

Anna Radłowska

**KLIENTELIZM
JAKO CZYNNIK WPLYWAJĄCY
NA WZROST ROZWARSTWIENIA
EKONOMICZNEGO W PAŃSTWACH
AFRYKI SUBSAHARYJSKIEJ**

**INFLUENCE OF CLIENTELISM ON INCREASE
OF ECONOMIC STRATIFICATION
OF SUB-SAHARAN COUNTRIES**

Klientelizm jest jednym z najbardziej rozpowszechnionych zachowań, wykraczających poza, a nawet naruszających, formalne reguły gry politycznej i ekonomicznej. Z jego przejawami możemy się spotkać praktycznie w każdym systemie politycznym, nie wyłączając najlepiej rozwiniętych demokracji, gdyż „mamy do czynienia ze zjawiskiem występującym w różnorodnych kontekstach kulturowych i historycznych, w których gra rolę kameleona. Czasem bywa istotą systemu społecznego, kiedy indziej czy gdzie indziej usuwa się na margines; może być podstawą stabilnego funkcjonowania gospodarki, istotą układu politycznego, niekiedy zaś go deformuje i rozsada”¹. Nie wydaje się być sam w sobie nacechowany negatywnie

¹ A. Mączak, *Nierówna przyjaźń. Układy klientalne w perspektywie historycznej*, Monografie Fundacji na Rzecz Nauki Polskiej, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 2003, s. 27.

lub pozytywnie – w takich kategoriach możemy oceniać jedynie skutki, jakie przynosi dla stosunków społecznych gospodarczych, czy systemu politycznego.

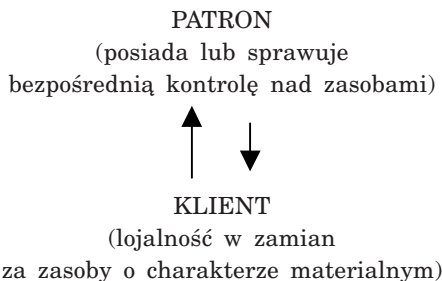
W licznych analizach politologicznych poświęconych regionowi Afryki Subsaharyjskiej relacje patron klient wysuwają się na pierwszy plan. Stają się jedną z cech wyróżniających neopatrymonialne subsaharyjskie systemy polityczne. Nie można zaprzeczyć, że takie podejście jest całkowicie nieuzasadnione. W państwach tego regionu klientelizm występuje ze szczególnym natężeniem, przenika afrykańskie struktury społeczne i polityczne od najniższego do najwyższego poziomu. Wszechobecność klientelizmu doskonale oddał Nicolas van de Walle stwierdzając, iż „władza polityczna w Afryce oparta jest o dawanie i przyznawanie korzyści, w niekończącej się serii diadycznych wymian, od poziomu wioski do najwyższych szczebli centralnych państwa”².

Poniższe opracowanie ma na celu przybliżenie czytelnikowi natury i charakteru tego zjawiska, przyczyn jego silnego zakorzenienia w systemach politycznych państw subsaharyjskich, a także jego konsekwencje w kontekście wpływu wywieranego przezeń na wzrost rozwarstwienia ekonomicznego afrykańskich społeczeństw.

Relacje patron – klient: kwestie definicyjne

W najbardziej podstawowym rozumieniu, mówiąc o klientelizmie, mamy na myśli diadyczną, spersonalizowaną relację pomiędzy uczestnikami o nierównym statusie, wpływach i dostępie do zasobów (rys. 1). Silniejszy, patron, obejmuje swoją *opieką* słabszego, klienta, w zamian za jego szeroko rozumianą lojalność.

² Cytat za D. J. Young, *Is Clientelism at Work in African Elections? A Study of Voting Behavior in Kenya and Zambia*, Afrobarometer Working Paper, April 2009, No. 106, s. 1.



Rys. 1. Warianty relacji klientelistycznych

Źródło: opracowanie własne.

W toku rozwoju społecznego, zwłaszcza wobec rozszerzenia się potencjalnej klienteli w efekcie zwiększenia liczebności populacji oraz pojawienia się nowych zasobów, relacja ta może przybrać bardziej skomplikowany charakter (rys. 2). Wykształca się instytucja pośrednika (*broker*), którym jest „patron pierwszego z nich [klienta], mający zarazem swojego patrona, a więc stanowiący ogniwo pośrednie wydłużonego układu”³. Pośrednik jest przedstawicielem patrona, może mieć znaczącą, ale nigdy pełną kontrolę nad zasobami⁴. Chociaż jego obecność w pewnym sensie zaburza diadyczny charakter relacji, na poziomie stosunków patron – pośrednik i pośrednik – klient zostaje on utrzymany.



Rys. 2. Warianty relacji klientelistycznych

Źródło: opracowanie własne.

³ A. Mączak, op. cit., s. 18.

⁴ Pełną kontrolę nad zasobami ma jedynie najsilniejszy i/lub najbardziej wpływowy w układzie patron (przyp. aut.).

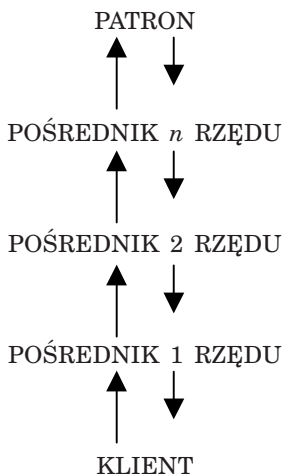
W sprzyjającym otoczeniu relacje klientalne, mogą przekształcić się w kompleksowy, skomplikowany, hierarchiczny układ powiązań (rys 3). W takiej sytuacji liczba uczestników zwiększa się – pojawia się więcej pośredników, których liczba jest faktycznie nieograniczona. Każdy z nich wykorzystuje uzyskane od swojego patrona zasoby, by rozbudować własną sieć powiązań. Pośrednik pierwszego rzędu (określany mianem *neighbourhood broker*) wchodzi w trwałą, osobistą relację bezpośrednio z klientem, będącym najsłabszym elementem omawianego układu. Pośrednik drugiego rzędu⁵ wobec swoich brokerów i ich klientów może odgrywać rolę patrona, bo jego zachowanie jest podobne, chociaż w rzeczywistości nim nie jest, gdyż również on ma nad sobą patrona. Wydaje się, iż właśnie w tym sensie Derick W. Brinkerhoff i Arthur A. Goldsmith zauważają, że „współcześnie większość patronów nie jest niezależnymi aktorami, lecz jedynie ogniwami w większej sieci kontaktów, najczęściej pełniąc funkcję pośredników, którzy aranżują wymianę między poziomem lokalnym a centralnym”⁶. Należy jednak pamiętać, że rozbudowanym układzie zależności klientalnych najsilniejszym, a więc w pewnym sensie *jedynym rzeczywistym* patronem jest tylko ten, który posiada pełen dostęp do zasobów i nie ma nad sobą patrona.

