# КЛИЕНТЕЛИЗМ КАК ОПРЕДЕЛЯЮЩАЯ ЧЕРТА НЕОПАТРИМОНИАЛЬНЫХ РЕЖИМОВ

**Мельников К. В.**

аспирант, Институт философии и права Уральского отделения Российской академии наук (Россия), ведущий специалист-эксперт Уральского территориального управления, Федеральное агентство научных организаций (Россия), 620144, Россия, г. Екатеринбург, ул. Московская, д. 217, melnikovrezh@gmail.com

УДК 323.2
ББК 66.3(2Рос)

**Цель.** Целью представленного исследования является анализ феномена клиентарно-патронажных сетей и оценка его потенциала в развитии концепции неопатримониализма.

**Методология.** Сравнительное качественное исследование текстов монографий и научных статей, изданных на русском и иностранных языках, по избранной тематике. Содержательно изучение интерпретаций неопатримониального типа политического господства и феномена клиентелизма проводилось в русле неоинституционального подхода.

**Научная новизна.** Феномен клиентелизма, рассматриваемый часто безотносительно типа политического господства, в котором он распространен, или фигурирующий в рамках простого перечисления типовых черт неопатримониальных режимов, представлен в статье как базовая черта неопатримониальных режимов, проанализирована связь этих категорий.

**Результаты.** На основе обзора наиболее значимых работ в этой области исследований представлено комплексное понимание феномена клиентелизма, выдвинуты два аргумента, которые доказывают его конститутивное значение для концепции неопатримониализма.

*Ключевые слова:* неопатримониализм, патримониализм, клиентарно-патронажные отношения, клиентелизм, неформальные институты

## CLIENTELISM AS DETERMINING FEATURE OF NEOPATRIMONIAL REGIMES

**Melnikov K. V.**

post-graduate student, the Institute of Philosophy and Law of the Urals Branch of the Russian Academy of Sciences (Russia), the leading expert of the Ural territorial administration, Federal Agency of Scientific Organizations (Russia), 620144, Russia, Ekaterinburg, Moscow, d. 217, melnikovrezh@gmail.com

**Purpose.** The purpose of the given study is to analyze the phenomenon of client-patronage networks and to evaluate its potential in the development of the neopatrimonialism concept.

**Methodology.** Comparative qualitative study of monographs and scientific articles published in Russian and foreign languages on the selected topic. Meaningfully comparison of interpretations of neopatrimonial type of political domination and the clientelism phenomenon were carried out in terms of the neo-institutional approach.

**Scientific novelty.** The clientelism phenomenon, often considered irrespective of the type of political domination in which it is distributed, or appearing in the framework of a simple enumeration of the typical features of the neopatrimonial regimes, is presented in the article as a basic feature of the neopatrimonial regimes, the relationship of these categories is analyzed.

**Results.** Based on a critical review of the main works in this field of research author represents a comprehensive understanding of the phenomenon of clientelism and advances two arguments, that prove its constitutive significance for the neopatrimonialism concept.

*Key words:* neopatrimonialism, patrimonialism, patron-client relationship, clientelism, informal institutions

© Мельников К. В., 2017

Концепция неопатримониализма, сформировавшаяся в ответ на провалы проектов модернизации второй половины XX века, во многом смещает акценты в изучении политико-административных систем по сравнению с идеей демократического транзита и в целом по сравнению с классическими политологическими парадигмами. Бюрократия здесь трактуется не как система, организованная на принципах иерархии, специализации, документального оформления решений, меритократии и иных принципах, выведенных М. Вебером, но как пирамида патронатов, связанная между собой клиентарными отношениями. Политические партии в неопатримониальных системах обнаруживают совсем другие смыслы, нежели в современной парадигме демократии. Здесь не партии контролируют процессы формирования государственных органов, а государственные органы направляют и контролируют деятельность политических партий и общественных организаций. Парламент из органа представительства, играющего ключевую роль в принятии управленческих решений, превращается в «регистрационную палату» и в элемент системы единой власти, а не в самостоятельную ветвь власти. Таким образом, в неопатримониальной системе меняется смысл и основные принципы функционирования политических институтов. Именно поэтому некоторые исследователи подмечают натянутость традиционных «западных» трактовок коррупции, состояния судебной системы, функционирования политических партий и парламента применительно к «незападным» политическим системам [1, 2, 3]. Неопатримониальная парадигма «дает возможность осмысленного изучения некоторых политических явлений, которые в рамках классических подходов часто оказываются симулякрами: так, исследователи российских политических партий, опирающиеся на стандартные теории партий, вдруг начинают ощущать отсутствие объекта. Вместе с тем анализ тех же партийных структур как придворного общества, или как мелкопоместного дворянства, с присущей этим образованиям внутренней динамикой вполне может оказаться интересным и содержательным исследованием» [4, с. 349].

