

Sociologická teorie a instituce klientely

JAN KELLER

Filozofická fakulta Masarykovy univerzity, Brno

Sociological theory and the institution of patronage

Abstract: This article deals with the neglected question of patronage. The author presents the ways in which the sociological theory suggests the fiction of equality. From this point of view the concepts of the community and society, of a group, formal organization and functional as well as conflict approach to the study of power are analyzed. This fiction of equality prevents sociology from exploring seriously the institution which reproduces inequality among people. The author defines the relations of patronage as a non-market method of distribution of scarce goods. That is why he refuses the attempts to grasp the category of patronage in the terms of the exchange theory which only formalizes market relations. Patronage is the opposite of market calculation, it enables separation of those for whom the goods in demand will be available. That is why it flourishes above all in connection with the distribution of power. The principles of the classical patronage which was an important part of functioning of traditional societies began to split up at the beginning of the industrial revolution and when market became the dominating element. At the level of everyday relations it is becoming favoritism which loses the ethos of patronage devotion. The patronage loyalty is transformed into the loyalty to the native country, the class, the nation etc. Politicians abuse this break up to legitimize their patronage nets by using the rhetoric of devotion to the great ideals of equality.

Sociologický časopis, 1991, Vol. 27 (No. 6: 726-741)

Otázka klientely jako sociální instituce a význam klientských vztahů ve fungování moderní společnosti mají své pevné místo na seznamu nepohodlných skutečností, které sociologická teorie odsunuje na okraj svého zájmu. Kontrast mezi zájmem historiků a sociálních antropologů a indiferentností sociologické teorie je vskutku nápadný¹. Pověstnou výjimku z pravidla představuje S. N. Eisenstadt. Jeho impulsy se však dosud nestaly součástí sociologického povědomí, ani nepřispěly k reformulaci východisek a základních kategorií sociologické teorie².

Převažující nezájem sociologie o otázky klientely může snadno budít zdání, že tento sociální jev je otázkou minulosti. Podle našeho názoru se jedná spíše o optický klam, který je vyvoláván jednak odlišností technik sociologického výzkumu od metod historické práce, jednak celkovou konceptuální výbavou moderní sociologie. Přístup historiků k osobní korespondenci, k pamětem a soukromým dokumentům vlivných osob je pro zachycení neveřejných sítí klientských vztahů pocho-

1) Vedle literatury pojednávající o klasické klientele starého Říma se pozornost historiků soustřeďuje zejména na období 16. až 18. století [Durand 1981, Kettering 1986]. Sociální antropologie analyzuje konkrétní případy systémů klientely [Gellner, Waterbury 1977], má však i teoretické ambice [Boissevain 1974].

2) Eisenstadt je editorem slovníku o politickém klientelismu, zabýval se klientelou z hlediska teorie sociální směny, podporuje zájem o výzkum klientely u studentů sociologie.

pitelně vhodnější než dotazníky, ankety a interview, na které se tak často redukuje metodologická výbava sociologů. Druhý (teoretický) handicap sociologie je však patrně ještě závažnější. Sociologická teorie je vystavěna na pojmech, které nejenže neusnadňují tematizování problematiky klientských vztahů, ale naopak takovou možnost spíše blokují.

Fikce rovnosti v sociologické teorii

Sociologie ve snaze objasnit vazby mezi člověkem a jeho společností věnuje zvlášť velkou pozornost kategorii sociálních vztahů. Její pojmy přitom již tradičně oscilují kolem dvou typů mezilidských vztahů: těch, které jsou založeny na afektivní solidaritě v rámci skupiny, a těch, které spočívají na racionální kalkulaci autonomních individuí. Tak vzniká známé dilema, zda je pro člověka jako jednotlivce i pro stav společnosti jako celku blahodárnější spoluúčast a pomoc ze strany blízkých, anebo spíše korektní a věcné jednání ze strany osobně nijak nezúčastněných partnerů. Úvahy sociologů se tak pohybují v prostoru vymezeném na jedné straně Tönniesovým (přinejmenším implicitním) upřednostňováním vřelé, participující pospolitosti oproti chladně kalkulující společnosti, a na straně druhé Sennetovým odmítnutím tyranie intimity a poukazem na zásadní význam odměřených, avšak korektních mezilidských vztahů pro formování důstojného života v občanské společnosti. Odpověď na toto dilema bývá nezřídka funkcí politického vkusu jednotlivých autorů. Dilema je nápadně podobné nesmiřitelné opozici pravicového liberalismu a levicového socialismu v zemích žijících v duchovní atmosféře minulého století³.

Na první pohled se zdá, že v úvahách typu "Gemeinschaft versus Gesellschaft" máme skutečně co činit se dvěma naprosto protikladnými koncepcemi jak charakteru lidské společnosti, tak charakteru lidské povahy. Podle pospolitostní teorie člověk vděčí za vše, čím se stal, svému společenství. Ideologicky rozrůzněnými odrůdami této koncepce je jak Durkheimův sociologismus, tak Meadovo pojetí socializace, Gierkeho koncepce dějin i Marxovo pojetí člověka. Alternativní teorie je postavena na autonomii jednotlivce, na jeho právu, na svobodu omezovanou pouze stejnými právy druhého a na přesvědčení, že sledování vlastních osobních cílů je nejjistější zárukou prosperity všech.

Vzniká dojem, že obě pojetí jsou nejen radikálně odlišná, ale že navíc prezentují dva typy vztahů, které v různých polohách, nuancích a stupních pokrývají naprosto celý sociální prostor, takže sociologie, která by je dokázala seřadit na stupnici "pospolitost - společnost" podle míry jejich formálnosti, by tím bezezbytku vyčerpala všechny myslitelné formy lidského soužití. Jednotliví sociologové se pak podle míry osobní tolerance dají rozdělit do dvou typů. Typ netolerantní, který upřednostňuje buď individuální anebo kolektivní model a v modelu opačném spatřuje trestuhodné nedopatření dějin a hrozbu pro přežití lidstva. Ti, kdo straní pospolitosti, kritizují chladnost a vypočítavost sobeckého individualismu, poukazují na hrozivý nedostatek sociální solidarity a snaží se oživit fikci útulné komunity, ve které se rodinná pohoda pojí s nezištnou obětavostí mezi bližními pracujícími

³) Analýzou tohoto dilematu evropského myšlení se v pronikavé studii zabývá A. Black [1984].

přesčas pro blaho druhých. Stoupenci individualismu se naopak děsí nesvobody a útlaku ze strany kontrolních mechanismů a doporučují sociální laissez faire. Druhým typem sociologů jsou sociologové tolerantní, kteří věří, že oba protikladné modely lze smířit v jakési vyšší syntéze. Bohužel nevědí, jak tuto syntézu provést. Nedokáží poskytnout záruku, že místo kladů obou systémů se nakonec nezkombinují jejich zápory. Žádná snaha o propojení sociální soudržnosti a individuální svobody není bohužel imunní vůči zvráceným důsledkům v podobě nevábného spojení individuální nesvobody a sociální dezintegrace⁴.