Przyjmując, że relacja ta przenika całą strukturę polityczną, w scentralizowanych systemach afrykańskich patronem będzie prezydent⁷ jako osoba która faktycznie skupia w swoich rękach całą władzę i posiada nieograniczony dostęp do zasobów, natomiast klientem, znajdującym się na najniższym szczeblu hierarchii wyborca.

⁵ Może być np. urzędnikiem administracji, biznesmenem (przyp. aut).

⁶ D.W. Brinkerhoff, A.A. Goldsmith, *Clientelism, Patrimonialism and Democratic Governance: An Overview and Framework for Assessment and Programming*, przygotowane dla U.S. Agency for International Development Office of Democracy and Governance, December 2002, s. 2.

⁷ Oczywiście jedynie w warunkach koncentracji i centralizacji władzy. Kwestia tego, czy nie jest on jednocześnie, z perspektywy systemu międzynarodowego, klientem silniejszych od niego polityków zagranicznych, wykracza poza tematykę tego opracowania (przyp. aut.).



Rys. 3. Warianty relacji klientelistycznych
 Źródło: opracowanie własne.

Daniel J. Young starał się zakwestionować siłę oddziaływania klientelizmu, rozumianego jako diadyczna, bezpośrednia wymiana, na postawy wyborców. Zauważył, analizując przypadki objętych badaniami *Afrobarometru* Kenii i Zambii⁸, że otrzymywanie różnorodnych podarunków od kandydatów startujących w wyborach nie miało bezpośredniego wpływu na zachowania wyborcze elektoratu, a czynnikiem, który odgrywał ważniejszą rolę w tym kontekście, była częstotliwość odwiedzin polityka w okręgu wyborczym. Bez wątpienia udało mu się poddać w wątpliwość zasadność analizowania relacji klientelistycznych jedynie w ich najbardziej podstawowym rozumieniu (rys. 1). Należy zgodzić się z tym, że jeżeli przyjmiemy, że klientem będzie przeciętny wyborca, a patronem wpływowy polityk, nie zawsze możemy mówić o istnieniu *czystego* klientelizmu, opartego na bezpośrednich relacjach wymiany. Nie jest to jednak jednoznaczne z całkowitym zanikiem tego zjawiska,

⁸ D.J. Young, op. cit.

czego dowodzą chociażby badania przeprowadzone przez S. Lindberga w Ghanie w 2001 roku. Odpowiedzi udzielane przez ghańskich parlamentarzystów w anonimowych wywiadach świadczą o tym, że z perspektywy wyborcy bardziej interesujące są indywidualne korzyści (opłaty za szkołę, rachunki, pokrywanie kosztów pogrzebów, narzędzia rolnicze, drobne kwoty pieniędzy, pomoc w kontaktach z władzami)⁹ niż dobra o charakterze zbiorowym¹⁰. Jak podkreśla Staffan Lindberg, w dostarczanie tych dóbr deputowani zaangażowani są osobiście, a czasochłonne kontakty z wyborcami pochłaniają im czas przeznaczony na pracę parlamentarną.

Dodatkowo, z racjonalnego punktu widzenia, trudno wymagać, by w państwach o dużych populacjach patron, czy nawet któryś z wyżej postawionych pośredników, miał możliwość utrzymywania trwałych, osobistych relacji z każdym ze swoich wyborców (klientem). Oczywistym wydaje się, że w takich warunkach struktury klientalne musiały ulec transformacji i ze spersonalizowanymi kontaktami mamy do czynienia głównie na poziomie klient – pośrednik¹¹.

Jednocześnie, zanik relacji w ich najbardziej podstawowym ujęciu nie jest jednoznaczny z zanikiem klientelizmu. Jak zauważa Antoni Mączak: „jakkolwiek społeczeństwa Czarnej Afryki przeszły w ostatnim stuleciu proces gwałtownych przemian, to jednak więzi klientalne nie straciły na aktualności: zmieniają jedynie swój charakter stosownie do sytuacji [...] Kurczą się bądź wręcz tracą rację bytu więzi tradycyjne, intensyfikują natomiast układy żerujące na sektorze publicznym”¹². Przy przyjęciu nieco szerszej definicji Lemarchanda (który opisuje klientelizm jako „mniej lub bardziej

⁹ S. Lindberg, *It's Our Time to Chop! Do Elections in Africa Feed Neopatriarchalism?*, „Democratization” Summer 2003, Vol. 10, No. 2, s. 124.

¹⁰ *Ibidem*, s. 130.

¹¹ Którego obecności, co wydaje się istotnym błędem, Young w swych badaniach nie brał pod uwagę (przyp. aut.).

¹² A. Mączak, *op. cit.*, s. 366.

spersonalizowane relacje¹³), problem podniesiony przez Younga właściwie traci na znaczeniu.

Krótkiego komentarza wymaga również kwestia relacji pomiędzy pojęciami klientelizm i patronat (patronaż). Bywają one traktowane jako synonimy, jednak można spotkać się też z ich rozróżnieniem. Pierwszym z kryteriów jest przedmiot wymiany – w przypadku klientelizmu chodzi raczej o wymianę dóbr o charakterze indywidualnym/materialnym, natomiast patronaż jest zjawiskiem, w którym uzyskiwane dobro ma charakter publiczny. Drugim wyróżnikiem są uczestnicy relacji – m.in. Ole Therkildsen, Gero Erdmann i Ulf Engel¹⁴ wyrażają pogląd, że klientelizm odróżnia od patronażu to, że ten pierwszy dotyczy przede wszystkim jednostek (stąd też koncentracja na emocjonalnym aspekcie relacji i bliskich związkach osobistych), natomiast patronaż odnosi się do zbiorowości (zamiast klienta mamy do czynienia z klientelą), budowania sieci wpływów i wzmocnienia władzy przez politycznie motywowane nominacje zaufanych ludzi.

Klientelizm jest bliski również zjawiskom nepotyzmu i kumoterstwa. Pozornie wydaje się, że dwa ostatnie oparte są na znacznie bliższych relacjach (np. więzi krwi) niż klientelizm. Pozycjonowanie uczestników tej relacji jako *klienta* i *patrona* stwarza wrażenie podrzędności słabszego z nich, lecz nie musi to oznaczać, że klient traktowany będzie równoznacznie ze służą. Stosunki pomiędzy nimi przyjmują raczej charakter *instrumentalnej*¹⁵ bądź *ułamnej/kulawej przyjaźni*¹⁶.

