

Вадим Пелішенко

*Харківський національний педагогічний університет імені Г.С. Сковороди,
Україна*

ПРОБЛЕМНЕ ПОЛЕ КЛІЄНТЕЛІЗМУ У СУЧАСНОМУ ПОЛІТОЛОГІЧНОМУ ДИСКУРСІ

Vadym Pelishenko

H.S. Skovoroda Kharkiv National Pedagogical University, Ukraine

PROBLEMATIC FIELD OF CLIENTELISM IN MODERN POLITICAL DISCOURSE

The article considers basic directions and strategy of studying problematic field of clientelism in modern political discourse. The author analyzes results of researching patron–client relations, starting with specification of a concept «clientelism» and its heuristic potential for political researches and finishing with application of certain methodological positions (statements of theories «clientelism» and «clanization», paternal conception of M. Weber) for analysis of this element of a political reality.

The accent is made on determination of perspective methodological principles concerning further researches of a problem field of clientelism. It is offered to consider conceptual constructions from the newest theories of development of a society (from «risk society» of U. Beck to «network society» of M. Castells) which interpret all set of social relations, inherent to modern society, as the most potential concerning this social and political phenomenon,.

Key words: corruption, kleptocracy, clientelism, patron, client, patron–client relations.

Постановка проблеми. У контексті розбудови української державності та формування громадянського суспільства в Україні особливої актуальності набувають питання розробки реальних механізмів запобігання виникненню та розповсюдженню деструктивних процесів, що спроможні стримувати демократичні зміни в українському соціумі. Насамперед, до таких процесів відносять розповсюдження корупційних дій на всіх рівнях функціонування українського суспільства.

Серед останніх особливе місце посідає процес клептократії (ствердження у суспільстві специфічної форми організації влади, базованої на корупції, яка допомагає представникам певної соціально-політичної групи активно використовувати свої владні (державно-політичні) повноваження для швидкого самозбагачення і отримання провідних позицій у суспільній ієрархії), що проявляється у таких формах як: клієнтізм, патерналізм, лобізм, непотизм, фаворитизм, кронізм.

Загрозливим для суспільства є саме зміщення орієнтації у діяльності державних службовців з виконання своїх обов'язків на особистісне збагачення. Панування політико-економічних груп клієнтарного типу свідчить, насамперед, про обмеження громадянської сфери суспільства.

Аналіз актуальних досліджень. Наукові розвідки клієнтелізму започаткували західні антропологи наприкінці 1950 – початку 1960 – х років, його розглядали як процес, який заважає модернізації суспільства. Згодом поняття «клієнтелізму» («патрон – клієнтських відносин») набуло політичного значення, увійшло у науковий обіг політичних наук та стало активно застосовуватися у політологічному дискурсі.

Ті або інші аспекти проблемного поля клієнтелізму виступають предметом досліджень у публікаціях таких представників системи соціально-політичних знань як: Ш. Айзенштадт, М. Афанасьєв, С. Бірюков, Т. Грехем, Б. Зажигаєв, К. Легг, А. Матвєєв, Л. Ронігер, О. Полішук, Ж. Удел, М. Шмідт та інш..

Мета статті: визначити найбільш адекватні теоретико-методологічні засади аналізу патрон – клієнтських відносин в українському суспільстві у контексті розгляду основних напрямків і стратегій вивчення проблемного поля клієнтелізму у сучасному політологічному дискурсі.

Виклад основного матеріалу. Аналіз сучасних публікацій, присвячених вивченню тих або інших аспектів проблемного поля клієнталізму дозволяють стверджувати таке.

У сучасній соціально-політичній літературі не існує загально визнаної інтерпретації природи та змісту цього елемента політичної реальності.

Так, американський вчений К. Легг пропонує вважати клієнтські відносини ознакою індустріальних суспільств, яка продукується бюрократією та є однією з провідних рис функціонування соціальних інститутів.

Інший західний дослідник – М. Дж. Шмідт під клієнтелізмом розуміє визначені форми відносин захисту взаємної вигоди між акторами, один з яких займає високе місце у соціальній ієрархії (патрон), а інший заінтересований у захисті та отриманні привілеїв (клієнт)¹.

