

УДК 93/94
DOI 10.52452/19931778_2021_2_23

ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ДИСКУССИИ О НЕФОРМАЛЬНЫХ СВЯЗЯХ В ГОСУДАРСТВАХ ЕВРОПЫ НОВОГО ВРЕМЕНИ (НА ПРИМЕРЕ СОВРЕМЕННОЙ АНГЛО- И ФРАНКОЯЗЫЧНОЙ ИСТОРИОГРАФИИ)

© 2021 г.

О.К. Ермакова

Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б.Н. Ельцина, Екатеринбург

ermakovaok@mail.ru

Поступила в редакцию 15.01.2021

Представлен анализ основных терминов и понятий, используемых в современной англо- и франкоязычной историографии для описания неформальных связей, действовавших наряду с официальными практиками управления в Европе Нового времени. Показаны интерпретации концептов «отношений верности», патрон-клиентских связей, брокеража, клиентелизма, дружбы. Охарактеризовано значение термина *fidélité/fidelity* в понимании Р. Мунье, его учеников и оппонентов. Представлены рассуждения американского историка Л. Пек о понятиях «клиент», «клиентаж», «подарок», «доступ», «распределение», «контракт», а также её теория о «придворном патронате» и «посредниках-брокерах». В развитие темы брокеража дан обзор основных идей Ш. Кеттеринг о системе взаимодействий патронов, брокеров и клиентов во Франции XVII в. Выявлены практики использования франко- и англоязычными историками (А. Жуанна, К.-Б. Нойшел, Ш. Кеттеринг) понятия «кредит» / «кредит доверия». На примере исследований, посвященных французской дворянской элите (П. Гатюль, Ж. Дюма), показано применение концептов «сеть», «круг», «туманность». Продемонстрировано, каким образом в работах К.Ф. Паттерсон, Ш. Кеттеринг и др. изучены политические, электоральные, земельные, городские клиентелы.

Ключевые слова: неформальные связи, патрон-клиентские отношения, сети доверия, клиента, зарубежная историография.

Разнообразные термины и понятия, используемые в зарубежной историографии для описания роли неформальных связей в административных и социальных практиках, представляют интерес для понимания принципов типологизации такого рода отношений, анализа их влияния на функционирование властных институтов и общественных структур и могут использоваться при работе с источниковым материалом по российской политической и социальной истории Нового времени. Полемика, встречающаяся на страницах исследований англо- и франкоязычных авторов середины XX – начала XXI в. по некоторым ключевым вопросам определения сути и характера неформальных связей, побуждает обратиться именно к анализу английских и французских терминов, часто лингвистически схожих. Представляемый краткий обзор ни в коей мере не претендует на всеохватность, но призван обозначить смысловые поля, в рамках которых конструируется понятийный аппарат феномена неформальных связей. Думается, что проведенные изыскания станут закономерным продолжением и развитием существующих историографических и теоретико-методологических исследований, посвященных зарубежной традиции изучения неформальных сетей доверия. Среди таковых следует назвать идеи

П.Ю. Уварова о концепции «отношений верности» в понимании школы Р. Мунье, приведенные в предисловии к русскому изданию книги «Убийство Генриха IV» [1]. Обширный обзор работ историков, политологов и социологов содержится во введении А. Гилева к хрестоматии «Патрон-клиентские отношения в истории и современности», изданной в 2016 г. под руководством Центра сравнительных исторических и политических исследований Пермского университета. Автор характеризует развитие тематики «обмена», «бюрократического патроната» и «электоральных клиентел», начиная с 1960-х гг., обращаясь не только к историческим исследованиям, но и к трудам о функционировании сетей доверия в ряде современных развивающихся стран. Причем патрон-клиентские отношения зачастую предстают в несколько негативно окрашенном контексте, связанном с понятием «коррупция» [2]. Комплексный анализ трудов англоязычных авторов о системе неформальных связей в среде российской правящей элиты XVIII в., проведенный А.С. Лысцовой, показал, что изучение сетей доверия при русском дворе является неотъемлемым условием понимания принципов осуществления властных практик и реконструкции их основных движущих сил [3]. Представляется, что применительно к государ-