¹³ R. Lemarchand, *Political Clientelism and Ethnicity in Tropical Africa: Competing Solidarities in Nation-Building*, „The American Political Science Review” March 1972, Vol. 66, No. 1, s. 69.

¹⁴ G. Erdmann, U. Engel, *Neopatrimonialism Revisited – Beyond a Catch-All Concept*, German Institute of Global and Area Studies, Working Paper, 2006, Vol. 16, s. 21.

¹⁵ D.W. Brinkerhoff, A.A. Goldsmith, op. cit., s. 3.

¹⁶ A. Mączak, op. cit., s. 14.

Biorąc pod uwagę te spostrzeżenia, można pokusić się o wskazanie pewnych cech dystynktywnych dla zjawiska klientelizmu. Jest on relacją:

– diadyczną i spersonalizowaną (z zastrzeżeniem, że w przypadku bardziej rozbudowanych układów, zależność pomiędzy właściwym klientem i właściwym patronem traci ten charakter, jest on pośrednio odtwarzany na każdym kolejnym poziomie);

– asymetryczną, opartą na nierówności uczestników pod względem statusu, wpływu i dochodów¹⁷;

– obustronnie (co nie znaczy w równym stopniu) korzystną – w zamian za okazywaną lojalność, patron otacza swojego klienta *opieką*, której wyrazem mogą być różnego rodzaju *podarunki*, zarówno o charakterze indywidualnym (od drobnych upominków, takich jak różnego rodzaju gadzety wyborcze, poprzez jedzenie, alkohol, pieniądze, materiały budowlane, maszyny i narzędzia rolnicze, zwierzęta hodowlane, aż po umożliwienie zatrudnienia w sektorze publicznym), jak i kolektywnym (najczęściej wyrażające się w formie realizacji inwestycji infrastrukturalnych, takich jak budowa dróg, szkół, sieci wodociągowej)¹⁸;

– opartą na warunkowej lojalności, której wyrazem we współczesnych warunkach najczęściej będzie poparcie polityczne, jednak obowiązki klienta mogą wykraczać poza oddanie głosu;

– nieformalną i w pewnym wymiarze *poza-legalną*¹⁹; nie znaczy to jednak, że przyjmuje ona charakter niejawni.

¹⁷ W przypadku państw afrykańskich często mówi określa się ją mianem relacji między *Big Man* i *Small Boy* (przyp. aut.).

¹⁸ Zjawisko to może być dowodem na powszechność klientelizmu, gdyż z realizacją inwestycji infrastrukturalnych na terenie macierzystego okręgu wyborczego polityka, nie ze względu na pilną rzeczywistą potrzebę, lecz przede wszystkim dla uzyskania poparcia, spotykamy się w większości państw (tzw. *pork barrel spending*), por. S. Lindberg, op. cit., s. 123.

¹⁹ Klientelizm nie jest praktyką nielegalną, ale nie jest normowany formalnymi przepisami prawa. W tym znaczeniu autorka pozwoliła sobie w tym miejscu na użycie neologizmu (przyp. aut.).

Czynniki wpływające na rozwój klientelizmu w Afryce Subsaharyjskiej

Źródeł bujnego rozwoju relacji i struktur klientelistycznych w państwach regionu Afryki Subsaharyjskiej można poszukiwać wśród wzajemnie powiązanych i warunkujących się czynników natury politycznej, ekonomicznej oraz społeczno-kulturowej. Analizowane zjawisko występowało już w niektórych przedkolonialnych organizacjach politycznych, przede wszystkim w Regionie Wielkich Jezior (m.in. Buganda, Ankole, Rwanda). Jak podkreśla A. Mączak, „w XIX i wczesnym XX wieku [...] istniały systemy określane dziś przez antropologów jako *feodalite* (tak zwykle frankofoni) lub *patronage* czy *clientage* (jak się przyjęło w tradycji anglosaskiej). Cechowała je znaczna stabilność; nie istniała [...] sprzeczność między formalną strukturą państwa a więziami zależności osobistych”²⁰.

Wydaje się jednak, że szczególny wpływ na rozwój i utrwalenie relacji patron – klient wywarł stosunkowo krótki acz brzemienny w skutki okres dominacji kolonialnej Europejczyków. Do jego najważniejszych konsekwencji w tym zakresie należała deformacja stosunków pomiędzy rządzącymi a rządzonymi²¹. W koloniach faktycznie funkcjonowały dwa ośrodki władzy o odmiennym charakterze, legitymacji i związkach z rządzonymi. Centralne struktury państwa, zdominowane przez białą, europejską elitę, działały opierając się na wzorcach, zasadach i wartościach obcych afrykańskiej kulturze politycznej. Poza niezbędnym minimum, nie wchodziły w relacje z rdzennymi mieszkańcami kontynentu, przez co ich zwierzchność z perspektywy przeciętnego Afrykańczyka miała nieco abstrakcyjny charakter. W rezultacie, mieszkańcy nie czuli więzi z obcymi, niezrozumiałymi i niedostępnymi dla nich instytucjami państwowymi. Rzeczywista władza przypisywana była nie organom centralnym,

²⁰ A. Mączak, op. cit., s. 262–263.

²¹ Niezależnie od tego, czy przyjęto metodę bezpośredniego czy pośredniego zarządu kolonią (przyp. aut.).

a znanemu i bliskiemu przywódcy lokalnemu, reprezentującemu ludność w relacjach z administracją kolonialną, zwłaszcza jeżeli został on przez Europejczyków wyposażony w możliwość zabiegania o realizację interesów podległej mu grupy, pełniąc funkcję pośrednika etnicznego²². Instytucja ta, traktowana jako narzędzie służące ułatwieniu (pokojowej) rywalizacji grup etnicznych w ramach ustanowionych ram systemu politycznego o część przynależnych zasobów, utrzymana została również w okresie postkolonialnym. Obecność pośredników w systemie, wobec faktycznego braku innych formalnych kanałów dostępu do zasobów, bezpośrednio wpłynęła na wzmocnienie struktur klientalnych, zarówno na poziomie lokalnym, jak i centralnym. Ich działalność, pomimo że w założeniu miała poprawić relacje państwa z plemionami, właściwie je pogorszyła, zmniejszając zaufanie do instytucji państwowych, osłabiając struktury legitymizowanej władzy i ich oddziaływanie w terenie.