Слід зазначити, що першим на пострадянському просторі ввів у науковий обіг концепт «клієнталізму» («клієнтелізму») російський вчений М. Афанасьєв². Його науковим наробком також є реконструювання генези та аналіз головних історико-цивілізаційних варіантів клієнтських відносин. Він розкриває трансформацію клієнтських відносин у пострадянських умовах та досліджує вплив клієнтських відносин на діяльність правлячої еліти, розглядає політико-культурні аспекти клієнталізму та інституціональне середовище влади.

Для вітчизняного політолога О. Поліщука клієнтелізм є суспільним явищем, у якому поєднується дія різних за соціально-політичним та економічним статусом суб'єктів, що утворюють колективну дію у досягненні поставленої мети, кожен окремо взятий індивід розглядає іншого як засіб досягнення мети та задоволення своїх потреб. Тобто запроваджуються відносини обміну: конкретні блага, з боку начальника – відданість і постійна готовність зробити конкретну послугу з боку підлеглого. Начальник стає патроном, а підлеглий клієнтом³.

Інші представники пострадянської політичної науки М. Додлова та М. Юдкевич під клієнтелізмом розуміють «відносини домінування, панування та підкорення... за принципом патрон – клієнтських відносин. Особливість таких відносин полягає у взаємній залежності патрона та клієнта⁴.

Автори статті «Обмін дарами у відносинах державних службовців» підкреслюють, що клієнтелізм є формою обміну дарами між патроном та клієнтом. В сучасних умовах розвитку суспільства службовий патронат над своїми людьми та їх родичами є предметом дару підлеглим у відповідь за їх відданість, покірність та дисциплінованість.

Подібну думку висловлює С. Бірюков, який під політичною клієнтелою розуміє специфічну форму мережі вертикального типу, в рамках якої позиції привілейованих акторів (патронів) займають офіційні владні інститути та їх керівники (лідери), які монополізують доступ до політичних ресурсів.

У той же час позиції залежних акторів (клієнтів) отримують інші актори регіональної політичної системи, які змушені вступати з владними інститутами різного рівня у відносини «нерівноцінного обміну» з ціллю домогтися впливу на рішення влади з урахуванням своїх інтересів у політиці, яка формується владою⁵.

Дослідник В. Римський під клієнтелізмом розуміє соціальне явище, яке характеризується формуванням відносин домінування, панування, залежності та незалежності за принципом патрон – клієнтських. Статус цих відносин ситуативний та схильний до змін: патрон та клієнт взаємозалежні, та в деяких випадках клієнти мають можливість змусити патрона діяти в їх інтересах, всупереч своїм особистим⁶.

¹ Матвеев, А.А. (2011). Соотношение неформальных институтов и практик, *Власть*, 8, 21.

² Афанасьев, М.И. (2000). *Клиентелизм и российская государственность: исследование клиентарных отношений, их роли в эволюции и упадке прошлых форм российской государственности, их влияние на политические институты и деятельность властвующих групп в современной России*. <http://www.pravo.vuzlib.su/book_z1216_page_4.html>.

³ Поліщук О.С. (2014). Вплив клієнталізму на колективну дію (соціально – філософський аспект). *Гілея*, 80, 280.

⁴ Додлова, М.Ч., Юдкевич, М.М. (2007). «Обмен дарами» в отношениях государственных служащих. *Экономический журнал ВШЭ*, 3, 339.

⁵ Бірюков, С. *Всепроникающая клиентелла*. <<http://www.intelros.ru/pdf/snob>>.

⁶ Римский, В.Л. (2004). Бюрократия, клиентелизм и коррупция в России. *ОНС*, 6, 74.

В. Харитоновна уточнює поняття клієнтелізму в частині розуміння його як організаційно-управлінського явища, яке характеризується домінуванням неофіційних, скритих вертикальних відносин особистої відданості з боку керівника – патрона, а також порушення норм і процедур службової етики та організаційної поведінки¹.

Сучасні дослідники пропонують для розгляду проблем виникнення, розвитку та розповсюдження патрон – клієнтських відносин у суспільстві застосовувати три групи теорій – «клієнтелізму», «кланізації» та веберівську концепцію патримоніального панування.

