарний підхід.

Вступ. Український філософ та економіст В. В. Ільїн позначає сучасне суспільство терміном «фінансова цивілізація», онтологічною основою якої стає домінування грошових чинників та еквівалентів в усіх сферах суспільного життя [1]. Ідеться про гіпертрофію економічних відносин, розповсюдження так званого «інструментального розуму» у формі «економізму» на всі сфери суспільного життя. Дослідник констатує та всебічно аналізує ці процеси, наголошуючи на загрозовості такої ситуації для подальшої долі людства.

У такій оцінці з ним солідарний і російський учений Ю. М. Осипов, який протиставляє пануванню «економізму» та інструментального розуму наповнену духовними смислами «філософію господарства», наголошуючи на антигуманності самих основоположних принципів сучасної економіки, яка тягне людство до духовного апокаліпсису, вихолощує смисл господарської діяльності, перетворює саму людину на бездушний гвинтик, функцію економічної системи. Саме цю ситуацію вчений називає економічною кризою, наголошуючи, що її розв'язання «...потребує не кон'юнктурних заходів, а корінної перебудови людського світу на засадах не вседозволеності та гедонізму, а відповідальності та аскетизму...» [2, с. 35].

Продуктивний шлях виходу з кризи «економізму» та «фінансизму» сучасної цивілізації пропонує і відома українська дослідниця З. Е. Скринник. Аналізуючи соціальний феномен грошей, вона зазначає, що в сучасній «фінансовій цивілізації» спостерігається домінування грошових чинників в усіх сферах соціального життя, економічна теорія є відірваною від теорії моральної, а курс на економічну ефективність «...підмінює принципи морального вибору принципами інструментально-раціонального вибору, призводить до втрати смислу самої господарської діяльності» [3, с. 89–90]. Але оскільки грошові відносини розповсюджуються на всі сфери життєдіяльності суспільства, то засобами «чистої» економічної теорії роль грошей та економічних відносин у сучасному суспільстві пояснити неможливо. «Існує та зростає потреба в новому рівні взаємостосунків соціальної філософії з економічною теорією й теорією фінансів» [3, с. 89]. Тобто актуалізується розширення методологічної бази та

дослідницького інструментарію економічних наук за рахунок залучення надбань соціальної філософії, етичної теорії та інших галузей гуманітарного знання.

Аналіз досліджень і публікацій. Окрім згаданих дослідників, проблеми переосмислення економічної діяльності на засадах міждисциплінарного підходу, її гуманізації, розробляють Т. С. Смовженко, С. В. Пролєєв, О. О. Шморгун, С. В. Синяков, В. П. Мельник, В. Г. Скотний, В. Д. Базилевич, М. С. Дмитрієва та інші.

Комунікативна практична філософія, що обґрунтовує сучасну етичну теорію, розроблена у працях зарубіжних і вітчизняних філософів: Ю. Габермаса, К.-О. Апеля, Д. Бьолера, В. Кульмана, В. Гьосле, П. Ульріха, Г. Йонаса, А. М. Єрмоленка. Проблеми формування нової діалогічної інтерсуб'єктивної духовності присвячені роботи як згаданих представників комунікативної філософії, так і І. В. Степаненко, Л. М. Газнюк, О. К. Чаплигіна, Н. С. Корабльової та інших.

Аналізові ролі довіри в економічній сфері присвячена праця Ф. Фукуями та роботи вітчизняних дослідників А. А. Гриценка, О. М. Кожем'якіної і В. В. Липова.

Проблема наративного повороту у філософії розроблена у працях представників постмодерністського напрямку – Р. Барта, П. Бурд'є, Ф.-Р. Анкерсміта, Б. Чарнявської, Г. Стросона, У. Фішера, М. Крейсворта, П. Рікера, Д. Карра, Ч. Тіллі, К. А. Натансона, Т. Сакая, М. А. Можейко і багатьох інших. У той же час проблема використання наративу в економічній сфері лише починає розроблятися. Зокрема, їй присвячують роботи Е. Тарім і М. Туревський.