Specyficzny model rywalizacji o dostęp do zasobów państwowych został wzmocniony w efekcie stosowanej przez kolonizatorów wobec ludności podbitych terytoriów polityki *dziel i rządź*, opartej na celowym utrzymywaniu nierówności pomiędzy grupami etnicznymi. Europejczycy, czasem zgodnie z zastanymi relacjami władczymi pomiędzy poszczególnymi grupami, a czasem im na przekór, uprzywilejowywali jedną z grup kosztem innych. Rozbudziło to i pogłębiło odnoszące się do pierwotnych tożsamości podziały o charakterze etnicznym, a także więzy z reprezentantami (przywódcami) poszczególnych grup, które umożliwiały realizację potrzeb i interesów.

W okresie postkolonialnym do rozwoju relacji patron – klient istotnie przyczyniła się słabość i nieefektywność państwa. Nieskuteczność w dostarczaniu dóbr publicznych, błędne decyzje gospodarcze, które doprowadziły do dotkliwego kryzysu ekonomicznego, a także charakterystyczny dla systemów autorytarnych brak mechanizmów kontroli i odpowiedzialności rządzących, skutkowały wzro-

²² A. Thomson, *An Introduction to African Politics*, New York 2007, s. 63.

stem znaczenia nieformalnego systemu rządzenia²³. Państwo nie wypełniało swoich podstawowych funkcji, system prawny wchodził w kolizję z normami grupowymi, a obywatele nie mieli możliwości zaspokojenia swoich (często podstawowych) potrzeb i wyciągnięcia konsekwencji wobec przywódców prowadzących złą politykę, ucieczka w sferę nieformalną pozostawała więc jedynym rozwiązaniem. Jak zauważa G. Hyden „ze względu na nieobecność instytucji typowych dla państwa opiekuńczego [...] Afrykanie zawsze polegali na nieformalnych systemach wsparcia społecznego takich jak szeroka rodzina, sąsiedzi czy szeroko rozumiana wspólnota”²⁴. Oddanie się pod opiekę patrona (pośrednika) dysponującego potencjałem obrony interesów i rozdzielania korzyści było więc w takiej sytuacji wręcz naturalne. Klientelizm zastąpił normalne więzi pomiędzy rządzącymi a rządzonymi²⁵ i stał się jednym z najważniejszych elementów hybrydalnych systemów neopatrymonialnych oraz „głównym mechanizmem regulacji życia politycznego i gospodarczego w państwach afrykańskich”²⁶. Władza nie jest sprawowana poprzez „system stosunków pomiędzy rządzącymi a społeczeństwem, czy rządzonymi [...] lecz przez ‘system’ złożony z patronów, współpracowników, klientów, popleczników i rywali”²⁷. Jednocześnie jego funkcjonalność i użyteczność, zarówno z perspektywy klienta, jak i patrona, podważały zasadę *rule of law* i pogłębiały tendencję do nieprzestrzegania norm prawa, dalej osłabiając w ten sposób z natury słabe instytucje.

Rozrost struktur klientelistycznych może być również wiązany

²³ We wszystkich systemach politycznych równolegle funkcjonują dwa systemy rządzenia, czyli interakcji między rządzącymi a rządzonymi: oparty na zasadach prawa system formalny oraz odzwierciedlający normy i zwyczaje socjokulturowe system nieformalny, którego podstawą są niepisane porozumienia. Zob. szerzej: D. W. Brinkerhoff, A. A. Goldsmith, op. cit., s.1.

²⁴ G. Hyden, *African Politics in Comparative Perspective*, Cambridge University Press, New York 2006, s. 88.

²⁵ R. Lemarchand, op. cit., s. 72.

²⁶ L.R. Arriola, *Patronage and Political Stability in Africa*, „Comparative Political Studies” October 2009, Vol. 42, No. 10, s. 1343.

²⁷ Ibidem, s. 1344.

z (mniej lub bardziej) zamierzonymi efektami działań afrykańskich przywódców doby postkolonialnej. Przykładów świadomego wykorzystywania relacji patron – klient w prowadzeniu polityki dostarcza przeprowadzona przez Leonardo R. Arriolę analiza ewolucji rozmiaru gabinetów w państwach afrykańskich²⁸. W jego ocenie, manipulowanie składem rządu, zarówno w warunkach autorytarnych jak i demokratycznych, było przede wszystkim wyrazem specyficznego *zarządzania przez klientelizm*, praktykowanego przez afrykańskich liderów, a w mniejszym stopniu efektem obiektywnych czynników, takich jak np. konieczność rozbudowy aparatu państwowego w obliczu coraz bardziej złożonej rzeczywistości²⁹. Z perspektywy przywódców, patronaż okazał się popularnym i skutecznym instrumentem zapewniającym stabilność systemu, głównie poprzez regulację rywalizacji wewnątrz elit i kontrolowane włączanie grup opozycyjnych w tzw. *porządek dziobania*. L.R. Arriola dowodzi, że rozszerzenie składu gabinetu o jednego ministra zmniejszyło prawdopodobieństwo zamachu stanu bardziej niż wzrost gospodarczy o 1%³⁰.

Umocnienie struktur klientelistycznych w Kenii wydaje się niezamierzonym efektem realizacji idei *Harambee!*, która w pierwotnym założeniu, miała być jedynie wezwaniem „do wspólnego wysiłku na rzecz rozwoju oraz wzajemnego wspierania się biednych i bogatych”³¹. Wraz z upływem czasu, wzajemne wspieranie się bogatych i biednych przekształciło się w przekazywanie przez polityków funduszy państwowych na infrastrukturę, szkolnictwo i oświatę dla wyborców z własnego okręgu. Ideę, pierwotnie mającą służyć rozwojowi państwa jako całości oraz jego poszczególnych części składowych, przekształcono w kupowanie głosów wyborców za publiczne pieniądze, a „kampanie wyborcze polegały często na licytowaniu się, kto więcej dał lub załatwił na lokalne potrzeby”³².

²⁸ W 40 krajach afrykańskich w latach 1970–2000 (przyp. aut.).

²⁹ L.R. Arriola, op. cit., s. 1359.

³⁰ Ibidem, s. 1339.

³¹ M. Pawełczak, *Kenia*, Wydawnictwo TRIO, Warszawa 2004, s. 233.

³² Ibidem, s. 233.