ствам Европы Нового времени неформальные связи (и патрон-клиентские отношения как их разновидность) целесообразно воспринимать как систему не менее важную и влиятельную, чем официальные каналы управления. При этом в контексте времени такого рода отношения не несли однозначно отрицательной смысловой нагрузки, а, наоборот, коррелировали с понятиями верности, чести, дружбы (что, впрочем, ни в коей мере не исключало их практической направленности).

В первую группу рассматриваемых терминов целесообразно включить «слова», которыми в литературе обозначаются общие категории отношений, т.е. разновидности неформальных связей в самом широком смысле. К таковым, прежде всего, относятся *fidélité/fidelity* (верность, преданность), *patronat/patronage* (патронат), *clintèle/clientele* (клиентела), *clientélisme/clientelism* (клиентелизм). Первый из названных концептов особенно часто используется во французской историографии, а наибольшее значение ему придавал Ролан Мунье. *Fidélité/fidelity* в переводе означает верность, преданность, лояльность. Связи такого типа трактуются как «отношения верности», однако интерпретации данного термина разнятся. Для англоязычных авторов это понятие играет, скорее, вспомогательную роль, тогда как франкофонные исследователи часто принимают его в качестве ключевого. Используется также производное от *fidélité – fidèle*, относящееся уже к наименованию одного из субъектов отношений – ‘верный’, ‘преданный’. Согласно представлениям Р. Мунье, его учеников и последователей, «отношения верности» характеризуются наличием глубокой эмоциональной привязанности между участниками, а также устойчивостью и большой длительностью (вплоть до нескольких поколений). Причем преданность покровителю в отдельных случаях оказывалась сильнее верности королю и государству (см., например: [4–6]). Несмотря на существование сильной эмоциональной связи и непоколебимой преданности в рамках отношений такого типа (когда разрыв считался предательством и сопровождался крупным скандалом), французские и американские исследователи на материалах Франции XVII в. выявили примеры «двойной верности» (*double fidélité / double fidelities*), когда человек одновременно служил двум покровителям¹.

С ревизионистским подходом к концепции «отношений верности» Р. Мунье выступила Шэрон Кеттеринг. Она пользовалась термином *fidelity*, но считала вертикальные связи, выстроенные на основе сильной и длительной эмоциональной привязанности, лишь разновидностью

патрон-клиентских отношений, представляющих собой более широкую категорию неформальных сетей доверия. Для описания вертикальных связей, которые Р. Мунье называл «отношениями верности», Ш. Кеттеринг синонимично употребляла также термин *loyalty* (лояльность) и словосочетание *bonds of personal loyalty* (узы личной лояльности). Критика подхода Р. Мунье основывается на том, что такой критерий, как «глубокая эмоциональная привязанность», трудно поддается выявлению и оценке, и потому брать его в качестве ключевого не совсем конструктивно. По мнению Ш. Кеттеринг, базовой составляющей изучаемых отношений являются обмен услугами и использование неофициальных каналов для его реализации (хотя, безусловно, такие связи не лишены эмоциональной составляющей – дружбы, привязанности). Именно поэтому патрон-клиентские отношения, сети «патрон-брокер-клиент» и система клиентелизма² являются основополагающими. Вместе с тем Ш. Кеттеринг признает весомый вклад школы Р. Мунье в изучение неформальных связей во Франции Старого порядка и считает данную концепцию одним из крупнейших фактов историографии в рамках исследуемой проблематики [10, p. 840].