Постановка завдання. Актуальністю міждисциплінарного підходу в дослідженні економічних явищ обумовлена мета нашої статті. Ми спробуємо проаналізувати можливість використання філософського концепту наративу засіб формування довіри до економічних суб'єктів та інститутів, що, у свою чергу, розглядається нами як один із способів насичення економічної діяльності духовним смислом.

Як методологічну основу дослідження будемо використовувати комунікативну практичну філософію, що дасть можливість переосмислити економічну діяльність у гуманістичному ключі в рамках нової інтерсуб'єктивної духовності.



Виклад основного матеріалу дослідження. Комунікативна практична філософія, по суті, є сучасною етичною теорією та концептуальною базою формування нової гуманістичної інтерсуб'єктивної духовності [4]. Її потенціал використовується багатьма сучасними зарубіжними і вітчизняними дослідниками для обґрунтування необхідності та механізмів проникнення етики в усі сфери суспільного життя (у тому числі в економіку), повернення їм людиновимірності на нових інтерсуб'єктивних засадах, подолання відчуження індивіда в соціумі [4–7].

Кризовість та антигуманність сучасної соціально-економічної системи, необхідність перегляду її світоглядних засад обґрунтовані у працях засновників комунікативної практичної філософії, зокрема німецького дослідника Ю. Габермаса [7]. У своїй теорії комунікативної дії він пропонує «тричастинну» модель будови суспільства. Цими трьома частинами є держава, економіка і громадянське суспільство (життєвий світ). Під державою філософ розуміє політичну сферу діяльності, економіці відповідає економічна діяльність, при цьому управляючими механізмами цих двох сфер є влада і гроші. За ознакою єдності управляючих механізмів політична та економічна сфери об'єднуються і позначаються терміном «система», або область стратегічної дії, тобто дії за певними схемами, які не передбачають творчого підходу та необхідності виявлення суб'єктивних властивостей особистості, тобто людина перетворюється на «функцію» цієї системи.

Натомість громадянське суспільство тлумачиться Ю. Габермасом як сфера добровільних об'єднань громадян, область комунікативної дії, орієнтована на взаємопорозуміння та довіру учасників, і позначається терміном «життєвий світ». «Система» протистоїть «життєвому світу», а в умовах розповсюдження «інструментального розуму» поглинає життєвий світ. Одним із маркерів цього процесу є розповсюдження відчуження індивіда в суспільстві, перетворення людини на «гвинтик» системи, втрата властивостей суб'єкта і моральних орієнтирів в області стратегічної дії.

Ю. Габермас пропонує вихід із цього кризового стану суспільства шляхом переходу до деліберативної моделі демократії, де орієнтиром є процес емансипації життєвого світу з-під панування системи, пріоритет інтересів життєвого світу над імперативами політики та економіки. Необхідною умовою цього процесу філософ вважає формування нового рівня моральної свідомості, її розповсюдження в усі сфери діяльності суспільства.

На засадах нової моральної свідомості формується нова духовність, яку дослідники характеризують як «інтерсуб'єктивну», «діалогічну» або «комунікативну» [4]. Її принципами є рівноправність учасників, орієнтація на врахування інтересів «Іншого», взаємоповага, відповідальність і довіра, а трансцендентальним горизонтом нової духовності є сам процес комунікації між суб'єктами.

Процес емансипації життєвого світу, форування громадянського суспільства і проникнення інтерсуб'єктивної духовності у сферу стратегічної дії передбачає розповсюдження морально-етичних принципів, одним з яких є принцип довіри. Проаналізуємо особ-

ливості цього принципу та можливі способи його розповсюдження в економічній сфері.

У науковій літературі трапляється багато визначень категорії «довіра». Для розкриття специфіки довіри в економічній сфері скористаємось визначенням, яке пропонує відомий вітчизняний дослідник економіки А. А. Гриценко. Він визначає довіру в економічній сфері «як відношення до суб'єктів та інститутів, що виражає міру впевненості відповідно до їхньої поведінки уявленням про образ цієї поведінки, включеної через різноманітні форми сумісно-розділеної діяльності в процес досягнення мети, без актуалізації підстав відшкодування витрат та еквівалентності» [8, с. 42]. Сумісно-розділена діяльність у цьому визначенні позначає сумісно-розділену працю і різноманітні форми взаємодії між суб'єктами економічного процесу, фінансово-кредитної діяльності.

