
Prikaz

Miriam A. Golden, Eugenia
Nazrullaeva
**The Puzzle of Clientelism:
Political Discretion and
Elections Around the World**

Cambridge University Press, Cambridge, 2023.,
87 str.

Knjiga *The Puzzle of Clientelism: Political Discretion and Elections Around the World* (*Zagonetka klijentelizma: Politička diskrecija i izbori diljem svijeta*) objavljena je u okviru edicije "Elementi" ("Elements") koju već godinama objavljuje ugledna izdavačka kuća Cambridge University Press. Riječ je o inovativnom konceptu akademskog izdavaštva u okviru kojeg se u razmjerno kratkim knjigama od najviše stotinjak stranica objavljuju istraživanja vodećih znanstvenika o pojedinim temama društvenih, ali i drugih znanosti. Riječ je o pregnantno pisanim istraživanjima koja kombiniraju najznačajnije uvide objavljene o pojedinim temama u knjigama i časopisima te koja ne uključuju samo izvrsno napisane sažetke dosadašnjih istraživanja, već su nerijetko i posve izvorna.

"Elementi" koji se odnose na političku znanost obuhvaćaju 25 zasebnih edicija, a knjiga koja je pred nama objavljena je u sklopu edicije "Politička ekonomija", u kojoj je od 2017., kada je pokrenuta, objavljeno osam naslova, koji su zahvatili niz važnih tema same discipline, od pitanja

moralne političke ekonomije do nazadovanja demokracija u suvremenom svijetu. Autorice su istaknute istraživačice klijentelizma Miriam A. Golden (European University Institute, Firenca) i Eugenia Nazrullaeva (London School of Economics).

Knjiga se sastoji od šest poglavlja. Nakon uvoda, u kojem se ukratko prikazuje sadržaj čitave knjige, u drugom se poglavlju razmatraju dimenzije klijentelizma, dok se u trećem poglavlju podastiru interpretacije klijentelizma u postojećoj literaturi. U četvrtom se poglavlju temeljem najnovijih empirijskih istraživanja pokušava odgovoriti na pitanje je li klijentelizam djelotvoran, a u petom poglavlju nastoji se podastrijeti interpretacija klijentelizma sa stajališta pristupa koji polazi od interesnih skupina. U zaključnom, šestom poglavlju razmatra se odnos klijentelizma i razvoja.

Klijentelizam je tema koja se široko istražuje u okviru političke znanosti. Autorice na samom početku knjige navode podatak da je u pretraživanju putem Google Scholara koje je obuhvatilo razdoblje od 2001. do 2021. zabilježeno 30 300 akademskih članaka i knjiga posvećenih temi klijentelizma, s time da je nakon 2011. broj registriranih radova čak 25 200. Dva desetljeća prije, od 1980. do 2000., bilo je zabilježeno 8430 takvih radova.

U drugom poglavlju ("Dimenzije klijentelizma") autorice ukazuju na temeljne značajke koje se vezuju uz taj pojam. Prvo, riječ je o društvenom odnosu kojim se poništavaju elementarni demokratski postulati jednakog uvažavanja svih građana, jer u klijentelističkim aranžmanima političari služe odabranim skupinama i pojedincima, a ne promicanju općeg dobra. U takvom sustavu partikularne i personalne

veze nadvladavaju nastojanja političkog predstavništva za općim dobrom. Drugo, klijentelizam razvija svojevrsnu dijadičku strukturu u kojoj političari izravno ciljaju birače, nudeći im dobra ili usluge u zamjenu za izbornu podršku. Dobra i usluge ne nude se temeljem univerzalističkog kriterija onima kojima je to najpotrebnije, već samo onima koji će političarima pružiti izbornu podršku. Treće, klijentelizam stvara jednu vrstu hijerarhije u kojoj su birači koji primaju usluge na dnu, a političari koji ih daju na vrhu. Problem je u tome, kao što su autorice istaknule već u uvodnom poglavlju, što takva vrsta "ovisnosti omogućuje potonjima da nekažnjeno djeluju u vlastitom interesu" (str. 1).