Представники так званої концепції «клієнтелізму» (серед яких американські та ізраїльські дослідники Ш. Айзенштадт та Л. Ронігер) пропонують розглядати клієнтські відносини як необхідні ресурси для процесу обміну у соціальному просторі, що базується на довірі, яка є дефіцитом у модерному суспільстві. За думкою цих дослідників патрон – клієнтські відносини є головним каналом отримання соціальних ресурсів. При цьому важливою є різниця патрон – клієнтських відносин у інституціональних контекстах: вони можуть грати вирішальну роль або підкорятися інституціональному порядку. Для систематичного аналізу різних форм патрон – клієнтських відносин автори пропонують наступні засади:

- 1) конкретна організація зв'язків та їх виходу на більш широку інституціональну сферу;
- 2) ступінь відкритого доступу до патрон – клієнтських ролей, присутність або відсутність при цьому нормативних бар'єрів;
- 3) закріплення ролей за акторами – неформальне за взаємною згодою або санкціоновану договором;
- 4) зміст обміну: які ресурси обмінюються, акцентуються при цьому влада або солідарність, визначення ступеню обов'язковості відносин, моральних обмежень;
- 5) стабільність патрон – клієнтських відносин².

Головним доробком західних теорій клієнтелізму є фіксація великої ролі клієнтарних відносин у діяльності владних та провладних груп та зростання ролі персоніфікованих неофіційних «закулісних» зв'язків на пострадянському просторі. Теорія клієнтелізму стверджує, що існування формальних інститутів не заперечує розвиток неформальних, тінювих структур, які не запозичені ззовні, а вириваються в середині формальних інститутів, таких наприклад, як бюрократія.

Аналогом теорії клієнтелізму виступає теорія «кланізації» Т. Грехема та Ж. Уедел, які вперше у концептуальному вимірі намагалися пояснити процеси кланізації на пострадянському просторі. Американська дослідниця Ж. Уедел пов'язала рекрутування еліт з існуванням кланових структур на пострадянському просторі, обумовлених унікальною соціальною структурою пострадянських суспільств та нерозвинутим громадянським суспільством. При цьому формальні інститути замінюються на неформальні, а політичні лідери отримують інституційний статус навіть не завдяки інституційному положенню, а завдяки можливості володіння та розподілу адміністративних та економічних ресурсів між членами клану, тобто політичні відносини отримали риси клановості. Ключовим фактором розвитку пострадянських країн за думкою Ж. Уедел є тінювий неформальний тип розвитку громадянського суспільства. Визначаючи сутність судової системи держави – клану, Ж. Уедел говорить про те, що в «державі – клані, клан і держава розділені слабо. З одних і тих же людей складається і клан, і державна влада. Члени клану одночасно і судді, і присяжні, і законодавці. Держава – клан має обмежену відповідальність перед тими, хто в неї не входить, вона непрозора для них; можливості представництва в ній для тих, кого вона контролює, також лімітовані. Як правило, вплив одного клану може бути стриманим або урізаним тільки конкуруючим кланом, тому що судові органи часто керуються політичними мотивами. Клан розставляє своїх людей на різні формальні або неформальні посади, де вони отримують доступ до ресурсів, необхідний для досягнення цілей клану, він змінює позиції своїх членів так, як це вигідно самому клану»³.

¹ Харитоновна, В.Н. (2013). *Клиентелизм в государственной службе*. Автореферат диссертации. 22 00 08. Москва. <<http://www.dissercat.com/content/klientelizm-v-gosudarstvennoj-sluzhbe>>.

² Афанасьев, М.И. (2000). *Клиентелизм и российская государственность: исследование клиентарных отношений, их роли в эволюции и упадке прошлых форм российской государственности, их влияние на политические институты и деятельность властвующих групп в современной России*. <http://www.pravo.vuzlib.su/book_z1216_page_4.html>.

³ Зажигаев, Б.В. (2012). Украина: уровень соответствия критериям для кандидатов на вступление в ЕС (куда идет Украина?). *Проблеми міжнародних відносин*, 5, 30-31.

Автори концепції «кланізації» стверджують, що мережі персоніфікованих патрон – клієнтських горизонтальних зв'язків глибоко просочились у радянську бюрократію та економіку отримали неофіційний неінституціоналізований (не інституційний) характер, тому не можуть бути структуровані у конкретні моделі.

Веберівську концепцію патримоніального панування у 70 – х роках ХХ ст.. ціла низка дослідників запропонувала застосовувати до аналізу політичних структур в окремих країнах та регіонах третього світу (для визначення змін у країнах, що розвиваються). Першим у цьому контексті до її евристичного потенціалу звернувся англійський вчений Г. Рот.

