

УДК 316.4

DOI <https://doi.org/10.32837/apfs.v0i27.927>*Е. А. Гугнін*ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-6390-3691>*кандидат соціологічних наук, доцент,
перший проректор**Національного університету «Запорізька політехніка»,
доцент кафедри соціальної роботи та психології
Національного університету «Запорізька політехніка»***СОЦІОКУЛЬТУРНІ ЧИННИКИ КЛІЄНТЕЛІЗМУ В ЗОВНІШНІЙ ЗАЛЕЖНОСТІ УКРАЇНИ:
ТЕОРЕТИКО-СОЦІОЛОГІЧНЕ БАЧЕННЯ**

Постановка проблеми. Корпоративізм як соціокультурний чинник зовнішнього впливу дає змогу оцінити пострадянську історію розвитку України в новому аспекті. Сформована в Україні модель корпоративізму належить до державно-олігархічного корпоративізму «азійського» типу, ознакою якого є створення зв'язку «державна – економіка – ЗМІ» за наявного домінування зовнішніх центрів впливу щодо олігархічних корпорацій та обслуговуючих їх ЗМІ. Очевидним у зазначеному контексті є поширення зв'язок між клієнтелізмом та зовнішнім впливом у пострадянській Україні, а також висновок про часткове заміщення відносин інституційного міжнародного права з Україною патрон-клієнтними відносинами. Для здійснення аналізу відповідності клієнтелізму зовнішньому впливу слід враховувати перш за все поширеність таких неформалізованих регуляторів поведінки, які належать до сфери соціальної моралі. Причому ці неформалізовані регулятори, які зумовлюють корупційні практики, характеризують співіснування в умовах клієнтелізму моральних засад домодерного, модерного і постмодерного культурного життєустрою.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В дослідженнях українських та закордонних авторів проблематиці клієнтелізму приділено значну увагу. Дослідженнями клієнтелізму в тих чи інших аспектах його проявів в умовах радянського та пострадянського соціального життєустрою займалися М. Афанасьєв, О. Блінова, М. Восленський, Л. Зайцева, Р. Мертон, М. Ожеван, С. Айзенштадт, Л. Ронінгер, Ю. Романенко [1–11].

Так, у статті М. Ожевана проаналізовано соціокультурні чинники українського націєтворення, які, на думку автора, «засвідчують «зависання між модерном та постмодерном» [8, с. 5–14].

До зазначених чинників автором віднесено, по-перше, історичні особливості тих держав у структурі регіональних ідентичностей, які впливали на них у минулому, що дослідник визначає як «квазіімперськість»; по-друге, етатистську та патерналістську модель державності, яка «не посилює, а послаблює роль громадянського суспільства

й політичної нації»; по-третє, «переважання зовнішніх ідентичностей над внутрішніми та появу зденаціоналізованих ідентичностей»; по-четверте «появу та посилення у відповідь на глобалізаційні тенденції різноманітних версій націоналізму та його субститутів у вигляді «руського міра» або різноманітного «європеїзму»; по-п'яте, «зовнішнє управління та тенденції до внутрішньої і зовнішньої десоверенізації» [8, с. 5–14].

До зазначеного переліку автором додано декілька постмодерних тенденцій, які «змінюють соціальну структуру в напрямках побудови мережових зв'язків замість вертикальних; припускають заміну мікроелементами блоків, домінування наднаціонального над національним та припускають створення штучного образу нації в медіапросторі» [8, с. 5–14].

Зазначені чинники можна вважати впливовими та дієвими в аспекті проявів в Україні геокультурного, гео економічного та геополітичного клієнтелізму у відносинах із державами-лідерами, адже назовні орієнтовані ідентичності, безініціативність громадянського суспільства за корумпованої клієнтарно-мафіозної держави з обмеженим суверенітетом та наданням коридору свободи транснаціональним економічним акторам, а також ідеології непослідовного націоналізму разом із космополітизмом дійсно сприяють геополітичному патронату сильніших держав та обмеженню державного суверенітету України.

Згідно з даними емпіричного дослідження О. Блінової, респондентам-студентам було запропоновано низку запитань задля з'ясування їх бажання «жити в іншій країні або взагалі змінити свою етнічну приналежність». Авторкою було висунуто гіпотезу, згідно з якою «намір жити тільки в Україні або бути лише українцем свідчить про сформований позитивний етнічний автостерейотип, отже, про позитивну етнічну ідентичність» [8, с. 67–75].