В эмпирических исследованиях неопатримониальных режимов регулярно возникают такие их характеристики, как клиентелизм и непотизм, фаворитизм и блат. Однако эти феномены фигурируют в рамках перечисления типовых черт таких режимов, а вопросы, связанные с выявлением взаимодействия их друг с другом, а также роли в собственно функционировании неопатримониальных систем, остаются на периферии исследовательского интереса. При этом термин «клиентелизм» (клиетарно-патронажные отношения) для неопатримониальных исследований является базовым, поскольку представляет собой оппозицию веберовской бюрократической рациональности. Эта оппозиция в свою очередь принципиальна, поскольку сама концепция неопатримониализма построена на противопоставлении и последующем сочетании традиционного и легально-рационального типа господства. Поэтому сфокусированное внимание на этом типе неформального взаимодействия может существенно прояснить многие аспекты функционирования неопатримониальных режимов. В этой связи важно проанализировать концепт клиентелизма сам по себе и выявить его возможности и (или) ограничения в развитии концепции неопатримониализма.

Классическим для западной политической традиции определением клиентелизма считается определение, данное Ш. Н. Эйзенштадтом и Л. Ронигером в их книге «Patrons, clients and friends. Interpersonal relations and the structure of trust in society» [5, с. 47–48]. В соответствии с их подходом, *«клиентарно-патронажные связи представляют собой отношения, обеспечивающие контрагентов необходимыми и желаемыми ресурсами и удовлетворяющие их потребность в доверии»*. Ж. Ф. Медар определил их как «*не связанные с родством отношения личной зависимости, опирающиеся на обмен благами между двумя людьми, патроном и клиентом, обладающими неравными ресурсами*» [6, с. 103].

Клиентарно-патронажные отношения имеют достаточно противоречивую природу. В этом феномене уживаются одновременно личная зависимость, явное неравенство ресурсов и взаимная солидарность, персональная идентификация, личное сочувствие и обязательства; возможность принуждения, эксплуатации и добровольность отношений; обоюдность и неофициальность, «полулегальность» отношений.

Обязательным условием возникновения клиентарных отношений является неравенство ресурсов, которыми патрон вознаграждает своего клиента. Это могут быть властные ресурсы (карьерный рост, назначение на должность, вознаграждение, защита от наказания или игнорирование проступка), материальные ресурсы (надбавка, премия, повышение оклада), психологические ресурсы (поддержка, одобрение), информационные и иные ресурсы («связи» с другими держателями ресурсов, полезные знакомства). Многие из этих ресурсов могут быть доступны посредством официальных норм, однако могут предоставляться и через личные отношения. В этом случае подчиненный чувствует личную ответственность перед начальником, своим продвижением, повышением оклада и иным статусным повышением он обязан не должностному регламенту, уставу или закону, а лично начальнику. А поскольку «долг платежом красен», то у подчиненного возникает явная обязанность отплатить начальнику схожим образом. Но в силу неравенства ресурсов отплатить тем же он не может. Что для начальника

являлось небольшой хлопотой, подчиненного ставит в положение человека, находящегося в «неоплатном долгу». Абсолютную величину полученного ресурса подчиненный может компенсировать продолжительностью оказываемой услуги. Это может быть долгосрочная лояльность, поддержка в значимых для начальника ситуациях, особое отношение к его поручениям (например, сверхурочная работа для их исполнения). Таким образом, начальник и подчиненный становятся патроном и клиентом, и между ними формируется не только служебная, но личная зависимость. «Связь поддерживается тем, что при недостаточном рвении клиента начальник всегда может отказаться от своей роли патрона, то есть прекратить наделение подчиненного дополнительными ресурсами, или даже изъять уже переданные (отменить надбавку к заработку, «вспомнить» про давний проступок, в конце концов – просто уволить)» [7, с. 39].