Rozwój relacji klientalnych możliwy był także dzięki szczególnym związkom pomiędzy władzą polityczną a ekonomiczną, które wykształciły się w niepodległych państwach afrykańskich. Po wycofaniu się Europejczyków „w warunkach władzy politycznej przekazanej przez ustępujące mocarstwa, ale bez znaczącego wzrostu gospodarczego, tylko stanowiska w aparacie władzy państwowej – w administracji, parlamentach i w armii – dawały teraz szanse awansu materialnego i społecznego”³³. Posiadanie władzy politycznej pozwalało nie tylko oddziaływać na sferę stosunków ekonomicznych i rozporządzać bogactwami państwowymi (budżet, pomoc zagraniczna). Stwarzało również możliwości do osobistego wzbogacenia się polityka³⁴, a co za tym idzie, ze względu na duże znaczenie więzi rodzinnych i powinności wobec wspólnoty, gwarantowało zaspokajanie potrzeb szerokich grup ludności. Wykorzystywanie publicznych środków praktycznie pozostawało poza publiczną kontrolą, niosąc za sobą w znacznej mierze nieograniczone możliwości rozbudowywania sieci klientalnych. Ponadto, dominacja państwa na rynku zatrudnienia, jego kontrola nad większością dóbr i usług oraz silna rozbudowa sektora państwowego istotnie zwiększały pulę zasobów, które mogły stać się przedmiotem wymiany w stosunkach patron – klient. Trudno więc dziwić się, że uczestnictwo w polityce bywa postrzegane w tych państwach jako „inwestycja, podobna do oszczędzania pieniędzy w banku czy kupowania akcji”³⁵.

Również kolejny etap ewolucji systemów politycznych państw regionu – próby recepcji wzorców demokratycznych – przyczynił się do wzmocnienia układów zależności klientelistycznych. Charakterystyczne dla okresu przemian systemowych chaos i niepewność nasiliły tendencje do funkcjonowania w ramach sprawdzonych i pewnych struktur nieformalnych, z klientelizmem na czele. Nowopowstałe

³³ A. Mączak, op. cit., s. 376.

³⁴ Opisywana przez Jeana-François Bayarta *politics of the belly* (przyp. aut).

³⁵ E. Uslaner, *Corruption and the Inequality Trap in Africa*, Working Paper, April 2007, No. 69, s. 6.

instytucje demokratyczne, nawet jeżeli nie przybrały jedynie fasadowego charakteru, nie miały czasu okrzepnąć, a poziom zaufania do nich pozostawał niski. Przejście do demokracji (przynajmniej deklaratywne) dostarczyło też rozbudowanym układom klientelistycznym nowego *paliwa*. Kryzys ekonomiczny, będący jedną z najważniejszych przyczyn przemian, stanowił zagrożenie również dla struktur patronażu – zaczynało bowiem brakować zasobów, które można by ofiarować klientom w zamian za ich lojalność. Przemiany demokratyczne, nagrodzone przez międzynarodową społeczność dostępem do pomocy międzynarodowej, ponownie zwiększyły pulę dóbr, którymi mogli dysponować patroni. Nowy wymiar relacjom klientalnym nadała też nieobecna bądź limitowana w systemach autorytarnych konkurencja o głosy wyborców. Ponadto klientelizm – szczególnie, choć nie tylko w warunkach demokracji – może być efektem dążenia do zbudowania zaufania pomiędzy politykami a elektoratem. Pojawia się on bowiem w krajach, w których nie ma lub jest niskie zaufanie społeczeństwa do polityków, i funkcjonuje tam, jako jeden ze sposobów na zdobycie przez nich wiarygodności³⁶.

Przyczyn silnego zakorzenienia relacji patron – klient poszukiwać można również w naturze społeczeństw afrykańskich. W państwach subsaharyjskich najważniejszym źródłem identyfikacji pozostaje tożsamość etniczna, która nawet jeżeli nie jest bezpośrednią przyczyną klientelizmu, stwarza korzystne środowisko do jego rozwoju. Podstawą więzi społecznych są podziały etniczne i religijne, a „wyborcy poszukują dostępu do pożądaných dóbr poprzez popieranie w wyborach członków własnych grup etnicznych, zakładając, że będą oni bardziej skłonni do przekazywania zasobów swoim współplemioncom”³⁷. Politycy postrzegani są przede wszystkim jako obrońcy

³⁶ P. Keefer, R. Vlaicu, *Democracy, Credibility and Clientelism*, <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/un-dpadm/unpan041192.pdf> [12.12.2010].

³⁷ D.N. Posner, *Regime Change and Ethnic Cleavages in Africa*, <http://democracy.stanford.edu/Seminar/Posner.htm>, s. 3 [12.12.2010].

badź przedstawiciele interesów konkretnej grupy pierwotnej, dlatego też Afrykańczycy nie widzą „nic w złego w tym, że minister wydawał pieniądze pochodzące z państwowych zasobów, o ile dokonywał ich redystrybucji pomiędzy swoich klientów i swój region”³⁸. Zdobycie i późniejsze utrzymanie władzy nierozzerwalnie związane jest z dostarczaniem wyborcom dóbr w zamian za poparcie. Wśród badaczy pewne kontrowersje budzą w tym kontekście rzeczywiste motywacje, którymi kierują się klienci – Leonard Wantchekon uważa, że „Afrykańscy wyborcy niezmiennie wykazują silniejsze preferencje dla przekazywania zasobów na realizację partykularnych celów niż przedsięwzięć o charakterze ogólnonarodowym”³⁹, podczas gdy m.in. N. van de Walle wskazuje na silniejsze tendencje do pozyskiwania korzyści dla wspólnoty niż indywidualnych.

Charakterystyczne dla współczesnych społeczeństw afrykańskich, mimo zachodzących w nich procesów modernizacji, są również silne powinności jednostki wobec rodziny (rozumianej szeroko) oraz wspólnoty. Mieszkańcy państw regionu subsaharyjskiego wciąż czują się przede wszystkim członkami pewnych zbiorowości (z wyłączeniem narodu), chociaż „nie identyfikują się z szeroko rozumianym społeczeństwem, jak ludzie w innych społecznościach, szczególnie zachodnich lub azjatyckich”⁴⁰. Przynależność determinuje zobowiązania wobec pozostałych członków grupy. Jak wskazuje E. Uslaner, „znajdujący się na górze piramidy ekonomicznej są zobowiązani do wspierania swojego klanu, plemienia, grupy religijnej, rodziny, ogółem – swojego kręgu”⁴¹. Co więcej, w przeciwieństwie do oszustwa czy kradzieży, wśród mieszkańców państw afrykańskich istnieje przy-

³⁸ P. Chabal, *Reflections on African Politics. Disorder as a Political Instrument*, http://www.cccb.org/rcs_gene/patrick_.pdf [12.12.2010].

³⁹ L. Wantchekon, *Clientelism and Voting Behavior: Evidence from a Field Experiment in Benin*, <http://www.nyu.edu/gsas/dept/politics/seminars/wantchekon.pdf>, s. 3 [2.12.2010].