Сумісно-розділена діяльність являє собою основоположну ланку процесу соціалізації людини, включення її у складний соціально-культурний процес, тобто не лише набуття механічних навичок виконання тих чи інших дій, а й осмислення їхньої значущості для суспільства та самоформування, самоусвідомлення особистості як соціального суб'єкта [Там само, с. 39–40]. У процесі сумісно-розділеної діяльності реалізується такий принцип інтерсуб'єктивної духовності, як довіра, адже ця діяльність передбачає передання частини своїх повноважень іншим особам або інститутам. В економіці, наприклад, це може бути передання права розпоряджатися своїми грошима банкові або іншим фінансовим установам.

Сучасна економіка і грошово-кредитна система являють собою не що інше, як розгалужену мережу форм довіри, а економічна криза – це, перш за все, криза довіри [8, с. 36]. Ф. Фукуяма у ґрунтовній праці, присвяченій аналізу феномена довіри, зазначає, що конкурентоздатність і добробут будь-якої країни, її здатність представляти та захищати свої інтереси на міжнародній арені обумовлюються рівнем і розповсюдженістю довіри всередині цієї країни [9, с. 6]. Отже, завдання формування довіри між суб'єктами в економічній сфері є запорукою не лише гармонізації особистісного духовного модусу, процесу інтерсуб'єктивної комунікації, а й успішного подолання економічної кризи, підвищення конкурентоспроможності суспільства і держави на світовій арені, формування громадянського суспільства та емансипації життєвого світу.

У наведеному вище визначенні довіри в економічній сфері важливим аспектом, поряд із сумісно-розподіленою діяльністю, є формування певного образу економічних суб'єктів та інститутів, який відповідав би їхній поведінці, реальним стратегіям, та був би вартий того, щоб інші суб'єкти – учасники взаємодії могли йому довіряти. Мовиться не стільки про створення візуального образу економічного суб'єкта на зразок логотипу або рекламної картинки. Скоріше, це повинен бути образ, який формується у свідомості учасників економічної діяльності та дає вагому міру впевненості в надійності, передбачуваності та стабільності суб'єкта чи інституту, з якими передбачається мати справу.



Перспективним у формуванні вартого довіри образу економічного суб'єкта чи інституту може бути, на нашу думку, використання такого засобу, як наратив. Слід пояснити значення цього терміна, його походження, методологічний та смислоутворювальний потенціал.

Поняття наративу використовується в сучасній філософії, походить від латинського *narrare* (мовленнєвий акт, вербальний виклад) і позначає спосіб буття розповідного (за Р. Бартом, «повідомляючого») тексту в його процесуальності [10, с. 656]. Класичною сферою виникнення та функціонування наративу є історія як теоретична дисципліна. Але поступово цей термін знайшов застосування та специфічне тлумачення і в інших соціальних науках. Принциповою ознакою наративу є його відкритість до інтерпретацій з боку реципієнта – читача або слухача, який сам наділяє його смислом, виступаючи при цьому в ролі суб'єкта. Таким чином, смисл наративу фундаментується не так званою «об'єктивною реальністю», або «онтологією» процесу чи явища, що описуються, а привноситься у процесі інтерпретації самого тексту – розповіді. Тобто створюється певний «образ» реальності, який потім піддається тлумаченню.

Ще однією ознакою наративу є наявність певного сценарію – скрипту, в рамках якого може здійснюватися як його творення, так і поліфонічний процес інтерпретації або дискурсу відносно предмета обговорення. На думку Й. Брокмейера і Р. Харре, наратив є не стільки описом якоїсь онтологічно-артикульованої реальності, скільки «інструкцією» з конституювання останньої [10, с. 657]. Реальні події, про які створюється наратив, отримують соціальний смисл лише ретроспективно, після їх інтерпретації реципієнтом. У той же час події, що не отримали висвітлення в наративах, незважаючи на те, чи мали вони місце в «об'єктивній реальності», для суб'єктів не існують, адже вони не представлені в полі дискурсу.