Американский историк Линда Пек, рассуждая о патрон-клиентских отношениях в Англии раннего Нового времени, выводит в плоскость проблем, тесно переплетающихся с «патронатом» и «коррупцией», такие категории, как «доступ» (*access*), «распределение» (*allocation*)³, «должность» (*office*), «подарок/дар» (*gift*) [11, p. 4]. Кроме того, она полагает, что важным условием понимания языка патрон-клиентских отношений периода правления первых Стюартов является «вхождение» в ментальный и лингвистический мир их участников. Для этого, в частности, необходимо проследить историю употребления терминов *патрон (patron)* и *клиент (client)*, а также *clientage* – отношения между патроном и клиентом [11, p. 16]. Л. Пек приводит краткую характеристику эволюции значения (а точнее – понимания современниками) данных терминов. Она поясняет, что понятия «патрон» и «клиент» имеют римское происхождение. Таким образом обозначалось, что один человек по отношению к другому являлся своего рода «отцом» (покровителем). Кроме того, *client* и *clientage* означали представителей плебса, находившихся под патронатом патриция. В средневековой латинской традиции патроном назывался также святой покровитель (патрон), лорд и господин. Однако, как утверждает Л. Пек, в английский язык эти слова пришли несколько иным путем. Первоначально они ис-

пользовались в английском только в религиозном, но не светском ключе, относясь в XIII–XIV вв. к церковным патронам, а также к подношению-бенефицию. В XIV–XV вв. слово *клиент* применялось, как правило, для указания на то, что один человек находится под влиянием другого. Но к XVI в. ситуация кардинально изменилась. Термины стали употребляться для описания светских отношений, означая помощь клиенту в обмен на определенные услуги. В XVI–XVII вв. клиент подчас отождествлялся с вассалом или даже рабом [11, p. 16].

Приводя фрагмент источника, где один из участников патрон-клиентских отношений упоминает о контракте (*contract*), Л. Пек поясняет, что речь идет не о какой-либо сделке (купле-продаже и т.п.), а о продолжающемся обмене услугами. В этом же исследовании употребляется термин *court broker*, обозначающий посредников-брокеров в системе придворного патроната (*court patronage*) [11, p. 17]. В данном случае рассуждения автора книги выводят на важное направление в рамках изучения патроната и клиентелы. Речь идет о так называемой системе брокеража, т.е. существовании посредников-брокеров между патронами и клиентами. Так, если патроном выступал король, то его ближайшие фавориты и тайные советники могли действовать в качестве брокеров для других подданных. Или же подобная цепочка выстраивалась от мелкого клерка до высшего чиновника. Крупнейших патронов, как пишет Л. Пек, часто просили об оказании милости людям, о которых они практически ничего знали. Таким образом, для потенциального клиента важно было получить своего рода «доступ» к патрону [11, p. 40].

Одним из основополагающих трудов о системе отношений «патрон–брокер–клиент» можно считать монографию Ш. Кеттеринг, повествующую о подобного рода связях во Франции XVII в. [8] Брокераж, по мнению автора, являлся существенным механизмом патроната. Схема его действия такова. Брокеры представляют людям, обладающим властью, людей, которые этой власти ищут и готовы оказать за неё услугу, а затем договариваются об обмене. По словам Ш. Кеттеринг, брокеры «сводят» людей и возможности, позволяя торговать ресурсами и посредством проведения переговоров облегчают использование власти и распределение ресурсов. Историк также подчеркивает, что если связь «патрон–клиент» носит личностный характер, то цепочка «патрон–брокер–клиент» в большей степени обезличена, поскольку брокер выступает посредником между патронами и клиентами, находящимися на физическом или

персональном отдалении друг от друга [8, p. 4]. За оказанную помощь брокеры получали определенную «плату» как в денежном виде, так и в форме услуг [12, p. 71]. При этом брокеры и сами, как правило, обладали достаточным влиянием, собственными ресурсами и наряду с посреднической ролью могли выступать патронами и клиентами в разных сетях клиентел. По мнению Ш. Кеттеринг, именно наличие собственных независимых ресурсов и возможностей, которые использовались при ведении переговоров и влияли на их результат, отличали брокеров от простых посредников (*go-betweens*, *intermediaries*). Существенное же различие между брокерами и лоббистами (*lobbyists*) состояло в том, что лоббисты пытались влиять на принятие решений как бы «со стороны» и стремились добиться результата, выгодного, в первую очередь, их собственным интересам. Они не являлись в чистом виде посредниками и не вели переговоры об обмене, как это делали брокеры [8, p. 4, 55–56].