⁴⁰ E. Uslaner, op. cit., s. 9.

⁴¹ Ibidem.

zwolenie na „preferencyjne traktowanie przyjaciół i krewnych oraz system nagradzania w zamian za usługi, który jest podstawą klientelizmu”⁴².

Klientelizm a rozwarstwienie ekonomiczne społeczeństw Afryki Subsaharyjskiej

Poziom rozwarstwienia ekonomicznego społeczeństw regionu Afryki Subsaharyjskiej należy do najwyższych na świecie. Wedle danych *Human Development Report 2009* średni wskaźnik GINI dla 41 krajów Afryki Subsaharyjskiej wynosi 45,6. Po odrzuceniu skrajnych wyników (Namibia i Etiopia) zmniejsza się jedynie o 0,3 (wynosi 45,2). Najwyższe nierówności występują w lepiej rozwiniętych ekonomicznie państwach Afryki Południowej (RPA, Angola, Botswana, Namibia). Niski poziom zróżnicowania dochodów w przypadku części pozostałych państw wydaje się być związany przede wszystkim z faktem, że są one skrajnie ubogie, w związku z czym dobra, będące przedmiotem podziału, są ograniczone. Według *World Economic Outlook Database 2010*⁴³, PKB *per capita* (PPP) wyniosło w przypadku najmniej zróżnicowanych pod względem ekonomicznym: Etiopii – 953 USD rocznie, Burundi – 400 USD, Togo – 834 USD⁴⁴.

⁴² W. Tordoff, *Government and Politics in Africa*, Indiana University Press, Bloomington 1997, s. 149.

⁴³ *World Economic Outlook Database 2010*, Międzynarodowy Fundusz Walutowy, <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2010/02/weodata/index.aspx> [12.12.2010].

⁴⁴ Na prawidłowość tą wskazuje również N. van de Walle, zob.: N. van de Walle, *Presidentialism and Clientelism in Africa's Emerging Party Systems*, „The Journal of Modern African Studies” June 2003, Vol. 41, No. 2, s. 312–313.

Tabela 1

Nierówność w dochodach (*income inequality*)
w państwach Afryki Subsaharyjskiej

Państwo ⁴⁵	Wskaźnik GINI ⁴⁶	Państwo	Wskaźnik GINI
Etiopia	29,8	Demokratyczna Republika Konga	44,4
Burundi	33,3	Kamerun	44,6
Togo	34,4	Rwanda	46,7
Tanzania	34,6	Mozambik	47,1
Gwinea Bissau	35,5	Madagaskar	47,2
Benin	38,6	Kongo	47,3
Mauretania	39,0	Gambia	47,3
Malawi	39,0	Kenia	47,7
Mali	39,0	Wybrzeże Kości Słoniowej	48,4
Senegal	39,2	Zimbabwe	50,1
Burkina Faso	39,6	Wyspy Zielonego Przylądka	50,5
Czad	39,8	Suazi	50,7
Dżibuti	40,0	Zambia	50,7
Gabon	41,5	Lesotho	52,5
Sierra Leone	42,5	Liberia	52,6
Uganda	42,6	Republika Południowej Afryki	57,8
Ghana	42,8	Angola	58,6
Nigeria	42,9	Botswana	61,0
Gwinea	43,3	Komory	64,3
Republika Środkowo- afrykańska	43,6	Namibia	74,3
Niger	43,9	Średnia	45,6

Źródło: *Human Development Report 2009*, UNDP, <http://hdrstats.undp.org/en/indicators/161.html>.

⁴⁵ W tabeli nie zostały uwzględnione wszystkie kraje Afryki Subsaharyjskiej, ze względu na brak danych w materiale źródłowym (przyp. aut.).

⁴⁶ 0 oznacza pełną równość, 100 oznacza pełną nierówność. W najaktualniejszym zestawieniu, najniższy wynik na świecie uzyskała Dania (24,7), najwyższy zaś Namibia (74,3) (przyp. aut.).

Badania nad nierównościami ekonomicznymi przeprowadzone przez Erica Changa⁴⁷ dowodzą, że mieszkańcy regionu na południe od Sahary postrzegają sytuację w zakresie narastania nierówności jako pogarszającą się – w sumie, ponad 2/3 obywateli badanych państw uważa, że sytuacja w tym zakresie pogorszyła się lub znacząco pogorszyła się (odpowiednio 29,2% i 35,2%)⁴⁸.

Tabela 2
Postrzeganie zmian w zakresie nierówności w Afryce przez obywateli (%)

Państwo	Znacznie gorzej	Gorzej	Tak samo	Lepiej	Znacznie lepiej
Benin	37,8	42,5	10,9	6,8	4
Botswana	32,5	30,6	20,6	13,7	.8
W-y Zielonego Przylądka	17,9	34,2	25,6	10,3	1
Ghana	32,7	26,5	19,4	14,1	1,8
Kenia	43,3	25,7	15,0	11,1	.9
Lesotho	56,8	21,4	9,0	10,5	.3
Madagaskar	18,6	38,6	22,6	15,2	.2
Malawi	67,8	15,9	6,9	5,3	2,4
Mali	30,0	33,3	17,3	16,0	1,6
Mozambik	19,9	30,8	23,2	14,9	1,6
Namibia	18,0	24,6	30,9	19,9	3,9
Nigeria	52,9	27,6	11,7	6,4	.6
Senegal	13,8	40,2	14,7	19,6	2,1
RPA	27,6	24,5	24,6	17,1	3,4
Tanzania	34,4	23,3	12,7	11,7	4,6
Uganda	37,8	31,3	14,3	14,0	.7
Zambia	55,8	25,7	14,7	1,8	.7
Ogółem	35,3	29,2	17,3	12,0	1,6

Źródło: E. Chang, *Political Transition, Corruption, and Income Inequality in Thirdwave Democracies*, Afrobarometer Working Paper, November 2007, No. 79, s. 12.

⁴⁷ E. Chang, *Political Transition, Corruption, and Income Inequality in Thirdwave Democracies*, Afrobarometer Working Paper, November 2007, No. 79.

⁴⁸ Ibidem, s. 12.

Stopień rozbudowy struktur klientelistycznych w państwach Afryki Subsaharyjskiej wydaje się być jednocześnie efektem i przyczyną tak dużych dysproporcji. Nierówności są immanentnie wpisane w relacje patron – klient, które zgodnie z definicją opierają się na różnicach w zakresie władzy, bogactwa i wpływu. Jak zauważa autor pionierskich badań nad klientelizmem w Beninie, L. Wantchekon, „polityka klientelistyczna wydaje się najatrakcyjniejsza w warunkach niskiej produktywności, wysokich nierówności i hierarchicznych relacji społecznych”⁴⁹. Relacja pomiędzy rozwarstwieniem ekonomicznym a klientelizmem przypomina błędne koło, w którym „sieci tworzone są w oparciu o nierówność i same wywołują nierówność”⁵⁰.

