УДК 1.14.141

Санакуєв М. Г.
аспірант, Київський національний
торговельно–економічний університет
(Україна, Київ), gileya.org.ua@gmail.com

МЕДІАФІЛОСОФІЯ ЯК НОВА ГАЛУЗЬ ФІЛОСОФСЬКОГО ЗНАННЯ

Розглянуто поняття "медіафілософія" та визначено його сутність. Окреслено основні віхи розвитку нової галузі філософського знання. Особливу увагу приділено розкриттю предмета медіафілософії та тому колу проблем, які постають у зв'язку з її появою. Висловлено аргументовані доведення щодо перспектив її розвитку в подальшому.Доведено, що одними з найгостріших проблем цієї галузі філософського знання є питання образу як рушійної сили всієї культурної системи, а також проблема медійного часу та простору. Останні є тісно переплетеними та наслідують класичну традицію ототожнення часу з простором, проте суттєвою відмінністю є порушення лінійного часового континууму, що створює ряд труднощів.

Ключові слова: *медіафілософія, медіареальність, медіальність, медійна антропологія, імунологія медіа, гіпертекст.*

Для багатьох людей "фундаментальні, "вічні питання" про власну сутність або долю світу, починаючи з ХХ століття почали осмислюватися в яскравих образах. Ці образи побудовані ні мистецтвом, не релігією, ні політикою як такою. Цими образами є тими "картинами", що побудовані ЗМІ, або інакше кажучи побудовані інформаційними мережами. З цього випливає, що в межах масової культури ЗМІ відповідають на сучасні запити людини, без яких вона існувати не може.

Поняття медіафілософії має достатньо молодий вік, тобто воно сучасного походження. Термін виник у 90–ті роки ХХ століття в німецькій дослідницькій літературі і виник безпосередньо з лона естетики та мистецтва. Застосований він був для критичного огляду філософії Ф. Ніцше. Німецький дослідник Р. Фітц використав це поняття у назві своєї книги "Медіафілософія. Музика, мова і письмо Ф. Ніцше". Але що під цим розумів Фітц? Згадуючи філософію Ніцше, ми не можемо пройти повз його любов до музики. Для нього (Ніцше) музика, як пише Фітц, це: "медіум виразу і повідомлення, медіум, що безупинно продовжується, на відміну від мови та письма в якому вони розмірено–статичні" [4, с. 35].

Абсолютно незалежно від Фітца, інший відомий філософ – ЮргенХабермас, вводить те саме поняття в свою книгу "Фактичність та значимість". Це відбулося 1992 року. Але має на увазі зовсім інше. Під медіафілософією він розуміє певний набір приписів, що регулюють роботу мас–медіа.

Після цього термін почав поширюватись надзвичайними темпами і вже у 2000 році вийшла одноіменна книга Франка Хартмана "Медіафілософія". Далі розробка цього напряму велась серед наступних вчених: Н. Больца, Ф. Кітлера, М. Фогеля, Л. Енгеля, В. Конітцера, С. Кремера, С. Мюнкера та інших.

Спочатку, так як і для всіх нових філософських напрямів, особливо актуальним було обгрунтування виділення медіафілософії в окремий напрямок. Саме навколо цього питання точились основні дискусії. Так, Йозеф Рауцер пише: "…те, що медіафілософія є – це безсумнівно, але от чим вона є, чи можна взагалі вести мову про певну філософську перспективу по відношенню до медіа – питання відкрите…" [4, с. 36]. Подібну думку можемо зустріти у Штефана Мюнкера: "Саме в той момент, коли весь наш життєвий світ характеризується звертанням на поводження з так званим новим: з електронними та цифровими медіа, така наукова дисципліна як медіафілософія є виправданою та необхідною" [4, с. 36].

Таким чином, метоюнашого дослідження є аналіз медіафілософії, виділення основних її структурних елементів. Об'єктом є медіафілософія як самостійна галузь філософського знання. Предметом є прояви медіафілософії в соціокультурному середовищі західної цивілізації, а точніше комунікативних актах, що формують специфічний медіа простір. Виходячи з мети дослідження, ми можемо сформулювати і ряд завдань:

1) простежити зародження терміну "медіафілософія" та його подальший розвиток;

2) визначити статус медіафілософії та роль у структурі філософського знання;

3) окреслити проблемне поле та можливе розв'язання ряду проблем та завдань, що постають перед медафілософією та тими, хто планую нею займатися.