В исследованиях, посвященных неформальным связям во Франции Старого порядка, нередко встречается понятие *crédit*, взятое изначально из текстов источников и дословно означающее ‘кредит’/‘кредит доверия’. Ш. Кеттеринг уточняет, что это слово часто фигурирует в административных документах изучаемого периода. Его первоначальным значением были вера или доверие, внушаемые кем-либо, а второстепенным – влияние и власть, которыми пользуется «внушающий доверие». Кредит складывался из личной репутации, чина, титула и фамилии, богатства, государственной должности, круга клиентов и патронов. К слову, чтобы выступать в роли брокера, следовало обладать должным уровнем кредита [8, p. 43–44]. Французский историк А. Жуанна отмечает, что данный термин активно разрабатывался американскими коллегами (К.-Б. Нойшел и Ш. Кеттеринг), и развивает его интерпретацию также на материалах французских клиентел XVI–XVII вв. Вслед за Ш. Кеттеринг А. Жуанна разъясняет, что разные понимания слова *crédit* можно сгруппировать в две категории: «локальный кредит» и «центральный кредит». Первый обозначает возможность получения услуг от друзей (*amis*), клиентов (*clients*) и верных (*fidèles*), а второй – способность добиться милостей от короля (для себя или для тех, чью просьбу нужно удовлетворить). Локальный кредит мог ограничиваться довольно узким ареалом действия (например, в рамках соседства и окрестностей) или же простираться шире – до одной или нескольких провинций. Место действия «центрального кредита» – королевский двор. При

этом не исключаются связи двух названных уровней. Во Франции Старого порядка изменения стали происходить в первой половине правления Людовика XIV, когда клиентелы стали наиболее централизованными, а утратившие автономию гранды превратились в посредников между королем и провинциями, вследствие чего в действие вступила система, которую, как пишет А. Жуанна, «англо-саксонские историки называют “лоббизмом”» [13, p. 37].

Исследователи используют вариативные понятия для описания сущности и характера неформальных связей. Например, наряду с термином «клиентела» франкоязычные авторы применяют такие концепты, как «сети» (*réseaux*), «круг(и)» (*cercles*) или «туманность» (*nébuleuse*). Пьер Гатюль подчеркивает, что термины *милость/одолжение/расположение* (*faveur*), *дружба* (*amitié*) и *креатура* (*créature*) отсылают к обществу, иерархизированному вокруг принца (в данном случае речь идет о Гастоне Орлеанском) и объединенному связями, которые не всегда формализованы. Он также приводит широкое понимание «двора», данное в работе К. Вожла, и рассуждает о том, что оно инкорпорирует не только ближайшее окружение принца, но также и городскую элиту. П. Гатюль утверждает, что в ходе исследований домов французских принцев специалистам удалось реконструировать несколько «кругов», начиная с основания – Дома принца, через «периферию», где связи в большей степени ситуативные, зависящие от обстоятельств или менее формальные. Этот же автор, применяя в книге о Гастоне Орлеанском термин *nébuleuse* (*туманность/скопление*), поясняет, что соответствующее понятие, как и *клиентела*, было предложено для характеристики связей, часто подвижных и колеблющихся, с «изменяющейся геометрией», но имеющих существенное значение для осуществления власти и поддержания репутации принца. «Орлеанская туманность» сплетается вокруг внутреннего Дома, в форме «концентрических ореолов», в зависимости от близости к принцу [7, p. 18]. Другой специалист по истории Франции, Жан Дюма, в исследовании, посвященном принципам Бурбон-де-Пентьевр, использовал термин *nébuleuse aristocratique* в качестве ключевого концепта для описания совокупности социальных связей неформального, клиентельного типа [14].