Soupeření obou typů interpretace vztahů mezi lidmi odvádí pozornost sociologie od problému mnohem hlubšího. Ve skutečnosti nejsou obě koncepce zdaleka tak odlišné, jak je běžně prezentováno. Oba výklady představují pouze rovnice na totéž téma, oba jsou jen poněkud odlišnou kombinací týchž hodnot rovnosti a profitu, tedy dvou základních hodnot moderního myšlení tak, jak se formulovalo v opozici k principům feudalismu. Obě koncepce vlastně jen různým způsobem vyjadřují přesvědčení o nerozlučné souvislosti mezi rovností individuí a jejich profitem. Romantický model pospolitosti i pragmatický model společnosti je v podstatě soustředěn kolem téhož hesla: bez rovnosti není zisku.

Toto přesvědčení tvoří základ moderního evropského způsobu prezentace společnosti a člověka, a bylo by pro toto myšlení velmi bolestné, kdyby se ukázalo jako problematické. Proto je z jeho hlediska funkční redukovat polemiku právě jen na konkurenční soupeření pospolitostní a společenské verze spojení rovnosti a zisku. Diskutuje se v podstatě "jen" o tom, zda je výhodnější to uspořádání, kde jednotlivci jsou si naprosto rovni ve své podřízenosti celku (společnému blahu), anebo takové uspořádání, kde individua jsou si rovna ve své nezávislosti na celku (z čehož opět posléze vyplyne společné blaho). Ať již převládne první verze či druhá, základní spojení hodnot rovnosti všech a zisku všech zůstává zaručeně mimo diskusi a žádný socialista ani liberál na okamžik nepřipustí, že lidé by si mohli být nerovni a ještě na tom vydělat.

V případě pospolitosti je idea rovnosti přímo definičním znakem celého útvaru. Pospolitost vzniká sdružením sobě rovných (na rozdíl od panství) a pospolitý život tuto bytostnou rovnost dále reprodukuje⁵. Pospolitost jako společenství rovných je zárukou prosperity svých členů. Jako celek garantuje jejich zájmy. Rovnost a zájmy jednotlivců jsou zde harmonicky spojeny, o nerovnosti se věří, že by poškozovala většinu, ohrozila jednotu celku, a tím ve svých důsledcích nakonec i zájmy těch, kteří privilegia uzurpovali.

⁴) Pěkným příkladem omezenosti individuálně liberálního pojetí je jinak důkladná práce B. Lavergne [1959]. Komplementární naivita stoupců solidární pospolitosti je bezpečným poznávacím znakem teoretiků komunitních utopií všeho druhu. V možnost kombinace předností obou typů sociálních vztahů věřil F. Tönnies, nejnověji je toto přesvědčení přítomno u A. Blacka [1984].

⁵) Zvláštním případem pospolitosti je rodina, která propůjčuje tomuto typu vřelou a družnou atmosféru. Prvek nerovnosti (postavení obce, rozdíl mezi dospělými a dětmi) nemá sociální povahu, je důsledkem skutečnosti, že rodina je zároveň biologickým útvarem a v širších sociálních pospolitostech se nemusí reprodukovat.

V případě (občanské) společnosti je formální rovnost všech opět brána jako zcela nezbytný předpoklad fungování celku a prosperity jednotlivců. Bez rovnosti podmínek a šancí není možná kalkulace zisku a jednání nemůže být racionální. Všechna privilegia, která rovnosti brání, je třeba odstranit jako iracionální prvek, který brzdí ekonomickou racionalitu, a tím opět poškozuje všechny.

Jak v případě pospolitosti, tak v případě společnosti nalézáme stejné ztotožnění rovnosti a prosperity na straně jedné, nerovnosti a ztrát na straně druhé. Lze ukázat, že toto spojení se budovalo ve zkušenosti evropského měšťanstva již od raného stadia vývoje středověkých měst [Black 1984] a jeho prvky lze sledovat i v případě měst antiky [Polanyi 1977]. Zejména středověké město představovalo ve svých raných stadiích prototypické spojení proklamované rovnosti a garantovaného zisku. Později stejný ideál vpravuje vítězná buržoazie do konstitucí národních států. Kontrast mezi deklarovanou rovností a faktickým zvýhodněním ziskově úspěšných (včetně jejich potomků) představuje hlavní problém doktríny liberalismu a vděčné téma kritické sociologie počínaje teorií elit a konče (prozatím) teorií reprodukce kulturního kapitálu.

Stoupenci pospolitostní solidarity i liberálního individualismu sdílejí totéž paradigma. Pojem solidarity je upozorněním, že bez určité míry vzájemnosti (která předpokládá rovnost) bude ohrožena prosperita všech; koncepce kalkulujícího individualismu je poukazem na to, že jedině prosperita jednotlivců zaručuje opravdu důstojnou vzájemnost. Obě koncepce svorně sugerují, že všichni lidé jsou si v principu rovni, že tato rovnost je v jejich společném zájmu a že je určujícím předpokladem i nutným výsledkem jejich soužití.

Sociologie pak reprodukuje tuto ideologii vzájemné souvislosti rovnosti a zisku přímo ve své konceptuální výbavě. Názorným příkladem je její pojetí skupin. Sociologický pojem skupiny není v žádném případě hodnotově neutrální. Nejde zdaleka jen o to, že výčet různých druhů skupin v učebnicích sociologie nápadně připomíná mentalitu společnosti konzumu. Máme skupiny malé, velké, primární, sekundární, formální, neformální... Potřebu luxusního zboží zaručeně uspokojí skupiny exkluzivní, konzumní apetit povzbudí skupiny referenční. Každá z těchto skupin vás učiní rovným s jiným okruhem lidí. Všechny skupiny totiž mají společné, že v principu zrovnoprávňují své členy a zakládají jejich vzájemnost vůči všem nečlenům. Princip středověké městské komuny je zde naprosto věrně reprodukován (ve vysoce abstraktní poloze) a povýšen na princip klasifikace všech myslitelných forem lidské sociability⁶.

Jestliže v dějinách platilo, že "městský vzduch činí svobodným", pak v sociologii platí, že "skupinové prostředí zrovnoprávňuje". Nerovnost je z koncepce skupin různými způsoby vytěšňována. Velké skupiny (národ, rasa, třída, lidstvo) neznají uvnitř mezi svými členy žádnou nerovnost, malé skupiny mívají sice neformální vůdce, ten je však jen prvním mezi rovnými, jeho postavení je

⁶) Dokonce i tradiční bašta nerovnosti v rámci skupiny - rodina - je stále více demokratizována a kromě toho je v moderní společnosti stále více destabilizována a ve své patriarchální podobě nehraje již v demokratické společnosti žádnou roli.

delegováno se souhlasem ostatních (asi tak jako v případě představených demokratické městské obce) a základní rovnost všech nijak nezmenšuje.