Наратив завжди націлений на майбутнє. У тому сенсі, що його інтерпретація та наділення смислом створюють у свідомості суб'єкта певні установки на майбутнє ставлення до героїв наративу та їхнє сприйняття в реальності. У тому числі як вартих або недостойних довіри, залежно від інтерпретації наративів про них. Фактично процес інтерпретації наративу творить саму реальність, яка постає як відносна і багатоваріантна.

Розрізняють «метанаративи» і «мікронаративи». Перші («великі оповіді») являють собою масштабні теоретичні побудови, які були характерні для епохи модерну та існували у формі ідеологій, універсальних пояснювальних схем, пізнавальних конструктів тощо. Другі («маленькі оповіді») прийшли на зміну метанаративам та актуалізувалися в сучасному постмодерному суспільстві і пізнавальних стратегіях неklasичних соціальних наук. Метанаративи дискредитували себе внаслідок їхньої репресивності щодо людської свідомості та надмірної схематичності щодо реальності. Цей процес був позначений постмодерністськими філософами як «захід метанаративів» та вперше проаналізований у праці Ж.-Ф. Ліотара [11]. Натомість, мікронаративи являють свого роду «базу даних» індивідуальних оповідей про ті чи інші процеси або явища, з якої формується

знання про реальність та, власне, і сама реальність тією мірою, в якій мікронаративи, сприйняті та інтерпретовані суб'єктом, впливають на його точку зору та стратегії поведінки в тій чи іншій сфері діяльності. Мікронаративи являють собою численні «фрагменти досвіду», зафіксовані в текстах і коментарях. Саме мікронаративи, на нашу думку, мають позитивний потенціал щодо формування довіри в економічній сфері.

Звичайно, рамки статті не дозволяють розкрити всіх аспектів і наслідків «наративного повороту» в соціальних науках, – починаючи від постулювання плюралістичності постмодерної раціональності, відмови від єдино правильних пояснювальних і методологічних схем, – до принципової інтерпретативності та колажності сучасної культури. Спинимось на проблемі, що нас цікавить: формування вартого довіри образу економічних суб'єктів та інститутів і використання у цьому процесі смислоутворювального потенціалу мікронаративів.

Дослідження ролі наративів в економічній сфері лише тільки розпочинаються, так само, як і набирає актуальності міждисциплінарний підхід. Так, Е. Тарім, дослідник з Університету Гетеборга, велику увагу приділяє аналізу ролі мікронаративів та їхнім впливам на діяльність фінансових ринків [12]. На прикладах різних фондових ринків він демонструє вплив мікронаративів ринкових агентів на глобальні стратегії продажів та обміну. Дослідник робить висновки, що в ситуаціях браку достовірної інформації внаслідок замовчувань або неможливості проаналізувати увесь масив наявної інформації, частих інституційних конфліктів і непередбачуваних випадків у сфері діяльності фондових ринків саме мікронаративи визначають подальші події та стратегії учасників. Ці наративи, які в їх сукупності являють собою колаж з експертних висновків, професійних і дилетантських, висловлених точок зору досвіду та пам'яті про розгортання аналогічних подій у минулому, уявлення про «правила гри», отримують владу над ходом подій у теперішньому і впливають на прийняття рішень та стратегії діяльності суб'єктів ринків у майбутньому, врешті, формують реальні тенденції їхнього розвитку.

Той масив інформації, який представлений у формі численної сукупності мікронаративів, впливає на ставлення до економічних суб'єктів та інститутів як з боку індивідуальних соціальних суб'єктів, так і суспільства в цілому. При цьому не можна стверджувати, що це ставлення є реакцією на фактичний стан речей, об'єктивну реальність. Це, скоріше, ставлення, що сформовано висловлюваннями про цю реальність. У цій ситуації не так важливо, наприклад, чи проводить якийсь банк або фінансова установа соціально відповідальну політику в усіх її аспектах, чи є умови, які пропонуються для клієнтів справедливими та вигідними, скільки те, що про його діяльність говорять, і які з цих «голосів» є найпереконливішими та аргументованішими щодо формування суспільної думки і впливу на потенційних клієнтів чи партнерів. Власне, переконання, що той чи інший суб'єкт економічної діяльності чи інститут вартий довіри, формуються більшою мірою за допомогою мікронаративів, які, у свою



чергу, являють собою висловлювання сформованих думок, оцінок та висновків.