З початку 80 – х років західні дослідники активно застосовують веберівську теорію для осмислення різних проявів радянської бюрократичної системи (зокрема, клієнтелізму). Витоки патрон – клієнтських відносин, за думкою західних соведологів, знаходяться у особливостях політичного устрою СРСР, де існували вертикальні мережі клієнтського типу. Формування місцевих еліт відбувалось завдяки «партійним мережам, які формувала «партійну вертикаль» або клієнтелізм моноцентричного типу. Соведолог Т.Х. Рігбі свою увагу сконцентрував на особливій ролі персоніфікованих зв'язків у кар'єрному зростанні радянської номенклатури. На його думку, створення персональних клік обумовлено наступними рисами радянської системи:

- відсутність альтернативних шляхів доступу у політичну верхівку;
- тіньові методи рекрутування радянської еліти;
- конкуренція на вершці піраміди владної верхівки;
- висока залежність професійного просування від керівництва, а не від професійного виконання обов'язків.

Рішуче слово у визначенні системного характеру патрон – клієнтських відносин пострадянського періоду належить З. Бауману, який сфокусував свою увагу на впливових важелях селянського походження більшої частини радянського керівництва та на факторі невизначеності, який є домінуючою рисою доіндустріальних суспільств.

Сучасні дослідники проблемного поля патрон – клієнтських відносин також акцентують увагу на аналізі його окремих аспектах, які не виступають відправним моментом в його дослідженні, але здатні певним чином наблизитися до його визначення.

Так низка дослідників проблем клієнтелізму пропонують звернути уваги на визначення видів / типів патрон – клієнтських відносин, що існують у сучасному суспільстві.

Наприклад, Х.-Дж. Лаутх запропонував диференціацію клієнтелізму за двома критеріями, які визначають роль акторів політичної діяльності:

1. Розташування центру патрон – клієнтських відносин у політичній системі або за її межами;
2. Пряма або непряма участь у політичному житті країни. На основі цих критеріїв.

А. Матвеев визначає наступні типи клієнтелізму:

- родинні стосунки;
- мафія;
- деспотичні кліки та клієнтелістські партії¹.

У контексті аналізу результатів модернізації клієнтських відносин у сучасному світі останні пропонується розділяти на клієнтелізм виборчий та бюрократичний клієнтелізм, де політична партія є патроном зі своїми клієнтськими мережами, завдяки яким отримує владу.

Вважається, що досягнувши своєї мети, політична партія головним своїм завданням вважає розподіл державних посад для політичних клієнтів, а не ефективну політичну діяльність на користь держави. Участь у роздуванні державного апарату відбувається шляхом надання можливості своїм політичним клієнтам зайняти ключові посади у бюрократичній структурі влади, та приймає систематичний характер; надає нові можливості політичним партіям у контролі влади в країні, створює широкий потенціал для розкрадання державного майна, для впровадження корупційних схем, «кришування» нелегального бізнесу. Виборчий клієнтелізм проявляється у зв'язку між патроном (депутатом) та клієнтом (виборцем). Цей зв'язок може служити інструментом тиску виборця на депутата, він також може бути способом просування локальних інтересів на загальнонаціональний рівень².

¹ Матвеев, А.А. (2011). Соотношение неформальных институтов и практик, *Власть*, 8, 21.

² Поліщук, О.С. (2014). Вплив клієнтелізму на колективну дію (соціально – філософський аспект). *Гілея*, 80, 281.

Виходячи із тверджень цілої низки дослідників, що клієнтелізм має різнорівневий характер, його пропонується розглядати як макрорівневий (на всіх рівнях політичного та соціального життя) та мікрорівневий (на рівні пріоритетного просунення по службових сходах державної служби родичів, друзів, знайомих).

Доволі нестандартним підходом до проблеми класифікації клієнтелізму є підхід дослідника С. Бірюкова, який пов'язує соціальний тип клієнтських відносин з типологією регіональних режимів керування, серед яких С. Бірюков виділяє наступні:

1. Тип клієнтських відносин, заснований на інтеграції регіональної еліти за принципом особистої відданості (як правило, політико-ідеологічної), неформально-бюрократичному варіанті політичного панування (лідерства) з низьким рівнем ефективності та популярності влади.

2. Тип клієнтських відносин, заснований на симбіозі елітних груп різної політико-ідеологічної орієнтації і соціального походження, який склався в умовах достатньо високого рівня ефективності та популярності влади.