Právě z titulu své rovnosti má každý člen skupiny vzhledem k druhým členům dalekosáhlou svobodu. Jejím sociologickým výrazem je praktika sociologických testů, která demonstruje, že každý člen skupiny může zcela libovolně a nezávazně určovat své preference (či jejich opak) vůči kterémukoli jinému členu skupiny. Tak rozsáhlá svoboda však není zdaleka přípustná ve vztahu člena ke skupině jako celku. Nutnost respektovat skupinové normy a hodnoty je zcela nekompromisní a sociologie ji vyjadřuje mnoha různými způsoby, ať již v souvislosti s výkladem procesu socializace, sociální patologie, sociální kontroly či teorie rolí. Spojení svobody vůči druhým jednotlivcům se striktním respektováním celku, tento základ sociologického pojetí skupiny, má svůj zcela reálný historický předobraz ve společenstvích korporativního typu i svého reálného ideologického předchůdce - ve fikci společenské smlouvy jako základu občanské společnosti.

Téma nerovnosti je z výkladu skupin vytlačováno do oblasti formálních organizací, kde je nerovnost specifickými způsoby neutralizována. Nerovnost v rámci organizací je interpretována výhradně jako nerovnost pozic a je přísně oddělena od osobních kvalit těch, kdo tyto pozice zastávají. Nerovnost pozic je navíc prohlášena za pouhou funkcionální různost: každá pozice je nepostradatelná z hlediska celku. V každém případě je nerovnost (raději: různost) pojata tak, aby neubírala nic na cti podřízených, ale aby naopak potvrzovala jejich status⁷.

Dalším způsobem, jak banalizovat existující nerovnosti, je vyložit je jako sociální distanci. Na tomto principu spočívá teorie sociální stratifikace. Jednotlivé vrstvy jsou pokládány do vertikální diskontinuity, nemají žádné styčné body. Distance, která je mezi nimi udržována již samotnými způsoby měření výše jejich statusu, je důležitá, neboť distance je nerovnost, která neevokuje závislost. Tím, že vyložíme nerovnost jako distanci, zaručíme všem zúčastněným plnou autonomii, čímž vlastně nerovnost popřeme.

Existují samozřejmě četné sociologické studie věnované přímo problémům sociální nerovnosti. Ani ony však k pochopení instituce klientely nepřispívají, a to právě proto, že nerovnost je zde chápána jako problém. To je případ teorie elit, která negativním způsobem opět vyzvedává centrální význam hodnoty rovnosti. Fungování klientel je naopak založeno na přesvědčení, že nerovnost je nezbytným a univerzálním předpokladem řešení problémů všeho druhu.

Moc jako alibi podřízených

Existuje oblast sociologického zájmu, o níž lze předpokládat, že otázka nerovnosti se v ní dostane přímo do středu pozornosti. Jedná se o téma moci. Literatura na toto téma je dnes již nepřehledná, zdá se však, že v ní dominuje dvojí odlišné poje-

⁷⁾ Je zde určitá podobnost s poměry raného feudalismu, kdy služba urozeným nesnižovala status, ale naopak poslechťovala. Michel Crozier vyjádřil tuto mentalitu velmi věrně, když konstatoval o zaměstnancích na nejnižších příčkách organizačního žebříčku, že jsou hrdi na to, že stojí na žebříčku. Čím členitější je hierarchické rozpětí formálních organizací, tím snazší je prezentovat nerovnost jako různost.

tí moci a mocenských vztahů. S jistým zjednodušením je lze označit jako pojetí funkcionální a pojetí konfliktní. V prvním případě je moc pojata jako hra se sumou různou od nuly, v případě druhém jako hra se sumou rovnou nule. Jak obě pojetí charakterizovat z hlediska rovnosti a zisku?

Funkcionální pojetí má tendenci vyloučit prvek nerovnosti mezi lidmi dokonce i z výkladu mocenských vztahů. To plyne z teze, že moc různých subjektů v rámci systému se sčítá a výsledný vektor je orientován v zájmu celku. Toto vidění je blízké Parsonově koncepci sociálního systému právě tak jako marxistickému pojetí neantagonistických tříd. Čím více moci bude v určité sociální jednotce kumulováno, tím větší bude zisk všech jejích členů. Podle tohoto pojetí ve společnosti už došlo k nahrazení vlády nad lidmi správou věcí. Moc je pro celek natolik blahodárná, že úvahy o nerovnostech a ničím nekompenzovaných ztrátách nepřicházejí v úvahu. Celá společnost se stává jediným velkým městem s plnými měšťanskými právy pro všechny. Už není neplnoprávných cizinců či méněhodnotného plebsu, který by neparticipoval vůbec anebo jen symbolicky. Poslušnost samozřejmě nezmizela, změnila se však v občanskou ctnost, která má podobu uvědomělého respektování hodnot a norem, radostného konsensu. Člověk zde není kontrolován druhými lidmi, ale neosobními předpisy rolí, jejichž respektování ho v očích druhých může jediné povznést. Poslušnost zde činí lidi vskutku rovnoprávními, neposlušnost je kvalifikuje jako patologické případy, kterým je třeba ukázat správnou cestu.

Konfliktní pojetí moci vyzvedává hodnotu rovnosti jiným způsobem. Moc je zde definována jako schopnost osoby A přimět osobu B, aby jednala způsobem, který by jinak sama nezvolila. Právě tato skutečnost zakládá vztah závislosti B na A, podřizuje osobu B osobě A. Na prvý pohled vypadá tato definice přísně formálně a dobře zapadá do koncepce nehodnotící sociologie. Ve skutečnosti je však zatížena celou řadou hodnotících předpokladů. Je v ní skryto přesvědčení, že je třeba člověka donutit, aby akceptoval nerovnost, a že nikdo nebude dobrovolně souhlasit se ziskem, který by byl nižší, než je zisk druhých. Předpokládá se navíc, že i vynucená nerovnost je natolik bolestná a nepřijatelná, že je třeba ji stále znovu kompenzovat rafinovanými způsoby legitimace. Uvidíme, že v případě klientely jsou všechny tyto předpoklady nesprávné.

Dvojí pojetí moci, které se zdá být na první pohled zcela protikladné, je tedy opět jen dvojí variací na totéž téma. Obě koncepce vysvětlují a ospravedňují skutečnosti, které odporují centrální ideji rovnosti, z níž plyne profit. Konfliktní pojetí moci připouští nerovnost jen jako tvrdě vynucenou a pečlivě ospravedňovanou praxi. Ti, kdo v podřízeném postavení poslouchají, aniž by měli šanci na adekvátní zisk, mají alibi v tom, že se v této situaci ocitli nedobrovolně. Kdyby zde nebylo donucení, jednali by určitě jinak. Dokonce i ti, kdo z moci těží, jsou si vědomi nenormálnosti situace a snaží se ji podrobeným přijatelně ospravedlnit. Funkcionální pojetí moci pak vystupuje jako alibi samo. Ve skutečnosti není analýzou fungování moci, ale jednou z jejích možných legitimací. Ospravedlňuje instituci moci tím, že ji klade do služeb celku, a tvrdí, že zvyšuje zisk všech zúčastněných. Ani jedno, ani druhé pojetí nepřipouští, že by lidé mohli rezignovat na ideu rovnosti a že

by tato rezignace dokonce mohla zvyšovat jejich šance na zisk (aniž by byla nutně zvýšením těchto šancí motivována).