Na osnovi prethodno rečenog posve je jasno da nije lako izvesti jednoznačnu i sveobuhvatnu definiciju klijentelizma. Toga su svjesne i autorice, te ga određuju razmjerno kratkom definicijom "kao diskrecijsko korištenje resursa od strane političara u izborne svrhe" (str. 4). Pri tome razlikuju dvije vrste klijentelizma – onaj koji se odnosi na kampanje (*campaign clientelism*) i onaj koji se odnosi na socijalna davanja (*welfare clientelism*). Prvi se događa tijekom izbornih kampanja, a drugi se odnosi na zahtjeve koje birači upućuju političarima tražeći od njih izravne socijalne naknade.

Takvom definicijom autorice su načelo uvjetovanosti (*contingency*) od strane birača ocijenile pretjerano restriktivnim uvjetom određenja klijentelizma, ističući umjesto toga diskrecijsko korištenje resursa kao njegovu ključnu značajku. Diskrecijska kontrola resursa od strane pokrovitelja, odnosno patrona (*patrons*), gdje političari kao pokrovitelji ne daju resurse

svima, nego samo nekima koji postaju njihovim klijentima (*clients*), po njihovu je sudu temeljna značajka klijentelizma. U nastojanju da što preciznije odrede mjesto koje klijentelizam zauzima kao politički fenomen autoricama se učinilo plauzibilnim ukazati na naslov poznate knjige Harolda Lasswella *Politika: Tko dobiva što, kada, kako*, ističući da se klijentelizam odnosi na pitanje – kako?

Važna je dimenzija u razumijevanju klijentelizma i njegovo razlikovanje od distributivnih politika i korupcije, čemu autorice posvećuju zasebni odjeljak u drugom poglavlju. Distributivne politike zasnivaju se na porezima i različitim oblicima transfernih plaćanja, te samim time spadaju u skupinu programatskih politika (*programmatic policies*) za razliku od klijentelizma koji pojedini istraživači i definiraju kao neprogramatske politike (*nonprogrammatic policies*). Klijentelizam se također razlikuje od korupcije, premda se ta dva pojma u javnim raspravama, ali i u znanstvenim istraživanjima nerijetko poistovjećuju i isprepleću. Korupcija se odnosi na procese u kojima se moć javne službe koristi za privatne probitke na način koji je suprotan zakonskim pravilima i u osnovi predstavlja zlorabu javnih resursa za privatnu korist. Klijentelizam, s druge strane, ne uključuje nužno aktivnosti koje su protuzakonite, ali isto tako ne nužno i raspodjelu javnih resursa, jer može uključivati i diskrecijsko korištenje privatnih resursa za izborne svrhe. Razlika se stoga očituje u odnosu pokrovitelja (*patrona*) i klijenta, jer – za razliku od klijentelizma u kojem je uvijek na djelu odnos recipročnosti između pokrovitelja i klijenta – korumpirani državni dužnosnik

ili službenik ne treba za preuzeto mito dati nikakvu uslugu.

U trećem poglavlju (“Interpretacije klijentelizma u postojećoj literaturi”) autorice daju sustavan prikaz radova o samoj temi. Najprije detaljno tematiziraju literaturu koja se odnosi na klijentelizam vezan uz izborne kampanje, započinjući prikaz osvrtno na članak o kupovanju glasova što su ga 1981. u *American Journal of Political Science* objavili Gary Cox i Morgan Kousser. Riječ je o uvidu da se klijentelizam u svojoj ogoljenoj formi zapravo svodi na kupovanje glasova. Ne odričući značaj spomenutom inicijalnom članku, autorice u nastavku naglašavaju da je spomenuto tumačenje vrlo brzo izgubilo uvjerljivost. To se prije svega desilo zbog toga što je pretpostavljalo da se klijentelizam odnosi na nestalne, odnosno promjenljive birače (*swing voters*). Empirijska istraživanja koja su uslijedila pokazala su, međutim, da se znatan dio sredstava vezan za klijentelističke aranžmane koji se koriste u izbornim kampanjama odnosi na samu jezgru pristaša, na postojane birače. Kao primjer istraživanja koje je snažno doprinijelo takvom zaključku autorice ističu knjigu koju su 2013. objavili Susan Stokes i suradnici pod naslovom *Brokers, Voters, and Clientelism: The Puzzle of Distributive Politics*. Navedeni rad izrazito precizno pokazuje veze pokrovitelja, brokera i birača, te ga autorice spominju na više mjesta u knjizi.