3. Тип клієнтських відносин, основою яких є консолідація головних соціально-політичних акторів навколо патрона – голови регіону, який не пережив масштабних трансформацій на базі зв'язків, які склалися у попередній системі управління (централізована авторитарна корпорація патримоналістичного типу).

4. Модель, яка поєднала риси моноцентричної та поліцентричної клієнтел, в рамках якої виділяється засноване на старих «номенклатурних зв'язках» ядро правлячої еліти з одночасним дорученням до управління нових людей, які забезпечують високий рівень ефективності та популярності влади.

5. Тип моноцентричних клієнтських (патримоналістичних) відносин, сформований високо популярним та ефективним лідером харизматичного типу, який прийшов до влади у регіоні в результаті політичного банкрутства як еліти радянського періоду, так і демократів нової хвилі.

6. Ситуація, за якої регіональному лідеру не вдалося вибудувати клієнтелу ні моноцентристського, ні полі центристського характеру, що лишило його реальної підтримки регіональних еліт¹.

Наведена типологія регіонального клієнтелізму демонструє його головні специфічні причини як на державному так і на регіональному рівнях:

- протекціонізм як цілеспрямовану діяльність керівництва країни або регіону;
- підбір кадрів на умовах особистої відданості або за рахунок родинних зв'язків;
- відсутність фіксації клієнтарних моделей у трудовому кодексі України, егоїстична спрямованість чиновників на особисте збагачення, поблажливості у відношенні свого найближчого оточення; заміщення державних інтересів чиновників на особистісні;
- відсутність правових запобіжників клієнтелізму на державному рівні та небажання вищого політичного керівництва України боротися з цими проявами; відсутність жорсткого контролю з боку держави за родинними зв'язками високопосадовців;
- слабка регуляція службової відповідальності за порушення посадових норм та правил; прогалини державного контролю у розподіленні матеріальних благ високопосадовцям;
- неповага чиновників до чинного законодавства України.

Відносини обміну, на яких базується клієнтелізм, сприймаються акторами як форми політичної діяльності, які асиметрично структуровані, де патрон виконує домінуючу керівну роль, а клієнт сприймає владу патрона.

Останнім часом у політологічному дискурсі спостерігається уточнення евристичного потенціалу поняття «клієнтелізму», систематизуються головні політичні, адміністративно-правові, соціокультурні причини клієнтелізму в країнах пострадянського простору (зокрема, в Україні) й, відповідно, визначаються можливі стратегії протистояння розповсюдженню цього явища на всіх рівнях функціонування соціуму.

У цьому контексті підґрунтям масового прояву клієнтелізму в Україні пропонується розглядати її слабку економіку (як суспільства перехідного типу або суспільства у стані модернізації). Сучасний клієнтелізм живить суспільства з нестабільною економікою, де життєво необхідною є політика виживання, яка спрямовує амбітних індивідів у неформальні об'єднання на кшталт кланів. Патрон-клієнтський тип соціальних зв'язків закладає основу залежності і контролю з

¹ Бірюков, С. *Всепроникающая клиентелла*. <[http:// www.intelros.ru/pdf/snob](http://www.intelros.ru/pdf/snob)>.

боку патрона або «бігме на», тобто транслює патріархальний тип соціальних відносин. Різниця соціальних статусів патрона та клієнта дозволяє першим домінувати. Це домінування обумовлене існуванням фінансовими, політичними, владними ресурсами. Важливою характеристикою патрон – клієнтських відносин є надання послуг з боку різних сторін, причому звичайно послуг не диференційованих за типами та видами, а комплексних, які відбуваються як за символічним примусом, так і добровільно. Як правило, патрони захищають своїх клієнтів на основі формальних та неформальних домовленостей. А клієнти тією чи іншою мірою забезпечують діяльність своїх патронів. Патрон – клієнтські відносини можуть бути як офіційними, так і неофіційними, навіть полу легальними¹.

Феномен клієнтелізму також розглядається як важлива складова клептократичного адміністрування в Україні. В нестабільних умовах між окремими чиновниками та корпораціями виникають довготривалі відносини корпоративного типу, де влада та бізнес об'єднуються у реалізації загальних інтересів, за умови домінування влади над бізнесом. Трансформація клієнтелізму приймає нові форми – патрон відіграє роль брокера, у якого є зв'язки з центральною владою. Крім того, сучасний патрон, контролюючи і будучи лідером політичних організацій, користується публічними ресурсами (робочі місця, пенсії, спеціальні пільги), а клієнти, якими можуть бути не лише окремі індивіди, а й організації (етнічні меншини, профспілки, незахищені соціальні групи), надають патронові електоральну підтримку².