Vcelku tedy spočívá konceptualizace moci v sociologii na zásadě, kterou by bylo možno nazvat nejspíše "principem hrdého občana". Předpokládá se buďto, že mocenská nadřazenost jedné strany nutně vyvolává nevoli strany druhé a musí být proto všemožně zastírána, anebo se má za to, že moc je distribuována tak, že na ní mohou participovat všichni (funkcionální pojetí, včetně koncepce vetujících skupin). Nepřipouští se ochota vstupovat zcela dobrovolně do svazků, které nejen že nezrovnoprávňují, ale dokonce nerovnost prohlubují a fixují. Právě tato situace je však charakteristická pro vztahy klientely.

Povaha klientely

Klientské vztahy tvoří významnou součást organizace i mentality tradičních společností. Spojují patrona, tedy vlivnou osobu, s jeho klientem či klienty, v jejichž prospěch je vliv ochránce uplatňován. Klienti jsou svému ochránci povinni oddaností a úctou, která se projevuje formou drobných služeb. Vztah se vyznačuje naprostou nerovností mezi patronem a jeho chráněnci. Tato nerovnost není z jejich strany v žádném případě zpochybňována. Vztah je tedy spojením reciprocit a asymetrie. Tím se na jedné straně liší od svazků mezi přáteli, které předpokládají rovnost, a na straně druhé od vztahů dominance, které umožňují, aby služby byly poskytovány pouze jednosměrně.

Významnou součástí tradičního klientského vztahu je prvek věrnosti, který dává svazku mezi nerovnými silné pozitivně afektivní zabarvení. Oddanost ze strany klienta je opětována blahosklonností ze strany pána. Vztah není nijak formálně stvrzen, prvek spontaneity hraje v jeho udržování značnou roli.

Klientské vztahy jsou v tradiční společnosti bezprostředně osobní, i když jejich síť zahrnuje zpravidla celé rodiny, a to nezřídka po více generací. Klientská mentalita (oddanost v kombinaci s blahosklonností) je promítána i do jiných než interpersonálních vztahů, například do vztahu člověka k bohu, a na úrovni lidového náboženství do vztahů ke svatým patronům. Naopak interpersonální klientské vztahy jsou v tradiční společnosti prosyceny étosem posvátného, dodržování závazků vůči druhé straně je považováno za povinnost, která je naplněním a výrazem nadosobních principů ctnosti.

Vlastní podstata klientského vztahu je tedy vděčná závislost ze strany klienta a blahovolná nadřazenost ze strany pána. Klientela je nerovnost, která sblížuje, aniž by se tím ovšem nějak umenšovala. Naopak, čím mocnějšího pána klient má, tím větší je jeho radostná oddanost, jeho vděk hlubší a úcta posvátnější. V podmínkách tradičních společností je instituce klientely dokonale zabudována do struktury sociálních vztahů i do struktury kolektivních reprezentací. Klientské vztahy vytvářejí široce rozvětvenou a stupňovitou síť, kde mezi nejvyššími patrony a nejnižšími klienty zprostředkují všichni ti, kteří "znají někoho vlivnějšího"⁸. Tato hierarchie má své ideální prodloužení až do oblasti nadpřirozena, a pojí na princi-

⁸) V literatuře jsou označováni termínem "brokers", který zavedl sociální antropolog J. Boissevain, autor práce "Friends of Friends", 1974. Viz též [Kettering 1986, Saller 1982].

pu klientské oddanosti a blahosklonnosti lidí s jejich bohy. Právě tento způsob "definice situace" zároveň prosvěcuje existující meziosobní klientské vztahy a zavádí prvek reciprocity i do vztahů mezi člověkem a jeho božským patronem. To umožňuje člověku komunikovat s nejvyššími principy a zároveň chápat jeho vztahy k druhým lidem jako odraz těchto principů.

Klientela je explicitní nerovnost (nikoli různost), která přitom spojuje obě strany. Nerovnost je zde něco natolik samozřejmého, že vůbec nemůže vzniknout otázka symetričnosti zisku. Podřízená strana přijímá vděčně cokoli, co může považovat za projev přízně od strany nadřazené. Každá odměna je brána jako dobrodíní (beneficium), které vyvolává vděčnost (gratia), neboť je potvrzením toho, že klientský vztah trvá. Patron odměňuje své klienty již tím, že jim dovoluje, aby byli jeho klienty. Stupeň vděčnosti podřízené strany není dán velikostí jejího zisku, ale velikostí moci patrona. (Vysvětlení tohoto zdánlivého paradoxu je věnována následující kapitola.)

Pro myšlení vycházející z principů trhu a z ideologie rovnosti je instituce klientely šokující především ve dvou ohledech. Předně se zde demonstruje nerovnost, která vůbec netouží po tom, aby byla odstraněna. Sociologie, která je založena na kombinaci rovnosti a profitu, nemůže jednoduše přiřadit klientelu jako další položku při výčtu různých druhů sociálních vztahů. Klientela je skupina, jejíž prostředí člověka nečiní rovným. Přesto do ní ochotně vstupuje. V případě klientského vztahu se jedná o nerovnost, která je hluboce vděčná za to, že se může reprodukovat. Dalším nepříjemným prvkem, který klientela staví před sociologické myšlení, je skutečnost, že se v jejím případě jedná o instituci, jejíž účastníci nekalkulují své vztahy způsobem, který by konvenoval teorii sociální směny. Tato otázka vyžaduje širší komentář.

Klientela a teorie směny

Teorie sociální směny, jejíž rozvoj je spojen především se jmény J. Thibauta, H. Kelleyho, G. C. Homansa a P. Blaua, má vysoké ambice. Chce vysvětlit nejrůznější typy sociálních vztahů jako zvláštní případy transakcí, kde zúčastněné strany si na základě vážení slibovaných zisků a nezbytných nákladů vyměňují žádané služby a statky. Na základě tohoto tržního modelu chování jsou vysvětlovány tak rozdílné situace, jako volba profese, výkon vlády, hledání životního partnera, fungování dobrovolných organizací, uzavírání přátelství⁹.