Особым для политической сферы механизмом действия клиентарно-патронажных связей является **компромат (вертикальный шантаж)**. На сегодняшний день феномен компромата наиболее яркую концептуализацию, хоть и не политологическую, а, скорее, социально-антропологическую [8], получил в работах Алены Леденевой [9].

Алена Леденева отмечает конструирующий характер компромата для российской политической традиции. Ей выделяется четыре «идеальных типа» компромата.

**Первый тип** представляет собой сведения о политической деятельности компрометируемого, включая злоупотребление властью, отношения с иностранными спецслужбами или дипмиссиями, разглашение государственной тайны, политическую нелояльность или политическую некомпетентность.

**Второй тип** касается сомнительной или незаконной экономической деятельности политика или государственного служащего. Это могут быть сведения о незаконном присвоении бюджетных средств, хищении, теневых банковских сделках, нарушениях в процессе приватизации (пожалуй, один из основных механизмов компромата во взаимодействии политической и бизнес-элиты России в начале 2000-х), укрытии налогооблагаемых доходов в офшорах. С введением так называемой «политики национализации элит» и принятием соответствующего федерального закона [10] новым объектом компромата могут стать иностранные банковские счета. В эту же категорию попадает незаконное (или «не для тех») финансирование избирательной кампании, преференциальный режим в деловых сделках и, что наиболее очевидно, принятие или предоставление взяток.

**Третий тип** включает в себя криминальную деятельность. Это могут быть связи с организованной преступностью, заказные убийства, насилие, шпионаж, прослушивание, шантаж.

Наконец, **четвертый тип** касается откровений о частной жизни, включая подробности незаконных доходов, имущества, экстравагантных потребительских привычек, сексуального поведения, сексуальной ориентации, культурного и религиозного происхождения, убеждений и идеологии, состояния здоровья, поступков членов семьи.

А. Леденева отмечает, что, хоть некоторые из возможностей дискредитации и связаны с публикацией компрометирующих материалов, но истинная сила компромата заключается в его неопубликованной форме (точнее, в самой возможности его опубликовать). Потенциальная возможность опубликования дает значительные преимущества при переговорах и заставляет корректировать поведение в обмен на неразглашение. Исследователь отмечает сосредоточенный на компромате характер политической власти в России 1990-х и наличие в штабе президента лиц, в неявный функционал которых входила задача сбора компромата. Таковым для ельцинской администрации называется, например, руководитель Службы безопасности Президента Александр Коржаков [9, с. 78]. Конструирующий характер компромата в первые годы постсоветской политики нашел яркое выражение в народной «премудрости»: «компромат на врагов – это удовольствие, компромат на друзей – необходимость».

Как мы уже сказали, компромат – это один из механизмов функционирования клиентарно-патронажных связей. Здесь вступает в действие принцип отложенного штрафа. Патрон собирает информацию, компрометирующую клиента, и, таким образом, имеет возможность не только резкого прекращения благодеяний, но и создания для карьеры (и/или иных сфер жизни) клиента существенных проблем. Наличие постоянной угрозы также «закрепощает» клиента, делает клиентарные связи еще более сильными.

Каким образом феномен клиентелизма связан с неопатримониализмом? Связаны ли они вообще? Может ли концепт клиентарно-патронажных связей что-то объяснить в функционировании неопатримониальных систем? Положительные ответы на эти вопросы могут быть даны по двум обстоятельствам. Во-первых, в связи с явным попаданием в логику традиционного (и патримониального в частности) типа господства М. Вебера. Во-вторых, в связи с функционированием клиентел и процессами клиентелизации коллективных субъектов, которые характерны как для классических патримониальных систем, так и для неопатримониализма.