Очевидним є те, що в новому напрямі відбулась концентрація культурологічних дисциплін, філософії та теорії комунікації спрямованих на дослідження медіа. "ЗМІ фактично контролюють всю культуру, пропускаючи її крізь свої фільтри" [1, с. 148]. Прийнято навіть говорити про т.зв. медіальний поворот у філософії. Згадаймо, що це для філософії не нове явище, коли вона цілеспрямовано йдучи по одному шляху, робила радикальні повороти: "сократівський поворот", "кантіанський переворот". Варто відмітити, що такі повороти викликались стрімкими соціальними змінами, розумінням буття та реальності. Таким чином, це завжди відповідь на радикальні світоглядні зміни. С. Кремер, наприклад, відмічає: "Все, що "дане" нам у сприйнятті, комунікації та пізнанні, дається у медіа" [4, с. 38]. Чи не можна цей вислів тлумачити як парафраз класичного вислову Дж.Локка про те, що "немає нічого в розумі такого, чого б не було у почуттях". Тобто, виходить, що немає нічого такого у нашому сприйнятті, чого б не було у медіа. Тому медіа і медіальність також набувають епістемологічного статусу.

Також слід відмітити, що на деякий час медіафілософія призупинила свій стрімкий розвиток, що пояснювалось надзвичайною захопленістю філософією постмодернізму. Остання вела мову не про медіафілософію, оскільки вона претендувала на системність і цілісність своєї побудови, скільки про медіальність. Сама ж медіальність, як ми вже зрозуміли, це специфічна здатність до пізнання. У О. Кузнєцової знаходимо наступне визначення: "медіальність – це феномен, який належить до функціональних аспектів ментальних процесів (сприйняття, пізнання), але не належить до змістовних (чуттєві дані, образи) [3, с. 12]. Таким чином, поряд із традиційними джерелами пізнання такими як розум, відчуття, сприйняття, з'являється новий вид – медіа. Тому, в нашому дисертаційному дослідженні ми маємо дослідити, яке значення має медіа в ролі нового виду пізнання.

На думку ряду дослідників (Р. Марграйтера, О. Еспозіто, Л. Ангеля) медіафілософія є філософською практикою медіа, але не тільки. Ця практика має здійснюватись тільки через медіа, використовувати їх, завойовувати територію, давати орієнтири спеціалістам.

М. Маклюен взагалі веде мову про специфічну медіареальність, яка є поєднанням реальності, медіа та повідомлення. Все це знову говорить на користь специфічного способу пізнання, а не про просту спрямованість на медіа, як на предмет дослідження. Предметом дослідження медіафілософії в такому сенсі стає саме ця медіареальність. Тому кілька слів ми маємо сказати про сутність останньої.

Медіареальність не є певним видом медіа, не зводиться до комуніканта, не торкається технічних або соціальних умов появи медіа. Вона – це невидимий і невловимий результат роботи медіа, що згрупувались особливим чином у цифрові технології. Тому що, як тільки ми пробуємо ухопитись за сутність медіа, воно вислизає від нас, оскільки його присутність можна назвати умовною, важливим є лише результат – повідомлення.

Ще одним важливим зауваженням щодо медіареальності є її ігнорування бінарної опозиції суб'єкт–об'єкт. Оскільки нинішній суб'єкт володіє такими характерними рисами як децентрація та всеприсутність, усталені норми та межі подібного протиставлення розмиваються [4]. Також медіареальністю нівелюються відмінності між реальністю та вимислом, ідеальним та матеріальним.

Крім того, як стверджує В. Савчук: "разом із медіареальністю виник новий феномен бачення–впізнавання вже раніше баченого" [4, с. 39]. Наприклад, це стосується фотографії як зображення реальних миттєвостей або штучні імітації природних об'єктів (гора, озеро тощо).

Таким чином, ми можемо окреслити предмет дослідження медіафілософії, який включає в себе так звану медіареальність. Водночас медіареальність також має свої горизонти та свій ряд проблем, які і становлять всю сутність предмету медіафілософії. Такими проблемними питаннями є моделювання реальності, медійна антропологія, час та простір медіареальності, фотографія та кіно як засоби медіареальності, перфомарративне мистецтво та ін.