Teorie sociální směny není jednotným proudem. Postupuje v několika liniích, jejichž charakter je dán zdrojem, jímž se inspirovaly. Vedle vlivů klasické ekonomie a behaviorální psychologie (jejichž kombinací vznikla Homanova teorie), působí zvlášť silně vliv kulturní antropologie (Malinowski, Mauss). Je proto ris-

⁹) V neobyčejně širokém záběru teorie směny je přítomno riziko nikoli nepodobné tomu, které ohrožuje teorii sociálních rolí. Jestliže je každé jednání směnou (či rolí), pak se koncept směny (respektive role) stává pouhým synonymem "jednání" a lze jím opsat cokoli, aniž bychom cokoli vysvětlili. Jestliže například zjistím, že lidé se nechovají tak, jako kdyby směňovali, mohu tuto skutečnost lehce "vysvětlit" poukazem na to, že nesměňovat představuje pro partnery zisk, zatímco směna by jim přinesla velké výdaje, takže tím, že nesměňují, chovají se navýsost tržně.

kantní pronášet soudy o teorii směny obecně. V průběhu studia stále méně formálních vztahů je obsah základních analytických kategorií (především kategorie odměny) stále více rozšiřován. Stále větší pozornost je navíc věnována kategorii moci, jejíž působení může kalkulaci partnerů ovlivňovat "neekonomickým" způsobem. Na základě všech těchto posunů můžeme vytvořit hned několik modelů sociální směny a zkoumat, nakolik jsou schopny zachytit povahu klientských vztahů.

Primitivně ekonomický model se zčásti kryje s Homansovým pojetím [Homans 1961]. Předpokládá se zde, že partneři pečlivě kalkulují zisky a ztráty, které jim plynou z kontaktů s druhými osobami, a pokud je bilance neuspokojuje, ze vztahu jednoduše vystoupí a hledají výhodnější kontakty. Základním kritériem, které určuje průběh směny, je snaha každého účastníka dosáhnout optimální bilance mezi svými náklady a zisky. Podaří-li se to, je zajištěna distributivní spravedlnost.

Model směny, který bere ohled na faktor moci, je charakteristický například pro Blauovo pojetí [Blau 1964]. Zde se připouští, že účastníci sociální směny mají různě velkou moc, což jim umožňuje v nestejně míře ovlivňovat průběh směny a získávat jednostranné výhody. Sociální směna může reprodukovat mocenskou nadřazenost a podřazenost. Blau bere ohled na mocenskou nerovnost směřujících partnerů, jeho pojetí moci je však plně podřízeno i principům trhu. Blau vysvětluje mocenskou privilegovanost jako statek, který byl druhé straně kompenzován. (Pokud byl kompenzován nedostatečně, vyvolá to odpor.) Moc nad druhými je odměna, kterou jsou podřízení ochotni poskytnout za to, že nadřazený uspokojuje jejich potřeby.

Mechanismus směny spojuje se vznikem a udržováním nerovnosti také kulturní antropologie Maussova typu, která nebývá běžně zahrnována do teorie směny [Mauss 1969]. Směna zde má podobu výměny darů a protidarů mezi celými skupinami a jejím výsledkem je vznik a potvrzování hierarchie mezi těmito skupinami. Nerovnost vzniká, není-li obdarovaný schopen odvděčit se ještě větším darem. Výměna darů je formou sociální komunikace, která sděluje partnerům, jaké je jejich postavení v systému. Směna zde nemá ekonomický, nýbrž sociálně symbolický význam, slouží k vyjádření typu a velikosti sociální distance. Mauss zdůrazňuje soupeřivost, antagonistický charakter směny: "Klany reprezentované svými náčelníky se spíše střetávají, než spojují. Jde o stálou rivalitu, která může vyústit v boj, usmrcení, ztrátu jména a zbraní. V každém případě se tímto způsobem ustavuje hierarchie rodin a klanů [Mauss 1969: 36].

Je zřejmé, že výchozí model, který jsme pro jednoduchost označili jako Homansův, je pro interpretaci klientských vztahů zcela neadekvátní. Je založen na předpokladu dalekosáhlé autonomie všech zúčastněných a na rovných šancích volit styky na základě pouhé kalkulace zisků i ztrát (jakkoli mohou v kategorii zisků i ztrát figurovat hodnoty typu konformity či sympatií).

Ani Blauova modifikace teorie směny nedovoluje pochopit skutečnou povahu klientely. Mocenská nerovnost v Blauově pojetí znamená pouze rozšíření tržních podmínek na novou oblast - oblast autority. V případě klientely vzniká dojem, jako by klienti směňovali svou podřazenost za statky, které jim poskytuje

jejich patron. To je však chyba tržní optiky. Ve skutečnosti klienti svou nerovností nedisponují, je dopředu dána a oni nemají volbu, zda ji smění za přízeň patrona, či ne. Klienti nemohou se svou rovností (nerovností) tržně kalkulovat. Mohou být pouze vděční, pokud se jim i přes jejich inferioritu dostane pánovy přízně. Na druhé straně autorita patronů nespočívá na vykupování poslušnosti klientů. Patron, který by chtěl tímto kramářským způsobem svou autoritu zajišťovat, by v očích svých klientů spíše klesl. Patron svým klientům neskládá účty a málo se zajímá o to, je-li jeho moc považována za vykořisťování.

V případě Maussova pojetí je situace složitější. Maussův důraz na soupeřivý charakter směny je z hlediska klientely nepoužitelný. Klient nemůže ani pomyslet na to, že by oplatil svému patronovi stejnou, či dokonce větší službou jeho beneficium. Antropologický přístup je však cenný v tom, že jednoznačně odmítá ekonomizující (tržní) výklad směny. Směna má sociálně symbolickou funkci, není nezbytná pro uspokojení základních potřeb přežití a neřídí se bezprostředně vztahem nabídky a poptávky, což mimo jiné znamená, že neexistuje měřítko pro kalkulaci cen.

Teorie směny má tendenci promítat tržní způsob myšlení do všech oblastí lidských vztahů. Jak ukázal Polanyi [1977], v tradičních společnostech nemělo smysl kalkulovat tržním způsobem, neboť zde neexistoval všeobíhající trh tak jako ve společnosti 19. století. Mnoho věcí v tradičních společnostech prostě nešlo prodat, a tedy ani koupit.

Na základě této myšlenky můžeme vyslovit obecnější hypotézu, podle níž se instituce klientely rozvíjí všude tam, kde existují žádané statky, které nejsou na prodej a jejichž cena vůbec není stanovena. Klientela je instituce regulující distribuci těchto statků mezi vyvolené. Statky, které nelze koupit, lze získat jiným způsobem – tím, že člověk patří do skupiny, která má k těmto věcem přístup. Tento mechanismus je přímou negací trhu a je proto málo účelné snažit se vysvětlit povahu klientely na základě teorie směny, která je sociálně psychologickým přepisem fungování trhu, tedy modelu nabídky, poptávky a ceny¹⁰.

Teorie směny ve všech svých variantách předpokládá, že rovnost a nezávislost představují zvlášť vysoce oceňované hodnoty. Tento předpoklad by platil právě jen v podmínkách univerzálního trhu. Jen v případě trhu je nezbytná autonomie umožňující své vztahy vůči druhým kalkulovat pouze s ohledem na pozitivní bilanci zisků a ztrát. Ve společnostech, kde trh není univerzální institucí, nerovnost není tragédií, pokud nezabraňuje vstupovat do klientských vztahů a získávat žádané statky neekonomickou cestou. Čím více statků je rozdělováno netržním způsobem, tím menší význam má hodnota rovnosti¹¹.