В опціях країн альтернативного мешкання респондентів фігурували США, Японія, Росія. Такий перелік було проінтерпретовано дослідницею як свідчення незадоволеності «рівнем та якістю жит-

тя у своїй державі, можливостями самореалізації, власними перспективами». Респонденти декларували також своє бажання «набути статус «громадянин світу», а також демонстрували високу частоту «висловлювань на кшталт «немає значення, до якої національності належить людина», що, як вважає дослідниця, «свідчить про «штучний», ще не усвідомлений, незрілий космополітизм, отже, змінену етнічну ідентичність» [8, с. 67–75].

Із проведених емпіричних досліджень авторка робить висновок про те, що «серед студентів вищих навчальних закладів України спостерігається зниження значущості та актуальності етнічної ідентифікації у системі соціальної самокатегоризації людини, значна кількість опитаних вважає себе «людиною світу», підкреслюючи бажаність вільного вибору країни проживання» [8, с. 67–75].

Маємо підстави для обґрунтованого твердження про те, що формування космополітичної ідентичності перед формуванням актуальної етнічної ідентичності може виступати одним із чинників геокультурного та геополітичного клієнтелізму та індикатором перестрибування українським суспільством модерної стадії за нездоланності пережитків домодерну та їх поєднання із ззовні нав'язаним постмодерном.

Клієнтелізм є форматом відносин між державами, в частині яких культурні та політичні еліти не здійснюють соціальну самокатегоризацію, вдаючись до універсалістських (фактично – приватно-індивідуальних) ідентифікацій, що виражає як домодерні, так і постмодерні культурні засади соціальної моралі.

Авторка доводить, що «серед напрямів трансформації етнічної ідентичності студентів слід зазначити біетнічну ідентичність, маргінальну етнічну ідентичність. Можливий також варіант слабкої, майже «нульової», етнічної ідентичності, тобто підкреслювання суб'єктивної незначущості етнічної приналежності або зарахування себе до «космополітів»» [8, с. 67–75].

Доволі цікаву концептуальну модель поширення клієнтелізму під впливом геополітичних чинників пропонує О. Зайцева, яка методологічно спирається «на авторську теорію індивідуалізації та аналітичну історію». «В рамках аналітичної історії» авторка аналізує поняття «клієнтелізм», пропонуючи його визначення як «відносини між патроном і клієнтами, які характеризуються добровільною залежністю».

Дослідниця зараховує до істотних ознак клієнтелізму делегування патроном з боку клієнта низки суверенних прав; лояльність клієнта щодо патрона; вимогу до клієнта приймати умови, які диктуються патроном; вигоди системи клієнтелізму, тобто зобов'язання патрона щодо заступництва по відношенню до клієнта [4, с. 183–190].

Продовжуючи свою думку, дослідниця зауважує, що, «з точки зору теорії індивідуалізації,

клієнтелізм є явищем, що виявляється в суспільно-політичній сфері як варіант утвердження добровільних і взаємовигідних межсуб'єктних відносин в ієрархічній системі світу» [4, с. 183–190].

На думку авторки, клієнтелізм є продуктом однополярної системи, тобто «глобальної геополітичної колоніальної імперії, створеної задля перерозподілу світових ресурсів, забезпечення потреб світового лідера і захисту інтересів його клієнтів, тобто клієнтських моделей розвитку».

Авторка фактично ототожнює клієнтарні відносини в суспільстві та відносини між лідерами-суверенами та сателітами (залежними державами). На думку авторки, держави-клієнти «не є пасивними учасниками відносин», адже вони «виторговують» для себе найбільш вигідні умови, намагаючись звести свої зобов'язання до мінімуму, проте це не дає їм можливості перегравати держав-патронів.

Ілюстративним прикладом дослідницької концепції стають зовнішня міграція, «єдиний економічний простір, безвізовий режим», які, мовляв, «визнаються незаперечними перевагами Єдиної Європи», а необхідність приймати мігрантів багатьма країнами сприймається як тягар, що суперечить національним інтересам. Держава-патрон зловживає своїм правом диктувати умови державам-клієнтам, що означає на практиці їх програш, оскільки «клієнтелізм виключає поняття «національні інтереси» в принципі», а держава-патрон («світовий лідер») «визнає винятковість своїх національних інтересів» [4, с. 183–190].

У відносинах держав-патронів (світових лідерів) та держав-сателітів поступово «формується багаторівнева структура клієнтелізму, яка відтворює принцип середньовічної феодалної ієрархії, в якій «васал мого васала – не мій васал»» [4, с. 183–190].

За логікою авторки, держава-патрон, якою є США, отримала істотні переваги внаслідок Другої світової війни, бо йдеться саме про апропріацію та кумуляцію значних за обсягами фінансів. Цього не змогли зробити держави-сателіти Європи, які самі брали участь у війні, отже, зазнали відповідних матеріально-технічних та людських втрат. Проте вони, на думку дослідниці, мають обтяження геополітичних патрон-клієнтських відносин, зазнаючи невикладних наслідків для власних економік, що створює нові протиріччя між патроном та сателітами-клієнтами.