В пределах разнообразного понятийного и методологического аппарата по изучаемой тематике стоит также остановиться на классификациях клиентел. В случаях с грандами, принцами крови и другими наиболее влиятельными и властными фигурами, обычно имеют место

многочисленные разветвленные и иерархизированные клиентелы, включающие участников различного социального статуса. В то же время в ряде современных исследований внимание концентрируется на более узких сетях, основанных на определенном целеполагании, территориальной принадлежности или относительно близком социальном составе контрагентов. Вот несколько примеров соответствующих терминов во французском варианте: *политический клиентелизм* (*clientélisme politique*), *электоральные* (*clientèle électorale*), *военные* (*clientèle guerrière*), *земельные* (*clientèle foncière*) и *городские клиентелы* и *клиентелизмы* (*clientélisme urbain*). Политические клиентелы основаны на обмене вполне материальными ценностями (работа, субсидии, различная помощь), в отличие от электоральной поддержки, оказываемой дворянину союзниками, – пишет Ж. Брике [15, p. 7]. Военные и земельные основаны во многом на характере общественных отношений, а также составе участников. Под городским клиентелизмом исследователи понимают поиск городами (администраторами городов) покровителей при дворе, выстраивание и поддержание отношений с патроном [16, p. 10]. Американский историк Кэтрин Ф. Паттерсон в книге, посвященной городскому патронату (*urban patronage*) в Англии Раннего Нового времени, подчеркивает, что городские лидеры искали покровительства не только у значимых людей непосредственно при дворе, но и среди своих влиятельных соседей и друзей, одновременно стараясь укрепить и собственный авторитет [17, p. 7].

В развитие темы политического клиентелизма целесообразно привести рассуждения Ш. Кеттеринг, по мнению которой во Франции Раннего Нового времени существовало два основных типа политических клиентел: клиентелы крупных дворян / грандов (*great noble clienteles*) и административные (*administrative*). Первые возглавлялись членами крупных старинных родов феодальной знати и преимущественно состояли из дворянства шпаги. Их участников привлекали ранг патрона и его семейства, а также его возможность вознаграждать за верность и услуги. В XVI в. функции и состав знатных дворянских клиентел были во многом военными. Но в XVII столетии такие сети все больше стали использоваться в политических целях, в них активнее включались королевские и провинциальные чиновники. Административные клиентелы, напротив, служили патронам прежде всего в качестве политических механизмов, помогая осуществлять государственное управление. Такие клиентелы состояли из дворян мантии и шпаги, привлекаемых властью и

влиянием патрона, которому они, в свою очередь, помогали в процессе политического продвижения. Дворяне мантии, входившие в административные клиентелы, как правило, являлись королевскими или провинциальными чиновниками. Провинциальные административные клиентелы, согласно теории Ш. Кеттеринг, подразделялись на две группы: институциональные (членство в которых определялось принадлежностью к конкурентному политическому институту) и географические (состояли из представителей нескольких политических институтов, объединенных географическим положением, и могли различаться по масштабам: региональные, провинциальные, городские) [8, p. 76].