¹⁰) S. N. Eisenstadt spolu s L. Ronigerem se pokusili vysvětlit povahu klientských vztahů na základě modelu sociální směny. Učinili tak ve stati, která nám bohužel zůstala nedostupnou.

¹¹) Stoupenci teorie směny mohou pochopitelně namítnout, že klientský vztah je vlastně formou kontraktu, kde klient prodává svému patronu oddanost a získává za to jinak nedostupné statky. Nelze než odkázat na poznámku číslo 9, neboť jaký zisk nám plyne z toho, že budeme vynakládat maximální energii na to, abychom prokázali existenci specifických podob tržního chování lidí v situacích, které jsou definovány neexistencí trhu. Důsledný stoupenec teorie

Klientela se rozvíjí všude tam, kde nefunguje trh, a nemůže tedy překvapit, že mechanismus jejího fungování se neřídí požadavky tržní kalkulace. Nerovnost, která je základem klientely, znemožňuje jakoukoli kalkulaci tržního typu. Cenu zde nelze určovat jako funkci nabídky a poptávky. V rámci klientely se nekalkuluje, v rámci klientely se štědře uděluje a vděčně přijímá vše, co ostatním zůstává nedostupné. Proto i poslední klient mocného patrona stojí nad všemi, kterým nebylo dopřáno do vztahu vstoupit, a proto také míra jeho oddanosti vůbec nemusí korespondovat s objemem statků, které od svého patrona získává.

Klientela zůstává i přes svou nerovnost vztahem reciprokým. Klientům umožňuje participovat na statcích, které nejsou dostupny běžně. Jak starověká, tak středověká klientela poskytuje v první řadě ochranu, výhodné funkce v systému správy, hmotné statky, jejichž hodnota daleko převažuje tržní způsobilost klienta. Klientela je však důležitá i pro patrona. Vytváří síť lidí bezezbytku připravených uplatňovat jeho vliv a provozovat jeho vůli. Opět je však třeba zdůraznit, že ochota klientů sloužit svému patronovi nebývá kalkulována bezprostředně podle míry jejich vlastního prospěchu. Věrnost a oddanost nelze násobit a počítat, klient nemůže být svému patronovi oddán na 50 až 60 %. Není-li oddanost naprostá, klienta diskvalifikuje.

Klientela nevytváří mechanismus, který by umožňoval směňovat služby a statky proporcionálně. Její smysl spočívá v něčem jiném. Umožňuje vydělit ty, kteří budou mít přístup k žádaným hodnotám. Toto privilegium zavazuje natolik, že další kalkulace je zbytečná. Pečlivá kalkulace zisků a nákladů, která je jádrem teorie směny, je neadekvátní ve společnostech organizovaných kolem hodnot nerovnosti. Místo tržních rovnic zde fungují nerovnice privilegií. Pro nikoho zde není důležité, zda se jejich zisk bude rovnat jeho nákladům. Důležité je to, na které straně nerovnice se člověk ocitne.

Proměny klientely v moderní společnosti

Tržní vztahy, které se od počátku 19. století prosazují jako základní osa organizace průmyslových společností, si vynutily uznání formální rovnosti a autonomie každého jednotlivce. Z hlediska trhu spočívá hlavní přednost svobody v možnosti volit mezi různými transakcemi pouze s ohledem na jejich rentabilitu. Tržní rovnost znamená absenci všech vazeb, které by tuto svobodu mohly omezovat. Rovnost se tedy posuzuje jako nezbytný předpoklad tržní kalkulace.

Ani přes svou obrovskou rozpínavost a agresivitu však tržní mechanismus nepronikl do všech oblastí sociálního života. V žádné společnosti se nikdy trh nestal všemocným. Vždy zůstávají výrazné enklávy, ve kterých se logika trhu (poptávka - nabídka - cena) neprosazuje. Patří sem například celá oblast participace na moci, včetně politické kariéry, a celá oblast byrokracie a úřednického postupu, včetně akademické kariéry. V žádné společnosti formální rovnost v pří-

směny by musel například tvrdit, že byrokrat, který je ochoten za podíl na moci znemožňovat fungování trhu, se chová vlastně tržním způsobem, neboť směňuje svoji činnost za žádanou odměnu. Takovéto "tržní chápání" byrokracie by stěžovalo přínosem pro teorii organizace.

stupu na trh negarantuje rovné šance k získání těch hodnot, které nejsou distribuovány tržně.

Kapitalismus vyřešil problém tím způsobem, že vstup do klientel distribuujících tyto statky podmínil do značné míry úspěšností na trhu. Úspěch na trhu, kam je přístup zajištěn všem, umožňuje vstoupit do klientel, kde se již statky a služby rozdělují netržním způsobem. Toto řešení má výhodu ideologickou i praktickou. V rovině ideologie umožňuje zastírat a smazávat rozdíl mezi vztahy tržními a klientskými poukazem na to, že výchozí šance každého jsou stejné a všichni jsou si v zásadě rovni. Výhoda v rovině praktické spočívá v tom, že i těm, kdo zůstávají z privilegovaných klientel vyloučení, stále zůstává k dispozici celá oblast trhu pro realizaci kompenzačního konzumu.

Socialismu se podařilo rozsah tržních vztahů podstatně omezit. Tím se automaticky otevřel prostor pro tvoření klientel prakticky ve všech oblastech života společnosti¹². Jejich prostřednictvím byl distribuován právě tak podíl na moci, jako nedostatkové zboží, celý chod podniků i vědeckých pracovišť. Toto řešení mělo výhodu v tom, že množství klientel všeho druhu rozšiřovalo participaci oproti exkluzivním klientelám kapitalismu. Velká nevýhoda systému však spočívala v tom, že absence trhu vyloučila možnost testu schopností jako podmínku zaujetí privilegované pozice (v kapitalismu realizováno alespoň částečně). Absence trhu navíc nedovolovala realizovat kompenzační konzum těm, kteří byli z nějakého důvodu z klientské distribuce statků vyloučení¹³.

Mechanismus trhu spolu s doprovodnou ideou autonomie a rovnosti kupujících a prodávajících nevytlačily sice instituci klientely zcela ze života společnosti, podstatným způsobem ji však modifikovaly. Logika trhu připouští a přímo favorizuje princip vzájemného prospěchu v mezilidských vztazích, má však averzi vůči ideálům oddanosti a služby jako normy těchto vztahů, což je pochopitelné, neboť tyto hodnoty jsou vlastní netržnímu způsobu distribuce statků. Hodnota oddanosti a služby je nyní projektována do oblasti vně konkrétních vztahů mezi lidmi, do oblasti nadosobních symbolů reprezentujících celek složený z navzájem rovných lidí (národ, vlast, třída, rasa, v mezním případě lidstvo jako celek). Oddanost těmto symbolům rovnosti v rámci velké skupiny je jediná forma poslušnosti, která neimplikuje závislost mezi konkrétními osobami, a proto je s logikou trhu slučitelná.