Клієнтарна геополітична опіка та геополітичний патронат щодо України є зафіксованими також в емпіричних соціологічних дослідженнях. Згідно з даними прес-релізу Центру соціологічних досліджень «Соціальний моніторинг», думку про зовнішню залежність та управління підтримує більшість населення країни, адже «лише 7,2% опитаних вважають Президента України повністю незалежним від впливу інших країн

та організацій», «повністю незалежним Кабінет Міністрів України вважають лише 5,5%» [7].

Організатори дослідження відзначають зростання повної зовнішньої залежності Президента України від впливу інших країн та організацій «порівняно з груднем 2020 р. з 38,7% до 42,2%». Більшість опитаних (57,5%) оцінює такий вплив виключно як шкідливий. Відповідаючи на запитання про залежність української економіки від зовнішнього впливу, 48,4% респондентів погодилися з твердженням, що українська влада у своїй економічній політиці повністю залежить від впливу інших країн та організацій, ще 41,1% визнають частковий вплив [7].

При цьому «лише 4,5% думають, що українська влада є повністю незалежною у своїй економічній політиці. Ратифікацію Україною кредитної угоди з ЄС за умови виконання Україною передбачених угодою зобов'язань вважають шкідливою («дуже» або «скоріше») 58,5% опитаних, корисною («дуже» або «скоріше») – лише 11,8%» [7].

Дослідники відзначають істотне зростання питомої ваги «критичних оцінок» щодо «зобов'язань України, що виникли внаслідок переговорів з Міжнародним валютним фондом стосовно запровадження ринкових цін на газ і тепло для населення (не підтримують 77,5% опитаних); оптимізації мережі шкіл (не підтримують 85,1% респондентів); продовження реформи системи охорони здоров'я у поточному форматі (не підтримують 71,8% опитаних)» [7]. Незначною є кількість респондентів (12,7%), що дали позитивну оцінку щодо «запрошення іноземних громадян на роботу до українських органів влади й управління українськими державними компаніями («Укрзалізниця», «Нафтогаз України» тощо)». При цьому «питома вага опитаних, які оцінюють такі запрошення негативно, у січні 2021 р. складала 54,3%» [7].

Ю. Романенко вважає, що «оскільки фактичні відносини між олігархічними квазіелітами (автор називає їх «компрадорським екстериторіальним емісаріатом») і населенням є побудованими на основі кримінального клієнтелізму, то в олігархічних угрупованнях «своїх», так само як і численних мікрогрупах-корпораціях, офіційні номінації груп і спільнот, так само як і будь-які інституційні регулятори, не діють. Олігархічні квазіеліти як «свої» обговорюють проблеми виключно неформально і приватно, знаючи при цьому, якою є функція тих чи інших суб'єктів, так чи інакше причетних до проблемної ситуації» [9, с. 235, 257, 328–329].

Геополітичні стратегії, орієнтовані на неформальні зв'язки, маючи безсумнівні переваги у вигляді гнучкості, мають переважно деструктивність, яка полягає в тому, що формуються непрозорі, ніде не фіксовані, непідвладні регулюванню будь-якими законами (релігійними, моральними/правовими) «правила» і тіньові практики.

З огляду на їх неартикульованість ці «правила» призводять до шахрайського ігнорування реальних потреб населення і всезростаючої деєтнізації [9, с. 235, 257, 328–329].

Автор вважає, що в Україні квазібюрократія (яким дослідник оперує з урахуванням відбору кадрів на управлінські посади не в логіці класичної раціональної бюрократії М. Вебера, тобто відповідно до критеріїв посадової придатності, але на засадах особистісно-корпоративної відданості, клієнтелізму і відбору претендентів на ті або інші посади зі сфери мікрокомунікацій, зокрема сімейних, дружніх) виступає цим самим «підставним актором» для окремих олігархічних родин [9, с. 235, 257, 328–329].

Ю. Романенко доходить висновку про те, що «порушення самоідентифікації мало і має немислимим наслідком підвищення в Україні авторитету аут-сугесторів порівняно з ін-сугесторами, що створює стійкі передумови для невизнання/неприйняття автохтонних лідерів і елітних груп з їх заміною імпортованими елітними елементами, так само як і узаконення практик імпорту еліт як інструменту «порятунку нації». Остання обставина стає однією з причин окупації (частіше прихованої, ніж відкритої) життєвого простору України із застосуванням з боку окупаційної влади практик форсованого або повзучого геноциду» [9, с. 235, 257, 328–329].

На думку автора, «в інституціональному аспекті це відповідає трансісторичному пануванню олігархату, переважно екстериторіального (компрадорського) і приховано-ворожого по відношенню до титульного етносу. Зрощування олігархату з держструктурами створює ефект приватизації політики, яка легітимізується ідеологією фаміліарізму» [9, с. 235, 257, 328–329].