Перечисленные термины и понятия отчасти происходят из лексикона современников изучаемых событий и отношений. Некоторые концепты, например «друг» (*ami*), «дружба» (*amitié*) в текстах источников указывали на обращение клиента к патрону [18, p. 139] или, действительно, обозначали исключительно дружеские связи. Сегодня в работах исследователей «дружба» в среде, скажем, французского дворянства расценивается как особый вид отношений, схожих с патрон-клиентскими (т.к. тоже предполагается обмен помощью и услугами), но отличающихся равноправием сторон. В то же время между дружбой и клиентажем существовала тонкая грань, эти состояния могли перетекать из одного в другое [19, p. 48]. Данный пример демонстрирует, что феномен неформальных связей – весьма хрупкая материя. Выявить его проявления, вероятно, не так уж и сложно, имея в распоряжении разнообразные источники (прежде всего личного происхождения). Но классифицировать, определить степень преданности и привязанности – задача куда более трудная. Ведь сами отношения подвижны и изменчивы. Применение разработанной в англо- и франкоязычной историографии терминологии, несомненно, может способствовать успешной реконструкции малых и крупных клиентел в европейских обществах Нового времени.

Статья подготовлена при финансовой поддержке Российского научного фонда в рамках проекта № 18-78-10093 «Неформальные связи в контексте государственного управления в России XVIII в.: административные стратегии и социальные практики».

Примечания

1. Вопиющими такие казусы считались именно для «отношений верности» в понимании школы Р. Мунье, тогда как в рамках более практических «клиентарных» связей наличие нескольких патронов признавалось нормальным явлением. Примеры *double fidélité* см. в [7, p. 152; 8, p. 21].

2. Под «клиентелизмом» в работах Ш. Кеттеринг подразумевается вся система отношений между патронами, брокерами и клиентами от низшего уровня до высших властных элит (тогда как термином «клиентаж» описываются отношения двух людей) [8; 9, p. 105].

3. Имеются в виду доступ к ресурсам, благам и т.п. и их распределение.

Список литературы

1. Уваров П.Ю. Ролан Мунье – историк с репутацией консерватора (предисловие к русскому изданию) // Мунье Р. Убийство Генриха IV (14 мая 1610 г.) / Пер. с фр. М.Ю. Некрасова; под ред. В.В. Шишкина. СПб.: Евразия, 2008. С. 5–20.
2. Гилев А. Чёрные кошки в тёмных комнатах: исследования политического патронажа в общественных и гуманитарных науках // Патрон-клиентские отношения в истории и современности: хрестоматия. М.: РОССПЭН, 2016. С. 6–40.
3. Лыцова А.С. Правящая элита и система патронажа в России XVIII в. англоязычной историографии // Электронный научно-образовательный журнал «История». 2019. Т. 10. Вып. 4 (78) [Электронный ресурс]. Доступ для зарегистрированных пользователей. URL: <https://history.jes.su/s207987840005886-3-1/> (дата обращения: 30.03.2021).
4. Mousnier R. Les concepts d'«ordres», d'«états», de «fidélité» et de «monarchie absolue» en France de la fin du XV^e siècle à la fin du XVIII^e // *Revue historique*. 1972. № 502. P. 289–312.
5. Mousnier R. Les fidélités et les clientèles en France aux XVI^e, XVII^e et XVIII^e siècles // *Histoire sociale*. 1982. Vol. 15 (№ 29). P. 35–46.
6. Hommage à Roland Mousnier: clientèles et fidélités en Europe à l'Époque moderne / Sous la direction de Yves Durand. Paris: Presses universitaires de France, 1981. XXIII. 388 p.
7. Gatulle P. Gaston d'Orléans: entre mécénat et impatience du pouvoir. Seyssel: Champ Vallon, 2012. 433 p.
8. Kettering S. Patrons, Brokers and Clients in Seventeenth-Century France. New York, Oxford: Oxford University Press, 1986. X. 322 p.
9. Duma J. Saisir clientèles et fidélités à l'époque moderne // *Clientèle guerrière, clientèle foncière et clientèle électorale: histoire et anthropologie* / Sous la direction de Valérie Lécivain. Dijon: Editions universitaires de Dijon, 2007. P. 99–113.
10. Kettering S. Patronage in early modern France // Kettering S. Patronage in Sixteenth- and Seventeenth-Century France. Aldershot: Ashgate, 2002. P. 839–862.
11. Peck L. Court Patronage and Corruption in Early Stuart England. Boston: Unwin Hyman, 1990. 319 p.
12. Kettering S. Brokerage at the court of Louis XIV // Kettering S. Patronage in Sixteenth- and Seventeenth-Century France. Aldershot: Ashgate, 2002. P. 69–87.
13. Jouanna A. Des réseaux d'amitié aux clientèles centralisés: les provinces et la cour (France, XVI^e – XVII^e siècle) // *Patronages et clientélismes, 1550–1750: France, Angleterre, Espagne, Italie: [actes du colloque, Institut français du Royaume-Uni, Londres, 3–5 mai 1990]* / Charles Giry-Deloison, Roger Mettam, éd. Villeneuve-d'Ascq: Centre d'histoire de la région du Nord et de l'Europe du Nord-Ouest de l'Université de