Princip klientely se tedy v moderní společnosti štěpí. V rovině každodenních vztahů mezi konkrétními osobami získává podobu běžné protekce a drobných služeb, které v sobě nemají nic z étosu dřívější klientské oddanosti. Jejich výměna

¹² Nejednalo by se ovšem o klientely tradiční, nýbrž o klientely deformované a rozštěpené principem trhu (viz níže).

¹³ V rámci tohoto modelu lze vysvětlit neočekávanou změnu režimu v roce 1989. Došlo zde ke spojení početně omezeného okruhu lidí, kteří byli nekompromisně vyřazeni z etablovaných sítí klientely, či do nich odmítli vstoupit, s nespokojeností velké masy lidí, kteří v důsledku absence trhu museli vyvíjet neúměrné úsilí k realizaci standardního konzumu. Z hlediska stability nově vzniklého systému se stává kritickým bodem vývoje skutečnost, že zatímco první skupině se bezesbýtku podařilo přeměnit vlastní klientské síť v osu nového systému netržního rozdělování hodnot, druhé skupině se dostává namísto tržního konzumu pouze obvinění z toho, že participovala na klientských vztazích minulého režimu.

probíhá ve stínu a pololegálně, protože jejich provozování nelze legitimizovat ani trhem, ani rovností. Jsou to praktiky, které jsou každému důvěrně známé, o nichž však nikdo nemluví. Jejich klientský charakter je dán tím, že slouží jako nástroj distribuce služeb a statků, které nejsou vystaveny na veřejném trhu¹⁴. V této rovině se klientela parcelizuje. Málokdo je patronem univerzálním, každý má své klienty v oblasti své specializace a hledá patrony v oblasti, kde kompetentní není. Nejvíce se blíží tradičnímu typu univerzálního patrona vlivný politik, který může svým klientům poskytovat benefícia v rozsahu značně širokém. Hlavní změna oproti tradiční klientele spočívá v tom, že tyto moderní netržní vztahy jsou podřizovány principu kalkulace a vytrácí se z nich afektivní zabarvení, tedy vděk. Jsou brány čistě jako prostředek k doplnění těch statků a služeb, které neposkytuje masový trh. (Proto je v socialismu jejich záběr tak široký a proto se v kapitalismu omezují na zvlášť exkluzivní služby, bez nichž se široká veřejnost dokáže obejít.)

Druhá součást tradičního klientského vztahu - věrnost a oddanost - je promítnuta do vztahu k vyšším hodnotám (často symbolizujícím ideální společenství rovných). V oddanosti vlasti, národu či třídě se může neomezeně realizovat potřeba poslušnosti. Skutečnost, že věrnost a oddanost nejsou orientovány vůči konkrétní osobě, neruší klientský charakter vztahu. Oddanost vlasti či národu nepřipouští malicherně kalkulovat příjmy a výdaje, je brána jako privilegium, které paušálně povznáší klienta a garantuje jeho status, podobně jako v minulosti potvrzovala status služba mocnému patronovi. Každá klientela znamená podřízení, které zároveň umožňuje pociťovat nadřazenost nad těmi, kdo jsou z klientely vyloučeni. Klientela vůči neosobní ideji (například národu) vyžaduje naprosté podřízení, které však umožňuje pociťovat naprostou nadřazenost vůči těm, kdo na vztahu neparticipují.

Rozštěpení instituce klientely v moderní společnosti je tedy dokonalé¹⁵. Mezosobní vztahy zprostředkující mimotržní distribuci služeb a statků jsou zesvětštěny a proměněny v banální protekci, zatímco vztahy oddanosti a věrnosti jsou promítnuty do služby velkým principům. V prvním případě se klientela stává pouhým prostředkem, ve druhém případě je naopak jakákoli nárazka na možnou účelovost vztahu rozhořčeně odmítána. Klientela v podobě protekce nemá v sobě nic

¹⁴) Protekce je jako každá klientela založena na nerovnosti. Ten, kdo protekci poskytuje, je nadřazen nejen svému chráněnci, ale i všem, kteří si přepych poskytnout protekci nemohou dovolit. Na druhé straně podřízenost chráněnce někomu, kdo je mocný, klienta zvyhodňuje (dnes tak jako v minulosti) oproti všem, kterým nebylo podobného privilegia dopřáno.

¹⁵) Toto rozštěpení je analogické dvěma typům trhu. Vedle trhu luxusním zbožím šitým na míru náročného zákazníka funguje masový konzumní trh, který nabízí věci dostupné všem, vždy však v perfektním balení. Podobně existuje na jedné straně luxusní klientela pro náročné, která dokáže uspokojit potřebu po výjimečných službách, jež není možné či vhodné poskytovat sériově. Je to oblast klientských služeb, které si navzájem poskytují patroni různých specializací. Na straně druhé funguje všeobecně dostupná klientela nabízející laciné ideje v hezkém balení. Nacionalismus v chudých zemích plní analogickou funkci jako kompenzační konzum v zemích bohatých.

heroického a probíhá zcela ve stínu klientely v podobě pompézní věrnosti velkým ideálům¹⁶.

Na tomto kontrastu je založeno fungování moderní politiky. Šedivá praxe drobné všední klientely zbavené všeho mravního obsahu přímo vybízí, aby byla kompenzována sváteční, slavnostní klientskou oddaností velkým principům. Profesionální politici parazitují na skutečnosti, že došlo ke zhroucení jednotné vize tradičního světa, ve které mohly být meziosobní vztahy interpretovány jako výraz účasti na nadosobním řádu a ve které byl zároveň kontakt s posvátnými principy výrazně personifikován. Využívají přitom toho, že poté, co byl prostor posvátného zaplněn idejemi národa, vlasti, třídy či lidstva, vznikl čistě technický problém komunikace. Tyto nové principy mohou být vzývány, nelze s nimi však komunikovat tak oboustranně, jako věřící komunikuje se svým bohem. Politici jsou ve své naivitě přesvědčeni, že dokáží tuto komunikaci zprostředkovat. Jejich kontakt s vlastní, svobodou, třídou, pokrokem či pravdou je přímo familiární. Proto jsou schopni kdykoli lidem tlumočit, co tyto ideje vyjadřují, co by chtěly lidem sdělit. Zároveň v prostých lidech živí naději, že také oni mohou svým skromným jednáním participovat na realizaci i těch největších idejí. Jedinou podmínkou je, aby své jednání orientovali směrem, který jim určí politik. Velkou šanci povznést svou všední rutinu kontaktem s posvátnou ideou ztrácejí nenávratně jedině ti, kdo své jednání orientují směrem, který doporučuje politický protivník.