Одним з найцікавіших і найважливіших аспектів медіафілософії є медійна антропологія. Але на чому вона базується? Основою нового погляду на людину є образ як мова нових технологій. Образи проникають у всі сфери життя людини. Більше того, саме крізь них людина сприймає реальність. Проблема полягає в тому, що образи не мають одного і єдиного типу, а формують декілька видів, серед яких і ті штучні образи, що були створені в умовах сьогодення. Говорячи про типи образів, ми можемо виділити наступні: 1) образ як магічна присутність (культові зображення, статуетки, маски тощо); 2) образ як міметична репрезентація (символічна репрезентація Іншого, зокрема такий тип образів зустрічається в класичній парадигмі, у Платона); 3) образ як технічна симуляція. З цим видом пов'язана тотальна візуалізація, оскільки все має тенденцію ставати образом.

Процеси абстрагування стають образами і візуальними знаками. Оскільки все стає образом, то відбувається неминучий процес розчинення реальних предметів. Драма полягає в тому, що все менше людина виробляє власні образи і все більше звертається до готових штампів. Водночас образи, що створюється медіа, особливо телемедіа, роблять світ пласким та мініатюрним, зводячи його до одного образу. Крім того, телевізійні образи стали безпосереднім товаром, який купується та продається. Образи фактично стають повідомленнями, що поширюються з величезною швидкістю. Виникає свого роду "зачарований світ образів", який розчиняє дійсність, реальність замінюючи її на медіареальність.

В таких умовах свободи образів неодмінно постає і проблема їхнього довільного використання, що дуже часто обертається безвідповідальністю, а крім того, позбавляє вольових рішень саму людину. Останній достатньо важко розрізняти те, що раніше здавалось очевидним, а саме життя та мистецтво, або фантазія чи дійсність. Життя і віртуальна реальність стають прообразами один одного. Самі ж люди також прагнуть стати образами (про що свідчить зростаюча шаленими темпами пристрасть до фотографії, бажання візуалізувати навіть найменш значні порухи життя (від походу в магазин чи кафе до туристичних поїздок). Тому, власне, медіафілософія і покликана працювати з образами та тренувати особливий погляд на них, який міг би повернути до образів певний символізм. Останній дозволяє глибше виражати людські почуття та думки та сприяє розвитку креативності.

Медіафілософія – це не тільки набір образів, але й своєрідна філософія мови. Адже мова не тільки формує поняття про річ, але про комбінації речей або про ситуації. Крім того, мова стоїть на сторожі смислу. Усне та письмове мовлення є тим універсальним засобом, що дозволяє передавати великі об'єми інформації та глибинні смисли. Мовлення володіє такими якостями як економність та виразність та не потребує спеціального інструментарію. Таким чином, слова – це природні символи, що дозоляють людині користуватися всіма засобами виразності та реабілітовувати символізм.

Згадуючи про те, що медіа є одним із головним посередників між світом та людиною, ми не можемо оминути їхньої функції транслятора, трансформатора та зберігача смислів. Все це покликано захищати соціокультурне середовище від всього, що покликано зруйнувати ціннісне ядро суспільства. Тобто можна говорити про своєрідний імунний захист медіа, захисну оболонку із міцного каркасу проти руйнування та невігластва. Тому дослідники ведуть мову про проблему імунології медіа [5]. Звідси випливає і два головних питання медіафілософії: 1) в якій реальності з'являються та функціонують ті чи інші медіа; 2) яку реальність створюють ті чи інші медіа. В контексті вже згаданого імунного захисту можна зробити акцент на другому питанні дещо перефразувавши його: яку роль у створенні або руйнуванні імунітету грають медіальні об'єкти? Сама постановка питання свідчить про неоднозначну роль медіа в процесі, оскільки зберігаючи одні смисли, вони здатні руйнувати інші.

З усього зазначеного випливає, що медіафілософське дослідження є справжнім гносеологічним та онтологічним дослідженням. Засади сучасного буття в свою чергу є комунікативними. В свою чергу засоби комунікації постійно відсилають нас до недостачі, до Іншого. Вони є рухливими, динамічними, такими що відвертають від тотожності, ведуть до відмінності та

розрізнення. Такий процес взаємодії тільки посилює онтологічний статус комунікації. Внаслідок цього речі завжди мають більше інтерпретацій, ніж заслуговують. Тому тут можна у повній мірі говорити про владу медіареальності над нами, про тісний зв'язок медіа з життєвим досвідом, що формує певні очікування, сприйняття і таке інше. Тому онтологія комунікацій перетворюється на комунікативну онтологію, якої просякнуте сучасне життя. Все це утворює медіафілософський простір.