Висновки: У сучасному політологічному дискурсі пропонується клієнтелізм розглядати як багатоаспектне політико-соціальне явище, що проявляється як дисфункція системи державного управління, демонструє кризу суспільної та індивідуальної політичної свідомості та базується на історико-культурній традиції певного суспільства.

Представники як західної, так й вітчизняної політичної науки розглядають проблемне поле патрон–клієнтські відносини сучасного суспільства, що трансформується, у різних напрямках. Основними з яких є:

- уточнення змісту концепту «клієнтелізм» та його евристичного потенціалу для політологічних досліджень;
- визначення основних видів / типів проявів цього соціально-політичного явища;
- обґрунтування головних причин щодо виникнення та поширення патрон – клієнтських відносин у сучасному суспільстві, що знаходиться на етапі демократичних перетворень;
- здійснення історико-культурної реконструкції генези та динаміки моделі клієнтельських відносин у країнах пострадянського простору;
- застосування певних методологічних положень (тверджень теорій «клієнтелізму» та «кланізації», концепції патерналістського панування М. Вебера) для аналізу цього елементу політичної реальності.

Слід зазначити, що останній напрямок у дослідженнях найменше презентований у сучасних публікаціях. Це можна пояснити:

по-перше, відсутністю явних переваг пізнавального потенціалу у кожній теоретичній конструкції;

по-друге, відкритою конкуренцією, що спостерігається у науковому співтоваристві, між прибічниками кожної із вищезазначених теорій;

по-третє, орієнтацією великої кількості дослідників цього явища на методологічні засади, що базуються на твердженнях інших теоретиків західної соціально-політичної системи знань (від А. Бентлі до Р. Мертона) та ще не отримали свого концептуального оформлення.

У якості перспективних методологічних засад щодо подальших досліджень проблемного поля клієнтелізму пропонується розглядати положення із новітніх теорій розвитку суспільства (від «суспільства ризику» У. Бека до «мережевого суспільства» М. Кастельса), які прагнуть інтерпретувати всю сукупність соціальних відносин, яка притаманна сучасному соціуму – від макрорівня до макрорівня, як у площині конструктивності, так й деструктивності.

¹ Римский, В.Л. (2004). Бюрократия, клиентелизм и коррупция в России. *ОНС*, 6, 75.

² Поліщук, О.С. (2014). Вплив клієнтелізму на колективну дію (соціально-філософський аспект). *Гілея*, 80, 280.

References

1. Afanas'ev, M. I. *Klientelizm i rossiiskaya gosudarstvennost': issledovanie klientarnykh otnoshenii, ikh roli v evolyutsii i upadke proshlykh form rossiiskoi gosudarstvennosti, ikh vliyanie na politicheskie instituty i deyatelnost' vlastvuyushchikh grupp v sovremennoi Rossii*. <http://www.pravo.vuzlib.su/book_z1216_page_4.html>.
2. Biryukov, S. *Vsepronikayushchaya klientella*. <<http://www.intelros.ru/pdf/snob>>.
3. Dodlova, M.Ch., Yudkevich, M.M. (2007). «Obmen darami» v otnosheniyakh gosudarstvennykh sluzhashchikh. *Ekonomicheskii zhurnal VShE*, 3, 337-364.
4. Zazhigaev, B.V. (2012) Ukraina: uroven' sootvetstviya kriteriyam dlya kandidatov na vstuplenie v ES (kuda idet Ukraina?). *Problemi mizhnarodnikh vidnosin*, 5, 5-38.
5. Matveev, A.A. (2011). Sootnoshenie neformal'nykh institutov i praktik. *Vlast'*, 8, 18-21.
6. Rimskii, V.L. (2004). Byurokратиya, klientelizm i korruptsiya v Rossii. *ONS*, 6, 68-79.
7. Polishchuk, O.S. (2014). Vpliv klientelizmu na kolektivnu diyu (sotsial'no – filosofskii aspekt). *Gileya*, 80, 279-284.
8. Kharitonova, V.N. (2013). *Klientelizm v gosudarstvennoi sluzhbe*. Avtoreferat dissertatsii. Moskva. <<http://www.dissercat.com/content/klientelizm-v-gosudarstvennoj-sluzhbe>>.