Дослідник, з одного боку, наголошує на геополітичних чинниках, а з іншого боку, пов'язує «тіньовий і екстериторіальний статус олігархату, використання ним неправових (позаюридичних) механізмів здійснення влади з інститутом «матріархальної сім'ї як інструментом «підтримки панування на мікрорівні, яке передбачає наділення жінки морально-педагогічним домінатом». Для автора фемінізованість у культурі стає одним із чинників геополітичного клієнтелізму та перетворення України на залежного «клієнта» сильніших держав [9, с. 235, 257, 328–329].

Дослідник підсумовує свої міркування аргументами щодо «відтворення соціальних інститутів в інтересах окремих олігархічних кланів» під впливом «ідеології фаміліарізму» та порушення аутопоєзису через клієнтелістський та трайбалістський спосіб селекції еліт. Наслідками клієнтелізму стають, на думку автора, «спотворення соціального життя у формі появи світу тіньових інституційних і соціальних ієрархій», які сприяють перетворенню

більшої частини соціальних практик на симуляцію та імітацію [9, с. 235, 257, 328–329].

Мета та завдання статті. Метою статті є побудова теоретико-аналітичної характеристики клієнтелізму як чинника зовнішньої залежності України. Завданнями статті є узагальнення досліджень клієнтелізму в науковій літературі; побудова теоретико-аналітичної характеристики ключових складників клієнтелізму як чинника зовнішньої залежності України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Клієнтелізм є складним соціокультурним явищем, що виникає в результаті міждержавних та міжсуспільних відносин, а виявлення причин його відтворення в Україні потребує розуміння його історичної генези, структурно-функціональних особливостей та соціокультурного контексту.

Однією з найпоширеніших форм клієнтелізму в міждержавних відносинах є протекціонізм, під яким розуміється заступництво однієї держави/групи держав щодо іншої. При цьому одна держава/альянс держав виконує роль керівника (керівників), тобто патрона, щодо держави-сателіта, яка стає підлеглим/клієнтом. Заступництво може здійснюватися як у формі цілеспрямованої підміни національних політичних еліт цієї держави, так і у формі спонукання держави-клієнта до імпорту еліт держави-патрона. В кожному окремому випадку прилаштування і просування елітних груп держави-патрона не може відбуватися без попередньо створених у державі-клієнті умов для непотизму, патерналізму і фаворитизму.

Під час розгляду причин відтворення клієнтелізму можна вирізнити три такі рівні його дослідження: макрорівень – рівень усього суспільства, що обумовлює найбільш загальні причини клієнтелізму; мезорівень – рівень окремих соціальних інститутів; мікрорівень – рівень індивідуальних акторів в культурних, економічних, політичних структурах та групах.

Макрорівневі причини клієнтелізму в Україні виявляються у зв'язку з культурою підданства, що була й залишається результатом зовнішнього впливу потужніших держав прикордоння. Ними є імпортованість елітних груп та їх прихильність до укладення угод із зовнішніми центрами влади; непрозорість механізмів управління державою для більшості населення та домінування неформальних регуляторів в соціокультурній системі над формальними; ігнорування клієнтелізму як соціальної проблеми в нормативних актах державної служби; відсутність громадського контролю і санкцій за порушення норм і правил державою.

Мезорівневими чинниками клієнтелізму є переважання культури приватності над культурою публічності, нерозвиненість сектору публічних організацій, у яких діяли б надособові регулятори поведінки; персоналізованість більшої части-

ни політичних та адміністративних інститутів, у яких особистість керівника домінує над правилами, що сприяє переважанню особисто-емоційної компоненти неформальних відносин над формальними відносинами.

Мікрорівневі чинники клієнтелізму є сформованими під впливом особливостей соціальної моралі та нормативно-правових регуляторів в Україні.

Дія зазначених чинників створює зацікавленість у використанні влади в особистих цілях, створює мотивацію для створення груп лоялістів, особисто відданих керівникові і готових підтримати його в будь-якій ситуації. З боку держав зовнішнього оточення це створює Україні імідж суспільства, яке є зацікавленим у позитивних відносинах з оточенням за будь-яку ціну в обмін на отримання протекцій. При цьому політичне керівництво легко схиляється до поступок під загрозою опинитися серед аутсайдерів у міжнародних організаціях. Зазначена обставина стає провідною в налагодженні патрон-клієнтних зв'язків між Україною та сильнішими державами.