Rozwój stosunków klientalnych wpływa na pogłębienie dysproporcji ekonomicznych przede wszystkim dlatego, że relacje patron – klient wzbogacają głównie aktorów znajdujących się na najwyższym szczeblu struktury. Jest to wynikiem zarówno praktycznie nieograniczonego dostępu patronów i pośredników wyższych szczebli do pożądaných dóbr i zasobów, jak i tego, że stosunek pomiędzy wkładem, a zyskiem klientów jest zdecydowanie mniej korzystny niż w przypadku silniejszego uczestnika relacji. Chociaż patron (pośrednik) otacza opieką rozległą sieć, do jej utrzymania wykorzystuje nie tylko swoje prywatne zasoby, lecz przede wszystkim – dobra publiczne. Co więcej, środki znajdujące się w zasięgu patronów, w warunkach afrykańskich, wystarczają nie tylko do podtrzymania rozbudowanej relacji, lecz również do osobistego wzbogacenia się jej najsilniejszych ogniw. Z perspektywy najsłabszych wejście w stosunki klientalne może być jedynym sposobem zapewnienia sobie fizycznego przetrwania, tymczasem silniejsi uczestnicy nie tylko utrzymują, lecz również mogą zwiększyć swoją wejściową przewagę.

⁴⁹ L. Wantchekon, op. cit., s. 4.

⁵⁰ J.F. Bayart, *The State in Africa: The Politics of the Belly*, Longman, London – New York 1993, s. 228.

Klientelizm wpływa na zwiększenie rozwarstwienia ekonomicznego również ze względu na swoją wewnętrzną sprzeczność. Jest relacją opartą na nierównej wymianie, w której patronowi (pośrednikowi), pomimo tego że umożliwia dostęp swoim klientom do zasobów, nie zależy na nadmiernym wzbogaceniu (a przez to wzmocnieniu) klientów, gdyż w oczywisty sposób zaburzyłoby to asymetryczność relacji. Rozwija się system, w którym „dwie zróżnicowane klasy działają zarówno razem i przeciwko sobie, by uzyskać jak najwięcej. Chociaż się wzajemnie wspierają, jest to z natury nierówna relacja, która wzmacnia podziały pomiędzy klasami”⁵¹.

Kolejnym negatywnym efektem relacji klientalnych jest zaburzenie prawidłowego i korzystnego z punktu widzenia ogółu społeczeństwa procesu dystrybucji dóbr politycznych i ekonomicznych. Przekazywanie zasobów pozostaje poza publiczną kontrolą⁵², co prowadzi do patologicznych sytuacji, jak ta opisana przez *Transparency International* – w Kenii biedni mają znacznie gorszy dostęp do znacznie gorszej jakości usług (kanalizacja) i płacą za nie sześciokrotnie więcej niż bogaci⁵³. Dystrybucja oparta jest na nieformalnych zasadach i staje się metodą na wzmocnienie danej grupy lub utrzymanie posiadanej przez nią przewagi. Ze względu na brak innych kanałów dostępu do zasobów ci, którzy nie są związani z patronem, są praktycznie całkowicie odcięci od możliwości korzystania z dóbr i usług publicznych. W klientelizmie zyski płyną tylko do niektórych grup bądź jednostek (klienteli lub klientów), zaś pozostali są zmarginalizowani i pozostają faktycznie poza systemem. Ponadto, co wydaje się szczególnie istotne dla zwiększania nierówności, zasoby państwowe nie są rozdzielane według rzeczywistych potrzeb, a raczej według żądań. W efekcie, do uprzywilejowanych grup trafia nadmierna ilość dóbr, które nie są wykorzystywane.

⁵¹ A. Clarno i T. Falola, za E. Uslaner, op. cit., s. 8.

⁵² S. Lindberg, op. cit., s. 123–124.

⁵³ Transparency International, *Mapping of Corruption and Governance Measurement Tools in Sub-Saharan Africa*, 2007, s. 10.

System stosunków klientelistycznych nie stwarza możliwości uzyskiwania długotrwałych korzyści na poziomie ogólnonarodowym. Najważniejszym (bądź jedynym) kryterium lokalizacji inwestycji jest siła oddziaływania sieci klientalnej, wskutek czego środki z budżetów państwowych trafiają nie tam, gdzie są potrzebne, czy z punktu widzenia systemu gospodarczego mogłyby przynieść największe zyski. Marnotrawstwo zasobów oraz nadmierny rozwój niektórych regionów przy niskim poziomie rozwoju pozostałych, skutkuje spowolnieniem i utrudnieniem rozwoju państwa i społeczeństwa jako całości. Stanowi to poważne wyzwanie dla krajów regionu Afryki Subsaharyjskiej, należących do grona najbiedniejszych i najgorzej rozwiniętych państw świata.

Relacje patron – klient przyczyniają się również do zmniejszenia szeroko rozumianego potencjału ekonomicznego społeczeństw i krajów subsaharyjskich, ponieważ nie prowadzą do zwiększenia ilości zasobów, a jedynie do walki o sumie niezerowej o podział istniejących dóbr. Zachęcają ludność do bierności i konsumpcji dóbr publicznych, szczególnie jeżeli wśród klientów silniejsze są dążenia do pozyskania dóbr o charakterze indywidualnym.

Klientelizm wpływa też na rozwój i nasilanie się patologii, w szczególności niekontrolowanego rozwoju korupcji, zarówno drobnej, jak i politycznej (nadużycia władzy państwowej dla prywatnych zysków). W regionie Afryki Subsaharyjskiej jest ona na tyle powszechna i zbanalizowana, że właściwie staje się stałym elementem funkcjonowania aparatu administracyjnego na wszystkich poziomach. Korupcja, oprócz tego, że należy do „najważniejszych przeszkód wzrostu ekonomicznego i rozwoju politycznego w Afryce”⁵⁴, prowadzi do zwiększania nierówności społecznych. Chociaż, jak zauważa E. Uslaner, drobna korupcja na krótką metę może zmniejszać przepaść pomiędzy ubogimi a bogatymi, gdyż zyski z niej trafiają przede

⁵⁴ W. Cho, M.F. Kirwin, *A Vicious Circle of Corruption and Mistrust in Institutions in Sub-Saharan Africa: A Micro-Level Analysis*, Afrobarometer Working Paper, September 2007, No. 71, s. 1.

wszystkim do przedstawicieli klasy średniej⁵⁵, wydaje się, że w dłuższej perspektywie, fenomen ten przyczynia się do zwiększenia zróżnicowania ekonomicznego. Ignorowanie formalnych reguł i procedur zmniejsza zaufanie nie tylko do osób pełniących funkcje publiczne oraz instytucji państwowych, lecz przede wszystkim do innych ludzi. Jeżeli w społeczeństwie ogólny poziom zaufania jest niski, prawdopodobieństwo pogłębiania dysproporcji jest wyższe, gdyż jednostki koncentrują się przede wszystkim na realizacji własnych potrzeb i mają mniejsze skrupuły wobec wykorzystywania innych, postrzeganych jako potencjalne zagrożenie⁵⁶.