**Аспект первый.** При сравнении основных понятий концепта клиентарно-патронажных отношений и базового идеального типа традиционного политического

господства М. Вебера мы обнаруживаем принципиальное сходство. В традиционном господстве господствующий является не начальником, а господином, его штаб управления состоит не из чиновников, а из личных слуг. Именно клиентарные личные связи лежат в основе взаимодействия господина и его слуг. Их отношения определяются не объективным служебным долгом, а личной преданностью. С чем связана такая личная преданность в традиционном штабе управления по Веберу? Прежде всего, тем, из каких категорий подданных рекрутируется типичный штаб управления. М. Вебер делит рекрутируемых на две группы [11, с. 266]:

1) Те, кто традиционно связан с господином узами пиетета (патримониально рекрутируемые);

2) Экспатримониально рекрутируемые.

В категорию **патримониально рекрутируемых** входят:

а) *члены рода*. Наиболее часто встречающийся в традиционных системах господства источник рекрутирования. Это явление также осмысляется в понятии непотизма;

б) *рабы и вольноотпущенники*. В патримониальных системах люди этой категории нередко занимают высокие, вплоть до высших, посты. Например, римский император Диоклетиан был сыном вольноотпущенника. Нередки случаи, когда высшие визири имели рабское происхождение. Например, великий визирь Османской империи при Сулеймане I Паргалы Ибрагим-паша, сын рыбака, был продан в султанский дворец, и обучаясь вместе с будущим султаном, быстро стал его другом и позже стремительно достиг больших высот на дипломатической и военной службе. Для российской истории подобным примером является жизнь А. Д. Меньшикова;

в) *крепостные домашние чиновники*, в особенности *министериалы*. Как наиболее типичных домашних чиновников М. Вебер выделяет следующих: сенешаль (изначально при европейских дворах стольник, позже – один из высших сановников, заведовавший внутренним распорядком двора), маршал (придворный конюх), камергер, трухзес (немецкий аналог французского сенешаля), домашний врач, домашний астролог. Для Востока особую роль играли старший евнух (сторож гарема), для африканских царств – палач;

г) *клиенты*. Клиентом назывался свободный индивид в Древнем Риме, принадлежащий к дому патриция, но не являющийся членом его семьи и получавший от патриция землю для обработки, поэтому зависимый от него в экономических и правовых отношениях. Покровитель по отношению к клиенту считался патроном. Именно из этих отношений берет свою терминологию исследуемый нами феномен, что еще раз подтверждает его явную связь с патримониальным типом господства. Королевская клиентела была главным источником патримониального господства в Китае и Египте;

д) *колоны*. То есть арендаторы небольших участков земли, принадлежавших крупному землевладельцу в Древнем Риме.

В категорию **экспатримониально рекрутируемых** входят:

а) те, с кем устанавливаются личные доверительные отношения (*свободные фавориты*);

б) те, кто заключает договор о верности господину (*вассалы*);

в) *свободные чиновники*, вступающий в отношения пиетета с господином.

Патримониализм, будучи формой традиционного господства, при которой власть организуется посредством *личного штаба управления* (без такового можно говорить о геронтократии и патриархализме), наследует все вышеперечисленные источники рекрутирования. В этой точке наших рассуждений важны не сами источники рекрутирования (они лучше вписываются в категорию непотизма), важна личностно-ориентированная природа властных отношений. Источники пополнения штаба управления в данном случае позволяют понять причину ориентации на личный характер управления в традиционных системах (и увидеть параллели в неопатримониальных системах). Таким образом, клиентарные отношения личной зависимости являются базовым принципом патримониализма. Могут ли подобные отношения проявлять себя в современности? Безусловно, именно в этом и состоит потенциал исследования клиентарно-патронажных сетей для изучения неопатримониальных государств. Надо сказать, что в ряде исследований неопатримониальных систем клиентарно-патронажные сети являются базовым элементом анализа. Например, А. Фисун указывает, что «внутри неопатримониальной бюрократии центральные, стержневые позиции принадлежат президентской вертикали, а именно клиентарно-патронажной сети, которая образуется вокруг фигуры главы государства; на ее верхушке находятся лично преданные ему люди, которые занимают ключевые позиции в государственном и партийном аппаратах, курируют силовые министерства и основные отрасли экономики» [12, с. 170]. Основными в клиентарно-патронажных сетях выступают отношения региональные, клановые, семейно-родственные, дружеские. Именно институту президентской клиентарно-патронажной сети принадлежит основная, организующая роль в политическом процессе в неопатримониальных государствах. Например, в политическом дискурсе государств Средней Азии (все чаще рассматриваемых как неопатримониальных) достаточно устойчивыми выражениями стали «самаркандские», «ташкентские» элиты Узбекистана, «Фан» (элита Ферганской долины), «Суркаш»