Для політичних еліт цих держав, які мають ґрунтовну підготовку у сфері практичної психології та дипломатії, особистісні якості вищих політичних керівників України (їх індивідуальний та груповий егоїзм) добудовуються підданською свідомістю та конформізмом підлеглих. Отже, культура необмеженої влади та її низького контролю, що склалася в радянський період і збереглася донині, та організаційна структура, яка характеризується нерегламентованим простором дій державних службовців (перш за все, керівників), формують профіль України як держави-клієнта.

Найбільш небезпечним деструктивним наслідком поширення клієнтелістських практик для державної організації стає зміщення орієнтації діяльності та поведінки співробітників з інституційних форматів на особисті егоїстичні цілі очільників та їх найближчого оточення. У цьому разі наявне спотворення цілей держави та її перетворення на засіб реалізації індивідуальних інтересів. В міждержавних відносинах патронажно-клієнтарні відносини сприяють розвитку кругової поруки, прикриттю зловживань владою і порушенням закону, розвитку корупції за супутнього зниження ефективності управління державою загалом.

Ці чинники вдається, на думку автора цієї статті, найкращим чином інтерпретувати шляхом застосування поняттєвого апарату когнітивної теорії морального розвитку Л. Кольберга [6, с. 11–33]. Рівень морального розвитку українського суспільства загалом через різні історичні обставини може бути концептуалізовано як такий, що поєднує докнвенційні та конвенційні складники моральних уявлень. З одного боку, точка зору культурних та політичних еліт є такою, що відображає прийняття правильного/

неправильного залежно від зовнішніх авторитетних джерел. Йдеться про переважання зовнішніх моральних регуляторів над внутрішніми та власноруч напрацьованими.

Другою особливістю морального розвитку українських еліт є, за термінологією Л. Кольберга, «орієнтація на покарання і слухняність». Сама назва говорить про те, що елітні групи в такому контексті орієнтуються на відчутні (здебільшого політичні та економічні) наслідки власних вчинків з боку сильніших акторів геополітичного оточення. Якщо їх рішення тягнуть за собою санкції з боку держав-лідерів (держав-патронів), то воно оцінюється елітними групами як неправильне, якщо ж ніяких санкцій немає, отже, рішення прийнято правильно. Отже, елітні групи в Україні часто підпорядковуються зовнішнім «дорослим» тільки тому, що вони є сильнішими за них. Це означає заповнення собою ніши держав-клієнтів [6, с. 11–33].

Елементи другої стадії доконвенційної моралі («індивідуалізм, інструментальна мета і обмін») [6, с. 11–33] виявляються в прагненні елітних груп приймати такі назовні орієнтовані рішення, за які їх винагороджують, і уникали тих, за які їх карають держави-патрони. На цій стадії інтерес до інших держав виявляється за обставин їх «вигідності». Якщо вони допомагають елітним групам, «приносять їм задоволення» [6, с. 11–33], задовольняючи ті чи інші потреби, то з боку цих груп виявляється прихильність до співробітництва навіть шляхом прийняття аморальних рішень щодо суспільства.

Л. Кольберг концептуалізує другий рівень (конвенційної моралі) [6, с. 11–33] як такий, на якому людина (і, зазначимо, спільнота) переходить від прийняття моральних суджень аут-груп та наданих ними особистих вигід до суджень, які ґрунтуються на правилах і нормах ін-групи, до якої вона є приналежною (сім'я, група однолітків, нація).

Отже, українському суспільству бракує конвенційної моралі, яка складається з критеріїв, цінностей, правил, створених в Україні, як у суспільстві або в її культурній системі. Для українського суспільства зазначене означає непроходження стадії морального групоцентризму, на якій те, що є недобрим з точки зору групи, на цьому рівні морального розвитку буде неправильним і з точки зору окремих осіб, які належать до цієї групи. Саме брак цієї «дорослості» відповідає моральній незрілості та широким можливостям для нав'язування культурним, політичним, бізнесовим та медійним елітам цінностей зовнішніх соціальних систем та екстернальної моралі.

Доволі наочним в Україні є дефіцит ознак тієї стадії морального розвитку, яка в концепції Л. Кольберга отримала назву «стадії взаємних міжособистісних очікувань і відносин», або стадії «хороших хлопчиків і дівчат». На цій стадії представники спільноти зі сформованою ідентичністю

демонструють як оптимальну таку поведінку, яка є приємною перш за все для соціальних авторитетів та інших членів їх спільноти.

Вони цінують довіру, повагу й підтримку внутрішніх взаємних відносин за вторинного «озирання» на зовнішнє оточення. Отже, суспільство, яке перебуває на третій стадії морального розвитку, буде акцентувати увагу на допомозі батькам, на слухняності, на принесенні радості близьким дорослим, на виконанні соціальних зобов'язань. Варто зауважити, що саме на цій стадії орієнтування населення на оцінку наслідків дій зовнішніми акторами зазнає істотних обмежень.