Každý politik kterékoli strany provádí tedy ve skutečnosti přímo gigantickou práci. Všemi silami se snaží opět spojit to, co bylo tak nešťastně rozdvojeno nástupem průmyslové civilizace s jejím trhem a s jejím odkouzlením světa. Politikové strany či stran, které jsou právě u moci, jsou v pozici patronů, jejichž schopnost udělovat benefícia byla v moderní společnosti nejméně parcelizována. Využívají toho při budování své politické klientely, která jejich vliv dále rozšiřuje. V této pozici se cítí být posláni interpretovat své klientské vztahy (sloužící k netržní distribuci moci) pomocí termínů vypůjčených ze slovníku posvátných pojmů. Ať již udržují své klienty v zájmu národa, společnosti anebo lidu, vždy má jejich jednání tutéž logiku: praxe rozvíjení klientských sítí, tedy instituce založená na nerovnosti,

¹⁶) Problematika nacionalismu zasluhuje zvláštní pozornost. Zde se lze pouze okrajově dotknout vztahu k trhu. Zatímco rozvoj ideje klientské věrnosti třídě (rozvoj třídního vědomí) přímo souvisí s převládnutím tržního systému, vazba mezi trhem a nacionalismem je komplikovanější. Skutečnost, že dnes se rozmáhá nacionalismus v zemích se špatně fungujícím trhem, ještě neznamená, že geneze nacionalismu jako historického faktu nemá spojitost s převládnutím tržního systému. Dnes plní nacionalismus funkci svatého patrona v zemích, kde trh nefunguje a zároveň se hroutí staré struktury klientely. Výbuch nacionalismu vůbec není iracionální. Je to nejlogičtější reakce na situaci, která je taková, že zbývá již jen víra. Je to navíc reakce velmi ekonomická, neboť každá víra je zadarmo. Toho využívají politikové, kteří ji štědrě distribuují. Je paradox, že nacionalismus bují právě v zemích s problematickým trhem. Jeho počátky jsou svázány spíše s rozvojem trhu. Tržní systém nacionalismus nestvořil, pouze ho fixoval, neboť byl dobře slučitelný s mentalitou rovnosti v rámci skupiny, která nebrání oddanosti a podřízenosti abstraktním principům, zvláště pokud vyjadřují rovnost v rámci skupiny. Jestliže dnes výbuchy nacionalismu spíše blokují zavádění trhu, je to jen další případ zvrácených důsledků působení "neviditelné ruky", kterou naivní liberalismus považuje už přes 200 let pouze za strůjce blaha.

je interpretována jako služba ideálům, které bývají jen různým vyjádřením ideje rovnosti. Není vůbec náhodou, že instituce moderních politických stran je přímým potomkem mocných klientských frakcí z dob, kdy ještě neexistovala nutnost legitimovat mimotřížní distribuci služeb a statků jinak než pouhou oddaností mocnému patronovi.

Sociologii lze chápat jako hledání ztracené sociální solidarity. Hledaná solidarita je ve skutečnosti zkratkou pro bratrskou syntézu rovnosti a volnosti, která by prospívala celku. Sociologická teorie však stěží může být zároveň oslavou velkých hesel i účinným nástrojem analýzy malých poměrů. Proto je žádoucí, aby svoji pozornost více zaměřila na ty formy sociální solidarity, které - jakkoli je to z hlediska ideologie socialismu i liberalismu nepřijatelné - reprodukují spontánně nerovnost a prosperují právě proto, že neslouží zájmům celku.

Literatura

- Black, A. 1984. *Guilds and Civil Society in European Political Thought*. London:
- Blau, P. 1964. *Exchange and Power in Social Life*.
- Boissevain, J. 1974. *Firends of Friends*. Oxford:
- Dumont, L. 1977. *Homo aequalis*. Paris: Gallimard.
- Dumont, L. 1966. *Homo hierarchicus*. Paris: Gallimard.
- Durand, Y. 1981. *Clienteles et fidelités en Europe a l'Epoque moderne*. Paris: P. U. F.
- Gellner, E., J. Waterburg (ed.) 1977. *Patrons and Clients in Mediterranean Societies*. London:
- Homans, G. C. 1961. *Social Behaviour: Its Elementary Forms*.
- Chadwick-Jones, J. K. 1976. *Social Exchange Theory: its structure and influence in social psychology*. London:
- Kettering, S. 1986. *Patrons, brokers and clients in Seventeenth Century France*. Paris:
- Lavergne, B. 1959. *Individualisme contre autoritarisme*. Paris: P. U. F.
- Mauss, M. 1969. *Cohésion sociale et divisions de la sociologie*. (Oeuvres, tome 3). Paris: Minuit.
- Polanyi, K. 1977. *The Livelihood of Man*. New York, London:
- Saller, R. P. 1982. *Personal Patronage under the Early Empire*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Wilmsen, E. N. 1972. *Social Exchange and Interaction*. Ann Arbor: The University of Michigan Press.

Summary

The essay concerns itself with the seemingly marginal problem of patronage relationships. The author claims that the fiction of equality, which defines the character of contemporary sociological theories, directly hinders thematizing the question of patronage. The large number of terms shows the inability of sociology to capture conceptually relationships in which the inequality of the partners is connected with mutual advantage. Through examples of the conceptions of solidarity and civil society, and continuing with examples of the sociological understanding of groups, formal organizations and the conception of power, the author shows that modern sociology is led by the illusion that without equality there is no benefit. Inequality is understood by sociology as a social problem, but in reality, however, it is the sought-after solution for many actual social problems.

Furthermore, the author demonstrates that the endeavor to conceptually incorporate the phenomenon of patronage into sociological theory with the help of the category of social exchange does not lead to satisfactory results. With the theory of social exchange, it is not possible to explain the workings of an institution whose character is incompatible with the character of exchange and market relationships. Neither Homans', Blau's nor Mauss' conceptions of social exchange make it possible to interpret the real nature of patronage, indeed that is why the institution of patronage is a direct negation of the market, serving the redistribution of goods and services not offered on the public market. Inequality, which is the basis of the patronage relationship, in fact makes impossible any kind of market-type calculations. In no way is there a calculation of costs and benefits, but rather dependence, which privileges some in comparison with all of the unchosen, and regulates the relationships between the patron and his clients and between them and all the non-members of the patronage bond. Patronage makes it possible to unambiguously separate those who will have access to desired [values], as compared with all the rest.

At the same time, the author tries to trace, with a historical view, what kind of transformations the institution of patronage passed through in modern society under the pressure of market relationships. In this connection, he offers a distinction between capitalism as compared with socialism and also an interpretation of some current political events. Modern society has arrived at a gap in the principle of patronage between a level of routine protection and banal reciprocation, regardless of the level of loyalty, and a level of pathetic faith in the abstract symbols of equality and brotherhood in the framework of the group. From this angle he touches on the problematics of nationalism. The author tries to show that much of the working of modern politics is founded on precisely this contrast. Political leaders of all parties, in the attempt to again combine loyalty with utility, legitimize routine protection by celebrating great ideals, as a rule the idea of equality.