(влиятельные круги Сурхандарьинской и Кашкадарьинской областей на юге Узбекистана). Для Казахстана основой формирования клиентарно-патронажных сетей выступают союзы племен (жузы): старший (Улы жуз), средний (Орта жуз), младший (Киши жуз). Для Кыргызстана типичной является борьба между северными и южными элитами, также построенными по принципу клиентарно-патронажной сети [13].

Клиентелизм, очевидно, не отмирает с уходом в прошлое традиционных форм господства. С распространением рационально-легального доминирования, индустриализации, демократизации клиентарно-патронажные отношения трансформируются, их становится сложнее выявить, но они, хоть и в неявной форме, продолжают играть значимую (если не ведущую) роль в политико-административной жизни. И не только на высшем политическом уровне, о которым мы сказали выше, но и в функционировании бюрократии нижних этажей. Здесь невозможно оставить без внимания работы Михаила Николаевича Афанасьева. В монографии «Клиентелизм и российская государственность» [14] им показана структурирующая роль патрон-клиентских отношений в политико-административной системе России практически на всем протяжении ее истории (от Московского государства до постсоветской России). В его работе читается основополагающая для нас мысль: ни одна модернизация не смогла сделать рационально-легальные нормы основой бытования бюрократии в России. Ни петровская модернизация, ни либеральные реформы Александра II, ни сталинская модернизация, ни переход нового российского государства к рынку. Весьма интересны в этой связи мысли о петровских реформах, которые воспринимаются как, пожалуй, самая энергичная попытка перевести работу бюрократии в русло правил, инструкций, табелей и законов. «Табель о рангах» как основа петровской бюрократической модернизации и формирования регулярного государства не стал все же общим законом служебной карьеры. «Продвижение только по табельному расписанию было, пожалуй, уделом неудачников» [14, с. 97]. Реальный успех же давали только влиятельные связи, в самом верху иерархии – личное внимание монарха. «Российский государственный строй не знал четкой и определенной дифференциации формального и неформального, институционального и персонального, власти-функции и личной власти. В самодержавном укладе государства и самодержавном мифе эта слиянность дана в непосредственной очевидности. Царь самолично утверждал в должности чиновников четырех высших классов <…> Но и в целом Табель о рангах, по точному замечанию Х. Бенета, определяла статус должностей и служащих как производную от близости к императору. <…> сам император лично является источником преуспеяния подданных – точно так же, как он является источником формального закона» [14, с. 98–99].

Но все же в отношении петровской модернизации стоит отметить один момент. Усиление личной зависимости подданных от воли монарха (в повышении социального статуса, получении званий и чинов и соответствующих преимуществ), усиление патримониального начала являлось общей чертой бюрократической модернизации в государствах Европы. Однако что можно сказать об экспансии анонимных механизмов рынка и бюрократии, которая берет начало в XIX веке? Кажется, что развитие евро-атлантической либеральной цивилизации расширяет возможности новых гражданских форм защиты (судебная система, профсоюзы, коллективные договоры и т.д.), потребность в личных связях для решения собственных проблем отпадает. Роль клиентарно-патронажных связей в индустриальной либеральной цивилизации должна восприниматься как дополнение «в щелях и на обочинах современного индустриального, открытого общества, они развиваются там, где не дорабатывают публичные правовые институты» [14, с. 51].

Однако исследователи отмечают, что бюрократизация современной жизни не только не отодвигает клиентарные связи на периферию, но реально порождает их. М. Афанасьев в подтверждение этого тезиса предлагает обратиться к реальным практикам функционирования «Дженерал Моторс», казалось бы, вершины современной рациональной организации бизнеса. Однако даже в такой корпорации отмечается ведущая роль фаворитизма и личных отношений не только в продвижении по служебной лестнице, но и во влиянии на стратегические решения руководства. Поэтому тезис о дополняющей роли клиентарно-патронажных отношений в современности требует корректировки. «Клиентарные связи воспроизводятся внутри современных институтов, влияя на их функционирование – вплоть до формирования гибридных структур и псевдоморфозов. Клиентарные отношения далеко не всегда и не только отмирают, но динамично видоизменяются, адаптируясь к ускорению и усложнению социальных процессов» [14, с. 55].