Подолання клієнтелізму потребує комплексного підходу, застосування якого дає змогу усунути його засадничі причини на макро-, мезо і мікрорівнях і передбачає низку напрямів його культурної та соціальної «профілактики». Пріоритетними серед цих напрямів можуть бути створення через інститути освіти та церкви відповідних умов для перевиховання населення в напрямі формування постконвенційної соціальної моралі; діджиталізація урядування в напрямі нарощування його прозорості для населення; поширення громадського контролю над результативністю професійної службової діяльності та побудова на цій основі обґрунтованої системи оплати праці службовців вищої ланки; пропаганда та заохочення етичної нетолерантності щодо клієнтелізму, включаючи впровадження кримінально-правових санкцій у нормативно-правових документах; реальне впровадження конкурсної контрактної системи вступу на державну службу.

Оскільки в контексті теорії структурного функціоналізму [6, с. 91–96] клієнтелізм розглядається як специфічна форма соціальної взаємодії, яка виникає як соціальна девіація в результаті інверсії суспільних цінностей і легітимації в масовій свідомості асоціальних установок, то він передбачає заміщення функціональних взаємодій, що забезпечують реалізацію суспільних потреб, дисфункційними практиками, які підмінюють соціальні інтереси корпоративними егоїстичними домаганнями.

Разом із низкою переваг (наприклад, аналізом проблематики клієнтелізму в аспекті визначення функційного/дисфункційного стану соціальної системи) структурно-функціональний підхід до клієнтелізму має низку обмежень. Йому бракує розуміння історичної зумовленості патрон-клієнтських відносин України з прикордонними державами. Таке розуміння досягається через застосування історико-генетичного підходу. Значений підхід дає можливість простежити зміну ролі патрон-клієнтських зв'язків у ракурсі непослідовної модернізації суспільства та її поєднання з елементами домодерних та постмодерних соціальних систем.

У своїх специфічних формах і масштабах клієнтелізм є типовим для всіх етапів розвитку українського суспільства. На додержавній стадії розвитку він є типовим в аспекті побудови відносин найманства мілітарних груп населення території України з прикордонними державами (Річчю Посполитою та Росією). На стадії виникнення козацтва клієнтелізм став трохи не єдиною формою укладання договорів із державами, що мали часто протилежні інтереси, проте вимагали від України лояльності та поступок власними інтересами.

В Україні, яка зберігає переважно риси традиційного суспільства, клієнтелізм є складовою частиною моралі та релігії, в державних інституціях епохи комуністичного парамодерну, тобто в соціокультурних традиціях та устрої самих інститутів державної влади. У сучасному українському суспільстві клієнтелізм набув *de facto* форми домінуючого у відносинах керівників і підлеглих тіньового управлінського інституту, який пронизує всю систему бюрократичного управління.

В попередніх публікаціях автором уже було розглянуто такі фактично клієнтелістські форми зовнішнього впливу та зовнішнього управління Україною, як бутафорське культурне та медійне трендсетерство, кримінальне кураторство, політичний емісаріат та політичне гастролерство.

Розкриттю чинників безпосередньої зумовленості клієнтелізму і виявленню умов, що сприяють його легітимації в культурі та суспільстві, сприяє соціокультурний підхід. За цього підходу поширення клієнтелізму та його закріплення в ментальності громадян України пов'язані із зацікавленістю в ньому певних суспільних груп, перш за все олігархічних еліт, а також із наявністю стійких культурних національних традицій, які характеризуються більш високою порівняно із суспільствами західної Європи значущістю особистих зв'язків і відносин, патерналізму та сервілізму.

Необхідність поєднання трьох методологічних підходів (структурно-функціонального, історико-генетичного та соціокультурного) для аналізу клієнтелізму в соціальних науках зумовлена складністю та неоднозначністю цього соціального явища, різноманітністю його форм. Найбільш поширеними проявами клієнтелізму є протекціонізм, непотизм, патерналізм і фаворитизм. Їх спільним змістом є надання очільниками тих чи інших організацій (політичних, бізнесових, медійних, соціокультурних) переваг родичам, друзям і знайомим у формуванні команд, ієрархії управління та вертикальної мобільності.

Поширеність клієнтелізму призводить до девальвації професійних і моральних цінностей, розподілу посад не за принципом професіоналізму і компетентності, а на основі «спорідненості», «земляцтва», «дружніх стосунків», «особистої вигоди», що сприяє рекрутуванню професійно

непридатних співробітників, корупції та здирництву під час надання послуг з боку чиновників і політиків.

Виявлення низки соціокультурних причин, які породжують клієнтелізм, сприятимуть підвищенню ефективності його культурної та соціальної профілактики й подолання. На макрорівні сам процес мав би включати культурні, морально-етичні (морально-просвітницькі) політичні, економічні, адміністративно-правові заходи.