Charles-de-Gaulle-Lille III; Londres: Institut français du Royaume-Uni, 1995. P. 21–38.

14. Duma J. Les Bourbon-Penthièvre (1678–1793): Une nébuleuse aristocratique au XVIII^e siècle. Paris: Publications de la Sorbonne, 1995. 744 p.

15. Briquet J.-L. La tradition en mouvement: clientélisme et politique en Corse. Paris: Belin, 1997. 303 p.

16. Fidélités, solidarités et clientèles: [colloque de Nantes, novembre 1983]. Nantes: Université de Nantes, 1985. 332 p.

17. Patterson C. Urban Patronage in Early Modern England: Corporate Boroughs, the Land Elite, and the Crown, 1580–1640. Stanford: Stanford University Press, 1999. 338 p.

18. Kettering S. Friendship and Clientage in Early Modern France // Kettering S. Patronage in Sixteenth- and Seventeenth-Century France. Aldershot: Ashgate, 2002. P. 139–158.

19. Figeac M. Les noblesses en France du XVI^e au milieu du XIX^e siècle. Paris: Armand Colin, 2013. 415 p.

**TERMINOLOGICAL ASPECTS OF THE DISCUSSION ABOUT INFORMAL TIES
IN EUROPEAN STATES OF THE MODERN TIME (ON THE EXAMPLE
OF CONTEMPORARY ENGLISH- AND FRENCH-LANGUAGE HISTORIOGRAPHY)**

O.K. Ermakova

The paper analyses the main terms and concepts using in contemporary English- and French-language historiography for describing informal ties acted along with official administrative practices in Europe during the Modern Time. The author shows different interpretations of concepts «fidelity relationships», patron-client networks, brokerage, clientelism, friendship. The meaning of the term «fidélité» / «fidelity» is characterized according to the views of R. Mousnier, his followers and opponents. The article considers the ideas of American historian Linda Levy Peck concerning such notions as «client», «clientage», «gift», «access», «allocation», «contract» as well as her theory of «court patronage» and «court brokers». To develop the problem of «brokerage» the paper gives an overview of Sharon Kettering's main ideas about the system of interactions between patrons, brokers and clients in France in the 17th century. Attention is also focused on the practices of using the term «credit» / «credit of trust» by French- and English-language historians (A. Jouanna, K.B. Neuschel, Sh. Kettering). The examples of studies, devoted to French noble elite (authors – P. Gatulle, J. Duma), demonstrate the use of concepts «réseaux», «cercle», «nébuleuse». Finally, the author shows how the «political», «electoral», «land» and «urban» clientele were investigated by C. Patterson, Sh. Kettering and others.

Keywords: informal ties, patron-client relations, networks of trust, clientele, foreign historiography.

References

1. Uvarov P.Y. Roland Mounier – historian with a reputation as a conservative (Preface to the Russian edition-NIJ) // Mounier R. The Assassination of Henry IV (14 may 1610) / Trans. with fr. M.Y. Nekrasov; ed. by V.V. Shishkin. SPb.: Eurasia, 2008. S. 5–20.