Устойчивость клиентарных отношений ярко проявляется в его отдельных практиках. Например, для классических патримониальных систем важнейшим каналом рекрутирования и продвижения чиновников были **рекомендации**: от областных и уездных руководителей до монарха. Рекомендации остаются важнейшим каналом рекрутирования на государственную службу и по сей день. Так, например, в своем социологическом исследовании В. Е. Гимпельсон и В. С. Магун дают достаточно красноречивые цифры. В 85% случаев поступающие на государственную службу в российские органы государственной власти устраивались на должность либо по личной рекомендации (45%),

либо по предложению руководителя подразделения (32%), либо уже будучи известными в данной организации (например, после прохождения практики) (8%) [15, с. 13–14]. Такие каналы поступления на государственную службу не обязательно ведут к дальнейшему усилению клиентарных отношений, но, по крайней мере, такой вектор развития служебных отношений вполне вероятен.

Сама логика воспроизведения клиентарных отношений в современности, проанализированная М. Афанасьевым, созвучна логике, которую выразил Ш. Н. Эйзенштадт о неопатримониализме. Ведь в соответствии с его пионерной работой [16] можно говорить, что схожим образом патримониальное господство воспроизводится в современности, не заменяя при этом рациональные институты, но причудливым образом вплетаясь в них и воспроизводя патримониальные практики во внешне рационально-легальной среде. И именно клиентелизм обуславливает возможность воспроизведения патримониального типа господства, поскольку, как мы отметили выше, отношения личной зависимости по М. Веберу и являются конститутивной чертой традиционного доминирования.

**Аспект второй.** Клиентелизм заслуживает внимания для неопатримониальных исследований еще по одной причине – это формирование клиентел и клиентелизация коллективных субъектов. Клиентела представляет собой совокупность клиентов одного патрона и их отношений с ним. Надо сказать, что клиентела – весьма значимое явление для классического патримониализма. Так, М. Вебер подчеркивал роль клиентелы во все периоды истории Рима. Рим, по его мысли, в противовес другим античным полисам, представлял собой яркий пример патримониального господства, в котором власть принадлежала нескольким знатным родам. При этом в положении клиентов оказывались не только отдельные индивиды. Победив в войне, полководец брал под свою опеку союзные города и страны и сохранял этот патронат в своем роде. «Так, клиентами рода Клавдиев были Спарта и Пергам, иные фамилии имели клиентами другие города, принимали их послов и представляли в сенате их интересы» [17, с. 104].

Клиентелизация коллективных субъектов имеет место и в современных политико-административных системах. Говоря об адаптации клиентарных отношений к современным институтам, М. Афанасьев как одно из ключевых направлений трансформации клиентелизма называет именно коллективизацию субъектов, включающихся в эти отношения. «Индивидуальных патронов и посредников могут заменять партии, профсоюзы и иные институционализированные центры власти и влияния» [14, с. 55].

В современных условиях коллективными клиентами могут быть, например, предприятия, живущие исключительно или главным образом за счет государственного заказа. В качестве ответной услуги такие предприятия могут предлагать политическую поддержку действующей власти. Такая поддержка может выражаться как в контроле за голосованием сотрудников предприятия на выборах, так и в организации различных публичных акций, направленных на поддержку политики действующей власти. В ситуации широко отмечаемой для местного самоуправления в России диспропорции объема полномочий и объема собственного финансирования, схожие механизмы могут иметь место в отношениях муниципальных образований и региональных администраций. В целях получения субсидии на конкретный проект (строительство больницы, ремонт дороги, организация значимого мероприятия) или в целях увеличения объема дотаций региональные власти вполне могут потребовать выполнения выгодных для себя условий (например, внесения поправок в устав муниципального образования для установления более контролируемой структуры органов местного самоуправления, или выражения недоверия неугодным должностным лицам администрации города со стороны городской думы, или прямого назначения главой администрации выгодной областной администрации кандидатуры). В отношении определения нуждаемости территории в дотациях существуют формальные методики. Однако степень свободы областной власти в доведении конкретного объема финансирования все равно остается крайне высокой, поэтому пространство для выстраивания клиентарных механизмов здесь достаточно широко.