У такій ситуації постає питання: чи не є ця сукупність наративів полем для маніпуляції довірою? Відповідь криється в ступені достовірності наявної репрезентації реальності та в залежності від переконливості аргументів авторів наративів. Насправді, якщо хтось стверджує, що, наприклад, у банку *X* відсотки за депозитами вищі, ніж у банку *Z*, тобто банк *X* вартий більшої довіри, то це легко перевірити і спростувати в разі недостовірності такого твердження. Фальсифікацію очевидних фактів, звичайно, буде виявлено в ході обговорення чи вивчення інформації. З іншого боку, на рівні репрезентації та тлумачення тих самих фактів деякі можливості для цілеспрямованого впливу на думки та оцінки реципієнтів можливі. Але й тут маніпуляція буде виявлена висловлюванням більш аргументованої та авторитетної думки. Декілька тем на Інтернет-форумах на зразок «Банк *V* – банкрут! Його банкомати не видають готівку!» можуть підірвати довіру клієнтів, спровокувати паніку аж до масового зняття грошей з рахунків. Але лише в тому разі, якщо ця інформація не буде спростована або аргументовано роз'яснена співробітниками банку чи авторитетними експертами. Або ж якщо клієнти переконуються, що насправді в банкоматах є готівка, а відділення банку працюють у звичайному режимі.

Тобто формування довіри відбувається у площині репрезентації реальності, але в той же час зв'язок із реальністю не втрачається. Образ економічного суб'єкта або інституту, який викличе довіру в майбутньому, може бути сформований на рівні репрезентації реальності, але обов'язково відповідно до самої реальності в минулому або теперішньому.

Механізми використання наративного підходу в економічній діяльності тільки починають розроблятися і набувати популярності. Так, цікавими в цьому напрямі є практичні рекомендації відомого американського бізнесмена, засновника Міжнародної академії лідерства в бізнесі та адміністрації М. Туревського. Він зазначає, що «...традиційна практика ділових оцінок та аудиту, націлена на опис економічних результатів, залишає за кадром їх глибинні джерела – ті якісні, “нематеріальні” характеристики людей та організацій, що стоять за цифрами: сильні сторони, позитивний досвід, цінності та прагнення» [13]. Ці «нематеріальні» активи, за його думкою, можуть бути виявлені та представлені шляхом складання бізнес-наративів – лаконічних оповідей, історій. Посилаючись на численні обговорення цього питання з провідними бізнесменами і вченими на Давоському всесвітньому економічному форумі, Інвестиційному симпозиумі Гарвардського університету, конференціях з проблем духовності в бізнесі, М. Туревський робить висновки про те, що в бізнесі «перемагає той, у кого краща історія», адже «ми формуємо слова, а слова формують нас» [Там само]. У кінцевому підсумку «бізнес-наратив – свого роду словарний капітал – маленька відмінність у словах, яка породжує великі відмінності у житті людей та

організацій» [Там само]. Створення позитивних наративів у сфері економічної діяльності та їх розповсюдження дає реальні результати у формі зростання прибутків та успішності компаній, і фіксується у вигляді цифрових показників. Тобто відбувається своєрідна «конвертація» нематеріального капіталу в економічні та фінансові активи, реальність твориться за допомогою наративів.

Створення наративів, завдяки яким формується довіра до економічних суб'єктів та інститутів, передбачає, перш за все, репрезентацію реальних досягнень та подій, які відбувалися в минулому і до яких мали стосунок учасники – герої та автори наративу. При цьому конкретний мікронаратив завжди є неповторним, адже кожен учасник (окремий індивідуальний або колективний суб'єкт, фінансова установа або інституція) має свій варіант репрезентації реальності. Історії завжди є індивідуальними, а довіра до них залежить від здатності автора переконувати людей, впливати на їхні почуття, що, у свою чергу, неможливо без щирості та відкритості автора до «Іншого» – свого реципієнта, того, хто буде читати або слухати історію.