2. Gilev A. Black cat in a dark room: the study of the politics of patronage in social Sciences and Humanities // Patron-client relations in history and the present: a reader. M.: ROSSPEN, 2016. P. 6–40.

3. Lyssova A. S. The ruling elite and the system of patronage in Russia of the XVIII century // Electronic scientific and educational journal «History». 2019. V. 10. Issue 4 (78) [Electronic resource]. Access for registered users. URL: <https://history.jes.su/s207987840005886-3-1/> (Date of access: 30.03.2021).

4. Mousnier R. Les concepts d'«ordres», d'«états», de «fidélité» et de «monarchie absolue» en France de la fin du XV^e siècle à la fin du XVIII^e // Revue historique. 1972. № 502. P. 289–312.

5. Mousnier R. Les fidélités et les clientèles en France aux XVI^e, XVII^e et XVIII^e siècles // Histoire sociale. 1982. Vol. 15 (№ 29). P. 35–46.

6. Hommage à Roland Mousnier: clientèles et fidélités en Europe à l'Époque moderne / Sous la direction de Yves Durand. Paris: Presses universitaires de France, 1981. XXIII. 388 p.

7. Gatulle P. Gaston d'Orléans: entre mécénat et impatience du pouvoir. Seyssel: Champ Vallon, 2012. 433 p.

8. Kettering S. Patrons, Brokers and Clients in Seventeenth-Century France. New York, Oxford: Oxford University Press, 1986. X. 322 p.

9. Duma J. Saisir clientèles et fidélités à l'époque moderne // Clientèle guerrière, clientèle foncière et clientèle électorale: histoire et anthropologie / Sous la direction de Valérie Lécivain. Dijon: Editions universitaires de Dijon, 2007. P. 99–113.

10. Kettering S. Patronage in early modern France // Kettering S. Patronage in Sixteenth- and Seventeenth-Century France. Aldershot: Ashgate, 2002. P. 839–862.

11. Peck L. Court Patronage and Corruption in Early Stuart England. Boston: Unwin Hyman, 1990. 319 p.

12. Kettering S. Brokerage at the court of Louis XIV // Kettering S. Patronage in Sixteenth- and Seventeenth-Century France. Aldershot: Ashgate, 2002. P. 69–87.

13. Jouanna A. Des réseaux d'amitié aux clientèles centralisés: les provinces et la cour (France, XVI^e – XVII^e siècle) // Patronages et clientélismes, 1550–1750: France, Angleterre, Espagne, Italie: [actes du colloque, Institut français du Royaume-Uni, Londres, 3–5 mai 1990] / Charles Giry-Deloison, Roger Mettam, éd. Villeneuve-d'Ascq: Centre d'histoire de la région du Nord et de l'Europe du Nord-Ouest de l'Université de Charles-de-Gaulle-Lille III; Londres: Institut français du Royaume-Uni, 1995. P. 21–38.

14. Duma J. Les Bourbon-Penthièvre (1678–1793): Une nébuleuse aristocratique au XVIII^e siècle. Paris: Publications de la Sorbonne, 1995. 744 p.

15. Briquet J.-L. La tradition en mouvement: clientélisme et politique en Corse. Paris: Belin, 1997. 303 p.

16. Fidélités, solidarités et clientèles: [colloque de Nantes, novembre 1983]. Nantes: Université de Nantes, 1985. 332 p.

17. Patterson C. Urban Patronage in Early Modern England: Corporate Boroughs, the Land Elite, and the Crown, 1580–1640. Stanford: Stanford University Press, 1999. 338 p.

18. Kettering S. Friendship and Clientage in Early Modern France // Kettering S. Patronage in Sixteenth- and Seventeenth-Century France. Aldershot: Ashgate, 2002. P. 139–158.

19. Figeac M. Les noblesses en France du XVI^e au milieu du XIX^e siècle. Paris: Armand Colin, 2013. 415 p.