Nakon razmatranja klijentelizma vezanog uz kampanje, u nastavku poglavlja autorice prikazuju istraživanja koja su u fokusu imala klijentelizam vezan uz socijalne naknade. Pri tome posebno nastoje ukazati na istraživanja različitih mreža i

kanala putem kojih političari distribuiraju različite vrste naknada biračima od kojih očekuju podršku u izbornom nadmetanju. U zadnjem odjeljku poglavlja nastoje usporediti ta dva oblika klijentelizma.

U četvrtom poglavlju (“Je li klijentelizam djelotvoran: novi empirijski dokazi”) autorice podastiru rezultate vlastitog empirijskog istraživanja zasnovanog na podacima koje su preuzele s poznate platforme “Varieties of democracy (V-Dem)”, u kojoj sudjeluje veliki broj svjetskih politologa, a podaci se prikupljaju metodom kodiranja. U prikupljanju podataka sudjeluju i hrvatski politolozi. Najznačajniji empirijski nalazi koje Golden i Nazrullaeva iznose nalazimo u prvom odjeljku četvrtog poglavlja pod naslovom “Klijentelizam i stope reizbora”. Kao izvor empirijskog materijala na kojem će se provjeriti spomenuta stopa autorice su izračunale stope reizbora u donje domove parlamenata u 98 zemalja širom svijeta u razdoblju od 2000. do 2018. U uzorak su uključile političke sustave koji se mogu označiti kao demokracije i izborne autokracije, isključujući iz promatranog uzorka zatvorene autokracije. Temeljem raspoloživih podataka izračunale su stope reizbora zastupnika na način da su stope reizbora povezale s razinom klijentelizma u pojedinoj zemlji, nastojeći na taj način ispitati kolika je zapravo djelotvornost klijentelizma. Klijentelizam bi se, u skladu s takvim pristupom, pokazao djelotvornim ako bi stopa reizbora rasla usporedno s njegovim rastom. Podaci (Slika 1) do kojih su došle ukazali su, međutim, na upravo suprotno – da je stopa reizbora zastupnika u parlamente znatno veća u zemljama u kojima je razina klijentelizma niža, odnosno u zemljama raz-

vijenih zapadnih demokracija. Nasuprot tome, stopa reizbora znatno je niža u zemljama s visokom razinom klijentelizma, a posebno u izbornim autokracijama. To ih je dovelo do zaključka da je na djelu očigledan paradoks koji su generirali njihovi podaci: klijentelizam je najčešći u zemljama gdje je očigledno najmanje djelotvoran.

Suočene s takvim nalazima istraživanja, autorice su uključile ispitivanje dodatnih varijabli koje bi mogle objasniti takvu vezu klijentelizma i stope reizbora zastupnika. Najprije su u istraživanje uključile razinu ekonomskog razvoja pojedinih zemalja, a nakon toga stupanj institucionalizacije političkih stranaka. Uvrštenje novih varijabli pokazalo je da s rastom razine gospodarskog razvoja postoji i veća vjerojatnost da će oni koji su na vlasti uspjeti zadržati svoja mjesta. Isto tako pokazalo se da s rastom institucionalizacije političkih stranaka rastu i stope reizbora zastupnika. Empirijska analiza koju su poduzele autorice pokazala je, dakle, da je klijentelizam negativno povezan sa stopama reizbora.

U petom poglavlju knjige (“Interpretacija postojanosti klijentelizma sa stajališta interesnih skupina”) autorice su pokušale odgovoriti na pitanje zašto se klijentelizam smatra najboljom strategijom koja je na raspolaganju kandidatima, a istovremeno takvo ponašanje dovodi do razmjerno niskih stopa reizbora. Odgovor za taj paradoks pronašle su u konceptu zatvorenikove dileme razvijenom u teoriji igara i njegovoj primjeni na ponašanje interesnih skupina. Kao što donacije interesnih skupina strankama i kandidatima s obje strane političkog spektra na kraju poništavaju jedna drugu, tako i kad jedan kandidat pri-

bjegne kupovini glasova, to moraju učiniti i ostali jer se boje da će u suprotnome riskirati poraz na izborima.