На мезорівні соціальних інститутів окреслені заходи профілактики та подолання клієнтелізму мали б виявлятися у впровадженні програм медіаторства та аудиту конфліктів інтересів керівників і підлеглих у різних організаціях (політичних, бізнесових, освітніх тощо). Медіаторство та аудит, створені на засадах залучення акторів-резидентів, мали б не просто ставати експертизою дефектів організаційного порядку та інститутів, але й інструментом профілактики клієнтелістських відносин.

Перевагами спеціально створених медіаторських та аудиторських організацій у діагностиці та профілактиці клієнтелізму є поєднання точковості реагування з комплексністю, поєднання гнучкості та адаптивності з результативністю. З огляду на поширеність неформальних зв'язків, які сприяють відтворенню клієнтелізму на мікрорівні (сімейно-родинні, земляцькі стосунки, відносини особистої відданості та патронату) відповідна робота може проводитися в інститутах дошкільної соціалізації, середніх школах, вищих навчальних закладах та інших організаціях, включаючи сім'ю.

Висновки. Теоретичний аналіз клієнтелізму уможливорює розуміння його як однієї із соціокультурних передумов зовнішнього впливу на українське суспільство та дає підстави говорити про наявну потребу розроблення програм протидії. Важливими напрямками реалізації цих програм можуть стати такі:

1) в соціально-культурній сфері – забезпечення умов максимального заохочення автохтонних культурних акторів; впровадження програм морально-етичного просвітництва у векторі модерної моралі через інститути церкви та освіти; пропаганда культури гуманізму, служіння людям і суспільству; проведення наукових (соціологічних, культурологічних, політологічних, правових) досліджень та моніторингу клієнтелізму з подальшим публічним обговоренням результатів і коригуванням заходів протидії;

2) в політичній сфері – створення прозорої системи кадрової селекції в державному апараті та системи громадського контролю, спрямованого на перешкоджання призначенню на посади в системі управління осіб, залучених у клієнтарні мережі; посилення контролю результатів діяльності представницьких та адміністративних органів влади та політичних партій;

3) в економічній сфері – впровадження медіаторства та аудиту організаційних структур задля формування меритократичної системи матеріального й нематеріального стимулювання службовців з урахуванням результатів їх професійної діяльності та реалізації менеджменту;

4) в адміністративно-правовій сфері – створення нормативно-правової бази для боротьби з клієнтелізмом, зокрема визначення в наявних нормативних актах сутності цього явища та обов'язків посадових осіб щодо його недопущення; посилення незалежного контролю і відповідальності державних службовців усіх рівнів, застосування жорстких санкцій до порушників; розроблення й забезпечення широкого використання конкурсів на заміщення вакантних посад та атестації державних службовців.

Література

- Афанасьев М. Клиентелизм: историко-социологический очерк. *Полис*. 1996. № 6. С. 97–106.
- Афанасьев М. Клиентелизм и российская государственность: исследование клиентарных отношений, их роли в эволюции и упадке прошлых форм российской государственности, их влияния на политические институты и деятельность властвующих групп в современной России. 2-е изд., доп. Москва : Московский общественный научный фонд, 2000. 318 с.
- Восленский М. Номенклатура. Господствующий класс Советского Союза. 1-е сов. изд. Москва : Советская Россия совм. с МП Октябрь, 1991. 622 с.
- Зайцева Л. Путь к клиентелистской модели развития. *Вестник Тюменского государственного университета. Гуманитарные исследования. Humanitates*. 2018. Т. 4. № 1. С. 183–190. DOI: 10.21684/2411-197X-2018-4-1-183-190.
- Кольберг Л. Развитие ориентации детей на нравственный строй: I. Последовательность в развитии нравственной мысли. *Vita Humana*. 1963. Т. 6. Вып. 1–2. С. 11–33. URL: <https://psycnet.apa.org/record/1964-05739-001>.
- Мертон Р. Социальная структура и аномия. *Социологические исследования*. 1992. № 3. С. 104–114; № 4. С. 91–96.
- Моніторинг громадської думки населення України: оцінки та настрої після місцевих виборів (за результатами всеукраїнських соціологічних опитувань дорослого населення: червень, липень, серпень, вересень, листопад, грудень 2020 р. та січень 2021 р.). С. 2–3. URL: <https://smc.org.ua/monitoring-gromadskoyi-dumku-naselennya-ukrayiny-sichen-2021-roku-2009>.
- Українська політична нація: проблеми становлення : збірник наукових статей / за ред. М. Розумного (заг. ред.), М. Степика, В. Яблонського. Київ : НІСД, 2012. 384 с.
- Этническая идентичность: социосистемологическое измерение геополитики : монография / ред.-коорд. Ю. Романенко, Я. Зоська, Ю. Медведева, Ю. Романенко, И. Святненко, Н. Туленков, Е. Хомерики. Киев : Меркьюри-Подолье, 2016. 369 с.
- Eisenstadt S. N. Traditional Patrimonialism and Modern Neopatrimonialism. London : Sage, 1973. 95 p.
- Eisenstadt S.N., Roniger L. Patrons, clients and friends. Interpersonal relations and the structure of trust in society. Cambridge, 1984. 343 p.