Relacje klientalne z punktu widzenia ich uczestników wydają się funkcjonalne i użyteczne, zwłaszcza jeżeli będziemy je analizować z perspektywy krótkookresowej. Istnienie klientelizmu umożliwia najbiedniejszym dostęp do podstawowych zasobów, których brak zagraża nie tyle ich dobrobytowi, co wręcz fizycznemu przetrwaniu. Jednocześnie, funkcjonowanie w ramach relacji patron – klient, faktycznie uniemożliwia im trwałe wyjście z biedy i rzeczywistość, długotrwałą poprawę ich sytuacji. W regionach, w których układy zależności klientelistycznych są rozbudowane, jeżeli mamy do czynienia z poprawą sytuacji najbiedniejszych (tak jak się stało w znacznie bardziej egalitarnych i mniej zróżnicowanych ekonomicznie państwach azjatyckich), to dochodzi do niej raczej pomimo istnienia klientelizmu, niż ze względu na jego obecność⁵⁷. W Afryce i Ameryce Łacińskiej, gdzie dysproporcje są duże, silna rozbudowa relacji klientelistycznych zdaje się jedynie pogłębiać dysproporcje ekonomiczne i społeczne.

⁵⁵ E. Uslaner, op. cit., s. 2.

⁵⁶ Zob. szerzej: E. Uslaner, op. cit., s. 2.

⁵⁷ D.W. Brinkerhoff, A.A. Goldsmith, op. cit., s. 21.

BIBLIOGRAFIA

- Amundsen I., *Political Corruption: An Introduction to the Issues*, Chr. Michelsen Institute Development Studies and Human Rights, Working Paper, Bergen 1999.
- Arriola L.R., *Patronage and Political Stability in Africa*, „Comparative Political Studies” October 2009, Vol. 42, No. 10.
- Bayart J.F., *The State in Africa: The Politics of the Belly*, Longman, London – New York 1993.
- Brinkerhoff D.W., Goldsmith A.A., *Clientelism, Patrimonialism and Democratic Governance: An Overview and Framework for Assessment and Programming*, przygotowane dla U.S. Agency for International Development Office of Democracy and Governance, December 2002.
- Chabal P., *Reflections on African Politics. Disorder as a Political Instrument*, http://www.cccb.org/rcs_gene/patrick_.pdf [12.12.2010].
- Chang E., *Political Transition, Corruption, and Income Inequality in Third-wave Democracies*, Afrobarometer Working Paper, November 2007, No. 79.
- Cho W., Kirwin M.F., *A Vicious Circle of Corruption and Mistrust in Institutions in Sub-Saharan Africa: A Micro-Level Analysis*, Afrobarometer Working Paper, September 2007, No. 71.
- Erdmann G., Engel U., *Neopatrimonialism Revisited – Beyond a Catch-All Concept*, German Institute of Global and Area Studies, Working Paper, 2006, Vol. 16.
- Human Development Report 2009*, UNDP, <http://hdrstats.undp.org/en/indicators/161.html>.
- Hyden G., *African Politics in Comparative Perspective*, Cambridge University Press, New York 2006.
- Keefer P., Vlaicu R., *Democracy, Credibility and Clientelism*, <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/un-dpadm/unpan041192.pdf> [12.12.2010].
- Lemarchand R., *Political Clientelism and Ethnicity in Tropical Africa: Competing Solidarities in Nation-Building*, „The American Political Science Review” March 1972, Vol. 66, No. 1.
- Lindberg S., *It's Our Time to Chop! Do Elections in Africa Feed Neopatrimonialism?*, „Democratization” Summer 2003, Vol. 10, No. 2.
- Mapping of Corruption and Governance Measurement Tools in Sub-Saharan Africa*, 2007. Transparency International World Economic Outlook

- Database 2010*, Międzynarodowy Fundusz Walutowy, <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2010/02/weodata/index.aspx>.
- Mączak A., *Nierówna przyjaźń. Układy klientalne w perspektywie historycznej*, Monografie Fundacji na Rzecz Nauki Polskiej, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 2003.
- Pawełczak M., *Kenia*, Wydawnictwo TRIO, Warszawa 2004.
- Posner D.N., *Regime Change and Ethnic Cleavages in Africa*, <http://democracy.stanford.edu/Seminar/Posner.htm> [12.12.2010].
- Thomson A., *An Introduction to African Politics*, New York 2007.
- Tordoff W., *Government and Politics in Africa*, Indiana University Press, Bloomington 1997.
- Uslaner E., *Corruption and the Inequality Trap in Africa*, Working Paper, April 2007, No. 69.
- Walle van de N., *Presidentialism and Clientelism in Africa's Emerging Party Systems*, „The Journal of Modern African Studies” June 2003, Vol. 41, No. 2.
- Wantchekon L., *Clientelism and Voting Behavior: Evidence from a Field Experiment in Benin*, <http://www.nyu.edu/gsas/dept/politics/seminars/wantchekon.pdf> [12.12.2010].
- Young D.J., *Is Clientelism at Work in African Elections? A Study of Voting Behavior in Kenya and Zambia*, Afrobarometer Working Paper, April 2009, No. 106.

INFLUENCE OF CLIENTELISM ON INCREASE OF ECONOMIC STRATIFICATION OF SUB-SAHARAN COUNTRIES

SUMMARY

Patron – client relations are one of the most important characteristics of modern political systems of African countries south of Sahara. The main aim of the article is the analysis of the influence of clientelism and clientelist relations on the increase of economic stratification of societies of these countries. The broad study of the

notion of clientelism is followed by the attempt to identify the causes of the emergence of clientelist relations, ranging from political and economical to social and cultural factors. Having done that, the author focuses on the consequences of clientelism in regard to the widening economic gap between African citizens.