U šestom poglavlju (“Ponovno razmatranje klijentelizma i razvoja”) autorice ukazuju na činjenicu da klijentelizam prolazi kroz različite razvojne faze i da svaka ima specifične strukturne značajke u odnosu patrona i klijenta. “Prva je faza tradicionalne hijerarhije pokrovitelj – klijent koja je prije uvođenja prava glasa povezivala zemljoposjednika i najamnika u većem dijelu ruralnog svijeta, a koja se i danas zadržava u obliku prisilnog klijentelizma čak i nakon što su niže klase dobile pravo glasa” (str. 52). Zahvaljujući procesu ekonomskog razvoja najamni radnici postupno povećavaju svoju ekonomsku snagu te počinju izlaziti iz lokalne ruralne sredine. Time ujedno nastupa druga faza u razvoju klijentelizma, u kojoj dolazi do promjene odnosa pokrovitelja (patrona) i klijenta. Patron više nije zemljovlasnik, već političar koji postaje izbornim šefom. Treća faza razvija se usporedno s industrijalizacijom i razvojem kapitalizma, a klijentelizam se u njoj manifestira kroz različite oblike diskrecijskih socijalnih davanja. Pozivajući se na istraživanja koja su provedena u Argentini, autorice navode da se stranačke politike peronista uvelike mogu podvesti pod taj oblik klijentelizma. Posljednja, četvrta faza u razvoju klijentelizma koincidirala s postupnim razvojem socijalne države i reformama javnih politika na toj osnovi. Njegova temeljna značajka je postupno nadomješćivanje klijentizma zasnovanog na socijalnim davanjima programatski usmjerenim politikama. Određeni oblici diskrecijskih davanja i dalje opstaju, premda u znatno manjoj mjeri. Ta faza u

razvoju klijentelizma karakteristična je za razvijena demokratska društva.

Knjigu koju su objavile Miriam A. Golden i Eugenia Nazrullaeva toplo preporučujemo svima koje zanimaju uloga diskrecijskih politika u izbornom procesu i problemi do kojih dovodi diskrecijsko raspolaganje socijalnim davanjima. Autorice su knjigu utemeljile na rigoroznoj kategorikalnoj analizi i jednako tako postavljenoj empirijskoj metodologiji, zbog čega njihov rad može poslužiti kao polazna točka u daljnjim istraživanjima klijentelizma. Riječ je o političkom fenomenu koji najistaknutiji svjetski politolozi danas istražuju s izrazito velikom rigoroznošću i uvjerljivošću. Knjiga koja je pred nama najbolji je dokaz za takvu tvrdnju.

*Zdravko Petak
Fakultet političkih znanosti,
Sveučilište u Zagrebu*

Prikaz

Peter Heather, John Rapley
Why Empires Fall: Rome, America and the Future of the West

Yale University Press, New Haven i London, 2023., 200 str.

Why Empires Fall (Zašto carstva propadaju) pravovremena je, kratka i zanimljiva knjiga. Izašla je 2023. godine u dva

navrata: za Allen Lane u svibnju i za Yale University Press u rujnu. U svojoj osnovi ima poprilično ambiciozan cilj: usporedbu pada Rimskog Carstva i suvremenog slabljenja moći Zapada. Krasi je izrazito pristupačan stil pisanja, a i njezin bi pristup najbolje bilo shvatiti kao popularno-znanstven. S obzirom na usporedbu koja se zasniva na ideji da se mogu komparirati fiskalni, vojni, politički i demografski procesi udaljeni više od 1500 godina, teško je zamisliti plauzibilnost drukčijeg pristupa. Autori su Peter Heather, profesor srednjovjekovne povijesti s King's Collegea u Londonu, i John Rapley, politički ekonomist sa Sveučilišta Cambridge. Obojica su vrlo aktivni autori. Heather je stručnjak za Zapadno Rimsko Carstvo i Bizant (o čemu piše u nizu knjiga poput *The Restoration of Rome* iz 2013. godine i *Rome Resurgent* iz 2017. godine). Rapley se bavi političkom ekonomijom razvoja i globalizacijom (najznačajnije u knjigama *Globalization and Inequality: Neoliberalism's Downward Spiral* iz 2004. godine i *Understanding Development: Theory and Practice in the Third World* iz 2013. godine). Obojica, dakle, proučavaju određene formate imperija i knjiga koju supotpisuju zapravo je plod usporedbe njihovih osnovnih teza u dva odvojena područja. U tome se pokazuju kao izvrsna kombinacija jer se u knjizi političko-ekonomska analiza uistinu uspješno udružuje s poznavanjem povijesne materije.

Autori se na samom početku knjige pitaju može li se Zapad ponovno učiniti velikim i treba li uopće pokušati? U zadnjih dvjestotinjak godina Zapad se rapidno uzdignuo do središnjeg globalnog položaja uz 80% ukupnog ekonomskog *outputa*,