Анотація

Гугнін Е. А. Соціокультурні чинники клієнтелізму в зовнішній залежності України: теоретико-соціологічне бачення. – Стаття.

У статті побудовано теоретико-аналітичну характеристику клієнтелізму як чинника зовнішньої залежності України шляхом узагальнення досліджень клієнтелізму в науковій літературі та побудови теоретико-аналітичної характеристики ключових складників клієнтелізму як чинника зовнішньої залежності України. В результаті проведеного аналізу зроблено висновок про те, що клієнтелізм є однією із соціокультурних передумов зовнішнього впливу на українське суспільство, що дає підстави говорити про наявну потребу розроблення програм протидії цьому явищу. Наголошено на тому, що важливими напрямками реалізації цих програм можуть стати такі: в соціально-культурній сфері – забезпечення умов максимального заохочення автохтонних культурних акторів; впровадження програм морально-етичного просвітництва у векторі модерної моралі через інститути церкви та освіти; пропаганда культури гуманізму, служіння людям і суспільству; проведення наукових (соціологічних, культурологічних, політологічних, правових) досліджень та моніторингу клієнтелізму з подальшим публічним обговоренням результатів і коригуванням заходів протидії; в політичній сфері – створення прозорої системи кадрової селекції в державному апараті та системи громадського контролю, спрямованого на перешкоджання призначенню на посади в системі управління осіб, залучених у клієнтарні мережі; посилення контролю результатів діяльності представницьких та адміністративних органів держави та політичних партій; в економічній сфері – впровадження медіаторства та аудиту організаційних структур задля формування меритократичної системи матеріального і нематеріального стимулювання службовців з урахуванням результатів їх професійної діяльності та реалізації менеджменту; в адміністративно-правовій сфері – створення відповідної нормативно-правової бази для боротьби з клієнтелізмом, зокрема визначення в наявних нормативних актах сутності цього явища та обов'язків посадових осіб щодо його недопущення; посилення незалежного контролю й відповідальності державних службовців усіх рівнів, застосування жорстких санкцій до порушників; розроблення й забезпечення широкого використання конкурсів на заміщення вакантних посад та атестації державних службовців.

Ключові слова: зовнішній вплив, клієнтелізм, геополітичний клієнтелізм, патрони, клієнти, соціальна мораль, доконвенційна мораль, конвенційна мораль.

Summary

Gugin E. A. Socio-cultural factors of clientelism in the external dependence of Ukraine: theoretical and sociological vision. – Article.

The article constructs a theoretical and analytical characterization of clientelism as a factor of Ukraine's external dependence by generalizing research on

clientelism in the scientific literature and constructing a theoretical and analytical characterization of key components of clientelism as a factor of Ukraine's external dependence. As a result of the analysis, it was concluded that clientelism is one of the socio-cultural prerequisites for external influence on Ukrainian society, which gives grounds to talk about the need to develop programs to combat this phenomenon. It is emphasized that important areas of implementation of these programs can be: in the socio-cultural sphere – providing conditions for maximum encouragement of indigenous cultural actors; introduction of programs of moral and ethical education in the vector of modern morality through the institutions of the church and education; propaganda of the culture of humanism, service to people and society; conducting scientific (sociological, culturological, political science, legal) research and monitoring of clientelism with further public discussion of the results and adjustment of countermeasures; in the political sphere – the creation of a transparent system of personnel selection in the state apparatus and a system

of public control aimed at preventing the appointment to positions in the management system of persons involved in client networks; strengthening control over the performance of civil servants; in the economic sphere – the introduction of mediation and audit of organizational structures for the formation of a meritocratic system of material and intangible incentives for employees, taking into account the results of their professional activities and management; in the administrative and legal sphere – the creation of an appropriate regulatory framework to combat clientelism, including the definition in existing regulations of the essence of this phenomenon and the responsibilities of officials to prevent it; strengthening independent control and responsibility of civil servants at all levels, application of severe sanctions against violators; development and provision of wide use of competitions for filling vacant positions and certification of civil servants.

Key words: external influence, clientelism, geopolitical clientelism, patrons, clients, social morality, pre-conventional morality, conventional morality.