Наратив на теоретичному рівні створюється як певний сценарій (скрипт); на рівні практичного суб'єкти – автори наповнюють цей скрипт конкретним змістом, а читачі та слухачі виступають суб'єктами – інтерпретаторами вже створеної історії.

Вартий довіри наративний скрипт може бути представлений у формі етапів, які повинні пройти його автори – герої, адже мікронаратив – це зазвичай історія про себе, свій шлях до успіху, сам цей успіх, досягнення, відповідальні вчинки та події, в яких суб'єкт показує себе з кращого боку. Скрипт може включати такі аспекти, представлені у формі етапів створення наративу:

- перш за все, усвідомлення себе як цінного для суспільства суб'єкта економічної діяльності, активної, творчої одиниці, здатної принести користь собі та суспільству, духовно зростати, змінюватись на краще самому та змінювати навколишній світ. Цей етап передбачає не стільки створення чогось нового, скільки здатність до самопізнання та рефлексії щодо своєї діяльності. Мовиться про «відкриття» свого серця, щира відповідь на питання: «Що доброго я зробив для Інших?» Якщо суб'єкт проходить цю стадію самоусвідомлення, він може перейти до наступної;
- створення власного наративу, представлення свого вартового довіри образу в індивідуальній історії. М. Туревський пропонує такі кроки для змістового наповнення бізнес-наративу: збирання позитивних епізодів діяльності та осмислення сильних якостей, що в них проявилися; поєднання окремих епізодів у життєстверджувальний бізнес-наратив; виявлення цінності зафіксованого в наративі досвіду з точки зору різних цільових груп та аудиторій [13].



Завершальним етапом побудови нарративу, на нашу думку, повинна стати перевірка достовірності репрезентації реальності у створеній оповіді. Адже саме достовірність є умовою формування довіри до нарративу та його суб'єкта (автора або героя) з боку реципієнтів.

Наративи можуть охоплювати найрізноманітнішу тематику. Це можуть бути історії успіху та духовного зростання окремих особистостей – бізнесменів; розповіді про соціально відповідальну діяльність компанії (як щодо власних співробітників, так і до інших людей за межами компанії); епізоди турботи про навколишнє середовище, вибудовані в систематичну політику; історії про забезпечення сталого розвитку самої компанії та внесок у національну економіку; розповіді про інтеграцію до глобальної економіки; підтримка спортивних заходів, клубів; благодійницька діяльність; підвищення кваліфікації співробітників за рахунок інвестування в їхнє навчання тощо.

Практичний результат використання мікронаративів в економічній сфері полягає в можливості за їх допомогою формувати довіру до економічних

суб'єктів та інститутів, яка, у свою чергу, виступає складовою формування соціального капіталу поряд із толерантністю та солідарністю. Т. С. Смовженко, проводячи паралель між поняттям «соціальний капітал» і концептом «невидимої руки» А. Сміта, наголошує, що «...обидва ці поняття означають, по-перше, соціальне порозуміння, досягнуте внаслідок збалансування інтересів окремих індивідів у процесах необмеженої соціальної комунікації, і, по-друге, слугують своєрідними обмежувачами стихійних процесів ринкових стосунків, які загрожують основам соціальної солідарності» [14, с. 8].

Отже, як **висновки** зазначимо, що формування соціального капіталу, складовою якого є довіра, є запорукою формування громадянського суспільства та духовно орієнтованої економіки, введення в контекст економічних відносин етичної складової та емансипації життєвого світу. Перспективним засобом у цьому процесі виступають позитивні мікронаративи, за допомогою яких шляхом репрезентації реальності та її інтерпретації реципієнтами у процесі комунікації може бути сформована довіра до економічних суб'єктів та інститутів.