Говорячи про особливості медіа філософського розуміння часу ми не можемо оминути традиційного поділу часу на зовнішній та внутрішній. Під зовнішнім часом зазвичай розуміють час фізичної реальності, а під внутрішнім – особливе психологічне переживання часу індивідом. Такий поділ залишається актуальним і для медійного філософування. Проте, ми можемо внести деякі зміни в цю типологію. Т. Кудряшова пропонує поділити час на фізичний та семіотичний (або час тексту та культури). Перший тип часу є ентропійним та незворотнім та є аналогом зовнішнього часу. А другий тип – навпаки покликаний применшувати ентропію, а також є зворотнім, рухливим, індивідуалізованим (хоча не виключеною є його специфічна соціалізація) [2]. Проблематичність медійного розуміння часу полягає не в цій типології, що є логічним продовженням вже класичної бергсонівської парадигми, а те, що другий тип часу не здатен функціонувати так, як йому має бути властиво. Тобто він характеризується не применшенням ентропії, а навпаки – її зростанням. Цьому є логічне пояснення, що випливає із сучасного соціокультурного становища. Оскільки тексти культури повинні постійно сприйматись для своєї місії зменшення ентропії, а в умовах відсутності реципієнта вони мають властивість накопичуватись та втрачати смислове навантаження, таким чином оминаючи "символічний обмін". Що ж відбувається за таких умов? Механічне накопичення інформації продовжується (іноді шаленими темпами), але вона не вступає у взаємодію і врешті–решт сприяють інформаційному хаосу.

Всі ці чинники не можуть не впливати на людину. Надлишок інформації викликає у людини почуття дисонансу. Для подолання інформаційного забруднення потрібен не тільки розвиток критичного погляду на віртуальну реальність, своєрідного віртуального дискурсу, але й розвиток нового відчуття часу. Під цим ми розуміємо безпосередній розвиток індивідуальної культури часу. Адже із бурхливим розвитком медіа класичний погляд на час, що уявляється певною метафорою простору лише посилюється. Тобто межі між часом і простором руйнуються на користь останнього. Водночас події, що розміщені у медіасередовищі взагалі набувають суто просторових характеристик. Сучасні інтерактивні системи завжди дозволяють повернутись на кілька кроків назад або навпаки просунутись вперед, що є неможливим у реальності. В просторі гіпертексту людина абсолютно не прив'язана до часового континууму, або, іншими словами, до часової послідовності. Людина таким чином звільняється від жорстких правил одномірного порядку і отримує свободу гіпертексту. До хаосу також призводить і те, що події із внутрішнього життя постійно стають надбанням життя зовнішнього, що робить реальність соціально спрямованою. В результаті множинність часів посилюється, а з ними і множинність реальності.

Медіафілософія є новою та перспективною галуззю філософського знання, що бере свій початок з XX століття. В своєму предметному полі вона містить цілий ряд актуальних проблем комунікативного поля сучасної людини, а також набуває онтологічного та епістемологічного статусу. Вести мову про онтологію нам дає підстави поняття медіареальності, що являє собою особливо бажаний віртуальний простір, а епістомологічного характеру медіафілософія набуває завдяки медіальності як здатності до пізнання. Одними з найгостріших проблем цієї галузі філософського знання є питання образу як рушійної сили всієї культурної системи, а також проблема медійного часу та простору. Останні є тісно переплетеними та наслідують класичну традицію ототожнення часу з простором, проте суттєвою відмінністю є порушення лінійного часового континууму, що створює ряд труднощів. Усе це потребує від дослідника вироблення нового критичного погляду, а також впорядкування інформаційного хаосу, що створюється наростаючою ентропією.

Список використаних джерел

1. Кара–Мурза С. Манипуляция сознанием / С. Кара–Мурза. – М. : Алгоритм, 2000. – 464 с.

2. Кудряшова Т. Переживание времени в условиях медиапространства [Електронний ресурс] / Т. Кудряшова. – Режим доступу : http://www.intelros.ru/pdf/mediafilosofia/15.pdf.

3. Кузнецова Е.И. Медиальность и медиакультура как факторы динамики социальной среды : автореф. дис. ... д.филос. н. : 09.00.11 "Социальная философия" / Кузнецова Елена Игоревна ; Нижегородский гос. ун–т им. Н.И. Лобачевского. – Нижний Новгород, 2010 – 55 с.