Итак, концепт клиентелизма оказывается не просто продуктивным для описания неопатримониального типа доминирования, но является, по сути, для него основополагающим. Поскольку, говоря о неопатримониализме, мы подразумеваем проникновение традиционного типа господства в рационально-легальные практики, важно «схватить» его суть. Она, в свою очередь, очевидным образом опирается на различные формы личной зависимости в управлении и на соответствующий вертикальный обмен благами и услугами. Именно эти механизмы составляют сущность феномена клиентарно-патронажных связей. С развитием имперсональных рационально-легальных институтов клиентарные отношения не исчезают, но трансформируются и адаптируются к новой институциональной среде. Одним из направлений такой трансформации является распространение коллективных патрон-клиентских отношений. Изучение новых гибридных форм клиентелизма, таким образом, полностью созвучно задачам неопатримониальной концепции, которая в качестве основной задачи ставит изучение традиционных практик в новой институциональной среде.

**Литература:**

1. Кордонский С. Г. Ресурсное государство: сборник статей. М.: REGNUM, 2007. 108 с.
2. Кордонский С. Г. Сословная структура постсоветской России. М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2008. 216 с.
3. Барсукова С. Ю. Про коррупцию, или Как не стать смешным идальго, принимая ветряные мельницы за великанов // Эссе о неформальной экономике, или 16 оттенков серого. [Текст] / С. Ю. Барсукова. НИУ ВШЭ. М.: Изд. дом ВШЭ, 2015. С. 37–52.
4. Старцев Я. Ю. Неофеодализм и неопатримониализм: эвристический потенциал архаизирующих метафор в изучении российской политики / Гуманитарная академическая наука Урала: приоритеты и перспективы исследовательского поиска. Материалы всероссийской науч. конф. 17–18 июня 2013 г. С. 342–351.
5. Eisenstadt S. N., Roniger L. Patrons, clients and friends. Interpersonal relations and the structure of trust in society. Cambridge. 1984.
6. Medard J.-F. Le rapport de clientele: du phenomene sociale a l'analyse politique // Revue Francaise de Science Politique. fevrier. 1976. Vol. 26. № 1.
7. Старцев Я. Ю. Личностно-ориентированные взаимодействия в государственном и муниципальном управлении // Органы власти в системе социальных взаимодействий: социологический, политический и управленческий анализ / А. А. Александров, Т. Е. Зерчанинова, К. Н. Самков, Я. Ю. Старцев. Екатеринбург: УрАГС, 2009. С. 31–59.
8. Барсукова С. Ю. Российские неформальные практики: экспортный вариант. Рецензия на книгу: Ledeneva A. V. How Russia Really Works: The Informal Practices That Shaped Post-Soviet Politics and Business. Ithaca: Cornell University Press. 2006 // Экономическая социология. 2008. № 3. С. 93–100.
9. Ledeneva A. V. How Russia Really Works: The Informal Practices That Shaped Post-Soviet Politics and Business. Ithaca: Cornell University Press. 2006.
10. О запрете отдельным категориям лиц открывать и иметь счета (вклады), хранить наличные денежные средства и ценности в иностранных банках, расположенных за пределами территории Российской Федерации, владеть и (или) пользоваться иностранными финансовыми инструментами: Федеральный закон от 07 мая 2013 года № 79-ФЗ (в ред. от 28.11.2015) [электронный ресурс]. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс»..
11. Вебер М. Хозяйство и общество: очерки понимающей социологии: в 4 т. / сост., общ. ред. и предисл. Л. Г. Ионин; НИУ «Высшая школа экономики». М.: Изд. дом Высшей школы экономики. 2016. Т. I. 445 с.
12. Фисун А. А. К переосмыслению постсоветской политики: неопатримониальная интерпретация // Политическая концептология. 2010. № 4 С. 158–187.
13. Рогожина К. А. Роль патрон-клиентных отношений в формировании политических элит государств Центральной Азии // Власть. 2009. №. 11. С. 22–25.
14. Афанасьев М. Н. Клиентелизм и российская государственность. М. 1997. 301 с.
15. Гимпельсон В. Е., Магун В. С. На службе Государства Российского: перспективы и ограничения карьеры молодых чиновников. Препринт WP3/2004/07 М.: ГУ ВШЭ. 2004. 32 с.
16. Eisenstadt S. N. Traditional Patrimonialism and Modern Neopatrimonialism. London: Sage. 1973. 95 p.
17. Афанасьев М. Н. Клиентелизм: историко-социологический очерк // Полис. 1996. №. 6. С. 97–106.