Список використаної літератури

1. Ільїн В. В. Фінансова цивілізація / В. В. Ільїн. – К. : Книга, 2007. – 528 с.
2. Осипов Ю. М. Світова криза у полі зору філософії господарства / Ю. М. Осипов // Філософія фінансової цивілізації: людина у світі грошей : матеріали III Міжнародних філософсько-економічних читань (25–26 травня 2010 року, м. Львів) / УБС НБУ (м. Київ) ; редкол. ; відп. секретар З. Е. Скринник. – Львів, 2010. – С. 26–35.
3. Скринник З. Е. Гроші у вимірах практичної філософії / З. Е. Скринник // Філософія фінансової цивілізації: людина у світі грошей : матеріали III Міжнародних філософсько-економічних читань (25–26 травня 2010 року, м. Львів) / УБС НБУ (м. Київ) ; редкол. ; відп. секретар З. Е. Скринник. – Львів, 2010. – С. 89–99.
4. Степаненко І. В. Контури духовності у постсучасній перспективі / І. В. Степаненко // Наукові записки Харківського військового університету (Соціальна філософія, психологія). – Харків : ХВУ, 2004. – Вип. 3 (21). – С. 25–33.
5. Йонас Г. Принцип відповідальності. У пошуках етики для технологічної цивілізації / Г. Йонас ; [пер. з нім. А. Ермоленко, В. Ермоленко]. – К. : Лібра, 2001. – 400 с.
6. Рікер П. Сам як інший / П. Рікер ; [пер. з фр. В. Андрушко, О. Сирцова]. – 2-ге вид. – К. : Дух і Літера: Центр європейських гуманітарних досліджень Національного ун-ту «Києво-Могилянська академія», 2002. – 456 с.
7. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие : пер. с нем. / Ю. Хабермас. – СПб. : Наука, 2001. – 382 с.
8. Гриценко А. А. Довіра і гроші: проблема взаємозв'язку / А. А. Гриценко // Філософія фінансової цивілізації: людина у світі грошей : матеріали III Міжнародних філософсько-економічних читань (25–26 травня 2010 року, м. Львів) / УБС НБУ (м. Київ) ; редкол. ; відп. секретар З. Е. Скринник. – Львів, 2010. – С. 36–44.
9. Фукуяма Ф. Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию : пер. с англ. / Ф. Фукуяма. – М. : АСТ – Ермак, 2004. – 730 с.
10. Можейко М. А. Нарратив / М. А. Можейко // Новейший философский словарь / [сост. и глав. научн. ред. А. А. Грицанов]. – 3-е изд., исправл. – Мн. : Книжный Дом, 2003. – С. 656–658.
11. Лиотар Ж.-Ф. Состояние постмодерна [Электронный ресурс] / Ж.-Ф. Лиотар ; [пер. с фр. Н. А. Шматко]. – М. : Ин-т экспериментальной социологии ; СПб. : Алетейя, 1998. – 158 с. – Режим доступа : <http://lib.ru/CULTURE/LIOTAR/liotar.txt>.
12. Tarim E. Narrative Dynamics of Legitimacy in Financial Markets [Electronic resource] / Emre Tarim. – Gothenburg Research Institute. – 2011. – April 4. – Available from : <http://ssrn.com/abstract=1832927>.
13. Туревский М. Истории формируют реальность [Электронный ресурс] / М. Туревский ; Международная академия лидерства в бизнесе и администрации. – Режим доступа : <http://www.ialba.org/index-1.html>.



14. Смовженко Т. С. Капітал фінансовий і капітал соціальний: гроші в контекстах соціальної солідарності / Т. С. Смовженко // Філософія фінансової цивілізації: людина у світі грошей : матеріали III Міжнародних філософсько-економічних читань (25–26 травня 2010 року, м. Львів) / УБС НБУ (м. Київ) ; редкол. ; відп. секретар З. Е. Скринник. – Львів, 2010. – С. 7–21.

Summary. Potential use of narrative in the context of building trust to the economic operators and institutions analyzes at this article. The narrative is seen as a mechanism for the emancipation of the life-world, a means of building social capital, filling the spiritual meaning of economic activity.

Keywords: narrative, the life-world, communicative spirituality, economic activity, social capital, interdisciplinary approach.