4. Савчук В. Философия эпохи новых медиа / В.Савчук // Вопросы философии. – 2012. – № 10. – С. 33–43.

5. Сивков Д. "Тяга повсюду быть дома". Проблемы иммунологии медиа [Електронний ресурс] / Д. Сивков. – Режим доступу : http://www.intelros.ru/pdf/mediafilosofia/07.pdf.

References

1. Kara–Murza S. Manipulyaciya soznaniem / S. Kara–Murza. – M. : Algoritm, 2000. – 464 s.

2. Kudryashova T. Perezhivanie vremeni v usloviyah mediaprostranstva [Elektronnij resurs] / T. Kudryashova. – Rezhim dostupu : http://www.intelros.ru/pdf/mediafilosofia/15.pdf.

3. Kuznecova E.I. Medial'nost' i mediakul'tura kak faktory dinamiki social'noj sredy : avtoref. dis. ... d. filos. n. : 09.00.11 "Social'naya filosofiya" / Kuznecova Elena Igorevna; Nizhegorodskij gos. un–t im. N.I. Lobachevskogo. – Nizhnij Novgorod, 2010 – 55 s.

4. Savchuk V. Filosofiya `epohi novyh media / V. Savchuk // Voprosy filosofii. – 2012. – № 10. – S. 33–43.

5. Sivkov D. "Tyaga povsyudu byt' doma". Problemy immunologii media [Elektronnij resurs] / D. Sivkov. – Rezhim dostupu : http://www.intelros.ru/pdf/mediafilosofia/07.pdf.

Sanakuev N. G., *graduate student of the Kiev National Tradeand Economic University (Ukraine, Kiev),gileya.org.ua@gmail.com*

Mediaphilosophy as the new branch of philosophical knowledge

The article is devoted to the concept of "mediaphilosophy". Outlines the key milestones in the development of a new branch of philosophical knowledge. It also focuses on the subject of mediaphilosophy and the range of problems that arise in connection with her appearance. Made assumptions about the prospects of its developmentinthefuture. It was proved that one of the most acute problems of this branch of philosophical knowledge is the essence of image as a moving force of all cultural system, and also the problems of media time and space. The latter ones are closely interlaced and imitate the classical tradition of identification of time with space; however the essential difference is violation of linear time continuum that creates the range of difficulties.

Keywords: *mediaphilosophy, mediareality, mediality, media anthropology, immunology media, hypertext.*

***Санакуев Н. Г.**, аспирант, Киевскийнациональный торгово–экономический университет (Украина, Киев),gileya.org.ua@gmail.com*

Медиафилософия как новая отрасль философского знания

Рассмотрено понятие "медиафилософия" и определено его сущность. Обозначены основные вехи развития новой отрасли философского знания. Особое внимание уделено раскрытию предмета медиафилософии и тому кругу проблем, которые возникают в связи с ее появлением. Высказаны аргументированные доказательства относительно перспектив ее развития в дальнейшем. Доказано, что одной из самых острых проблем этой отрасли философского знания есть вопрос образа как движущей силы всей культурной системы, а также проблема медийного времени и пространства. Последние тесно переплетены и подражают классической традиции отождествления времени с пространством, однако существенным отличием является нарушение линейного временного континуума, что создает ряд трудностей.

***Ключевые слова:** медиафилософия, медиареальность, медиальность, медийная антропология, иммунология медиа, гипертекст.*

* * *

УДК 343.41

Санжаровець В. М.
старший викладач кафедри політології
та соціальних технологій, Гуманітарний інститут НАУ
(Україна, Київ), gileya.org.ua@gmail.com

ПРОЯВИ КОРУПЦІЙНОГО ДЕЛІКТУ В КРИЗОВИХ СИТУАЦІЯХ

Розглядається корупційний делікт, його вчинення особами у яких відсутні моральні та правові принципи, оскільки здійснюється він в кризових ситуаціях, а саме підчас бойових дій. Можливість володіти чужим майном, в моменти вибору, дає можливість особі вчиняти аморально.