**References:**

1. Kordonsky S. G. Resource state: digest of articles. M.: REGNUM. 2007. 108 p.
2. Kordonsky S. G. Estates structure of post-Soviet Russia. M.: Institute of the «Public Opinion» Foundation. 2008. 216 p.
3. Barsukova S. Yu. About corruption, or How not to become ridiculous hidalgo, taking windmills for giants // An essay on the informal economy, or 16 shades of gray. M.: HSE Publ. house. 2015. P. 37–52.
4. Startsev Ya. Yu. Neofeudalism and neopatrimonialism: the heuristic potential of archaizing metaphors in the study of Russian politics / Humanitarian academic science of Ural: priorities and prospects for research. Materials of the All-Russian Scientific Conference on June 17–18. 2013 P. 342–351.
5. Eisenstadt S. N., Roniger L. Patrons, clients and friends. Interpersonal relations and the structure of trust in society. Cambridge. 1984.
6. Medard J.-F. Le rapport de clientele: du phenomene sociale a l'analyse politique // Revue Francaise de Science Politique. Fevrier. 1976. Vol. 26. № 1.
7. Startsev Ya. Yu. Person-oriented interactions in public administration // Authorities in the system of social interactions: sociological, political and managerial analysis / A. A. Aleksandrov, T. E. Zerchaninova, K. N. Samkov, Ya. Yu. Startsev. Ekaterinburg: UAPA. 2009. Pp. 31–59.
8. Barsukova S. Yu. Russian informal practices: an export option. Book review: Ledeneva A. V. How Russia Really Works: The Informal Practices That Shaped Post-Soviet Politics and Business. Ithaca: Cornell University Press. 2006 // Ekonomicheskaya sociologiya. 2008. № 3. P. 93–100.
9. Ledeneva A. V. How Russia Really Works: The Informal Practices That Shaped Post-Soviet Politics and Business. Ithaca: Cornell University Press. 2006.
10. On the prohibition of certain categories of persons to open and maintain accounts (deposits), to keep cash and

valuables in foreign banks located outside the territory of the Russian Federation, to own and (or) to use foreign financial instruments: Federal Law dated 07 May 2013 № 79-FL (ed. by 28.11.2015) [e-resource]. Access from ref.-legal system «ConsultantPlus».
11. Weber M. Wirtschaft und gesellschaft. Grundriss der verstehenden Soziologie. (Russ. ed.: Weber M. Khozyaistvo i obshchestvo: ocherki ponimayushchei sotsiologii. Moscow: HSE publ. 2016. Vol. 1. 445 p.).
12. Fisun A. By Rethinking of Post-Soviet Politics: Neopatrimonial Interpretation // Politicheskaya konceptologiya. 2010. № 4. P. 158–187.
13. Rogozhina K. A. Role of patron-client relations in the formation of political elites of the states of Central Asia // The Power. 2009. №. 11. P. 22–25.
14. Afanasyev M. N. Clientelism and the Russian statehood. M. 1997. 301 p.
15. Gimpelson V. Ye., Magun V. S. At the service of the Russian State: the prospects and limitations of the career of young officials. Preprint WP3/2004/07 M.: HSE. 2004. 32 p.
16. Eisenstadt S. N. Traditional Patrimonialism and Modern Neopatrimonialism. London: Sage. 1973. 95 p.
17. Afanasyev M. N. Clientelism: a historical and sociological essay // Polis. 1996. №. 6. P. 97–106.