***Ключові слова:** корупція, корупційний делікт, соціальна девіація, дисфункція, мораль, право.*

У становленні та розбудові українського суспільства важливе місце посідає пошук інноваційних теоретичних і методологічних підходів філософського дослідження у галузі розбудови правового, культурного та морально вихованого суспільства. Серед основних завдань, які вирішуються в системі соціально–філософського аналізу – явища корупційного делікту де є взаємовідносини громадянин – громадянин. Дана тема обрана нами для того щоб розібратися, що є причиною такої девіантної поведінки людей. Які мотиви спонукають їх до вчинення корупційного делікту. Для цього ми розглядаємо сучасний стан ситуації в державі, погляд на цю проблему під час військових дій. Оцінити корупційний делікт, чи можливо йому протистояти.

Корупційні прояви у будь–якому суспільстві являють собою загрозливий та небезпечний механізм, який підпорядковує собі всі життєдіяльності суспільства. За таких умов не може нормально функціонувати жодна із сфер громадянського соціуму: ні політична, ні правова, ні економічна. І, як наслідок, у державі починають прогресувати неконтрольовані процеси, що призводять до соціальних девіацій. Тому нагальним є вирішення питання щодо усунення проявів недобросовісного ставлення громадянина різного рівня до виконання своїх посадових обов'язків та недопущення проявів корумпованості, особливо в кризових ситуаціях. Населення України переживає життєву кризу.

Корупційний делікт як соціальне явище є елементом системи управління, що тісно пов'язаний з іншими соціальними інститутами – політичними, економічними, культурологічними. Корупційний делікт є соціальним за походженням, суб'єктами, жертвами вчинків, а також результатом взаємодії детермінант, що мають соціальний характер. На соціальний характер корупційного делікту вказують: виконання ним низки соціальних функцій, а саме: спрощує адміністративні зв'язки, прискорює й спрощує прийняття управлінських рішень, консолідує й реструктуризує відносини між соціальними класами та групами, й навіть певною мірою сприяє економічному розвитку шляхом скорочення бюрократичних бар'єрів, оптимізує економіку в умовах дефіциту ресурсів; наявність цілком визначених суб'єктів корупційних взаємовідносин, розподіл соціальних ролей.

Корупційний делікт є одним з найактуальніших соціальних проблем сучасності. Ми взагалі вважаємо, що корупція та корупційний делікт стали основними соціальними проблемами пострадянських країн початку XXI століття. За будь–яких підходів та оцінок однозначно одне – корупційний делікт є проблемою, розв'язання якої для багатьох країн є надзвичайно актуальною справою. Це повною мірою стосується України, високий рівень корумпованості якої визнано її політичним керівництвом, законодавчим органом, вітчизняними та зарубіжними аналітиками, відповідними міжнародними інституціями та суспільством. Можна стверджувати, що корупційний делікт як прояв соціальної девіації впливає на темпи розвитку економіки держави, владу, суспільство та громадянське суспільство в цілому.

Аналіз публікацій. Проблема осмислення феномена корупційного делікту має свою дослідницьку традицію. В працях таких відомих дослідників проблем боротьби з корупцією, як Дж. Най, Г. Блек, Р. Перкінс, Дж. Белентайн, М. Джонстон та багатьох інших, що присвячені дослідженню витоків цього явища, аргументовано доводиться, що корупція відома суспільству ще з давнини. Так, наприклад, перші прояви корупції згадані вчені датують IV–V століттями до нашої ери. Пізніше у стародавніх Афінах та Римі корупцією називали карані в судовому порядку незаконні дії посадових осіб держави, які розглядалися як "зіпсованість моралі", "розлад порядку в полісі". Дослідження феномену корупції беруть початок у працях грецьких мислителів – Платона та Арістотеля, йому належать антикорупційні висловлювання: що "купуючі владу за гроші звикають витягати з неї прибуток". Вони вважали, що саме корупція веде до появи "зіпсованих" форм державного правління – тиранії та олігархії. Тому можна з упевненістю стверджувати, що грецькі міста–поліси вже тоді зіштовхнулися з досліджуваною нами хворобою управлінських систем. Іншими словами, це система відносин, яка допомагає власникам капіталу купувати все – пільги, вплив, закони, рішення на свою користь, заступництво законодавчої, виконавчої та судової влади.

Томас Гоббс писав, корупція "…є корінь, з якого витікає в усі часи і при всяких спокусах презирство до всіх законів". Бакунін Михайло Олександрович, головний теоретик анархізму, російський революціонер, вважав, що корупція для будь–яких правителів держави є засобом управління, важливим інструментом в руках професійних політиків, які мають "мистецтво перемагати і зберегти владу всіма можливими способами".