

ТЕОРИЯ РОСКОШИ ВЕРНЕРА ЗОМБАРТА

Е. Г. Ефимов

Волгоградский государственный технический университет

г. Волгоград, Россия

В апреле 2009 г. спикер Совета Федераций Сергей Миронов выступил с инициативой введения в России налога на роскошь. Законопроект был отклонен, однако это событие в очередной раз заставило говорить о феномене роскоши в жизни современного общества и последствиях этого явления. Как следует из анализа публикаций периодической печати, ключевым вопросом, вокруг которого строится дискуссия, является всего один: «Что такое роскошь?». Мнения философов, рассуждавших о сущности роскоши и этических последствиях ее наличия в обществе, в данном случае не помогли решению этого вопроса, поскольку ответ должен был содержать конкретные количественные и качественные критерии оценки, которые могли бы быть положены в основу правового акта. Между тем, в рамках социологии в начале XX века уже была предпринята попытка ответа на вопрос о сущности и критериях анализа роскоши, в которой виделась сущность будущего капиталистического общества.

Работа, о которой пойдет речь, «Роскошь и капитализм», впервые появилась в 1912 году и стала результатом разработки проблемы генезиса капитализма немецким социологом Вернером Зомбартом. В. Зомбарт, несомненно, был лидером немецкой классической социологической школы. Достаточно сказать, что именно он ввел в обиход понятие «капитализм». Причины, по которым он фактически неизвестен в социологии сегодня уже рассмотрены в соответствующей литературе, равно как и основные положения его теории, однако, на наш взгляд, проблема роскоши, равно как и ряд других аспектов зомбартовского подхода к генезису капитализма остались нераскрытыми до сих пор.

«Роскошь есть такая трата, которая выходит за пределы необходимого» – такое определение дает В. Зомбарт исследуемому феномену. Роскошь бывает субъективной, т.е. когда определяется через ценностное суждение, и объективной, когда она определяется в зависимости от физиологических

потребностей человека и его культурных потребностей. Физиологические потребности зависят от климата и определяются им. Культурные потребности определяются в зависимости от исторической эпохи. Роскошь также может быть организована количественно и качественно. В количественном отношении это означает использование большего количества предметов, чем это необходимо, для совершения какого-либо действия, как, к примеру, прикуривание одновременно от трех спичек. Качественная роскошь подразумевает использование только лучших товаров. Сами по себе физиологические показатели, равно как и культурные особенности индивидов, с трудом поддаются эмпирическому исследованию и поэтому В. Зомбарт, переносит акцент на предмет роскоши, который является материализацией идеи роскоши конкретной исторической эпохи.

Социальное действие, связанное с роскошью, может иметь два мотива: альтруистический и эгоистический. В первом случае предмет роскоши используется человеком для себя, как, к примеру, красивая и дорогая рубашка, во втором случае роскошь в той или иной форме доступна другим людям. Здесь примером может служить сооружение золотого алтаря в храме. Не стоит, однако путать это разделение понятия роскоши с этическим аспектом исследования этой проблемы. В тех работах, которые были известны ко времени издания «Роскоши и капитализма», прежде всего в труде Бодрийяра, роскошь трактовалась в первую очередь с нравственных позиций, а именно с точки зрения пользы для общества. С одной стороны, люди, подобные Б. Мандевиллю и Ш. Монтескье, защищали роскошь, которая «питает крохами со своего стола бесчисленное множество людей, обслуживающих потребление богатого класса». С другой стороны, роскошь осуждалась как порок, который «не питает, а только раздувает сердце человека самовлюбленностью, и который дает другим картину счастья, которую они никогда не достигнут». Так или иначе, отказ В. Зомбарта обсуждать этические аспекты роскоши, а начать сразу с признания важности этого феномена в жизни общества, может быть признан правильным, учитывая реальное положение дел. Мир роскоши верхушки общества, как показал за 20 лет до выхода книги В. Зомбарта О. Уайльд развивался вместе с обществом, вопреки и не взирая на споры моралистов.

Для того, чтобы определиться с понятием предмета роскоши В. Зомбарт обращается к исторической ретроспективе, однако его методологический подход содержит элементы, действительно уникальные в своем роде. Й. Шумпетер в рецензии на зомбартовский «Современный капитализм» писал, что схемы немецкого автора (при великолепном качестве его текстов) примитивны с точки зрения экономиста. Однако анализ роскоши проведен с применением принципов социологической методологии, а ее уникальность для своего времени определяется наличием элементов гендерного подхода, что нашло отражение в первоначальном названии работы: «Любовь, роскошь и капитализм».

Безусловно, роскошь, как было показано, к примеру, в труде Бодрийяра, существовала во все времена развития человеческого общества. Хронологический рубеж, после которого роскошь приобретает эгоистический

характер определяется В. Зомбартом XV–XVI веками. Причиной выделения именно этого периода становится процесс иллегитимации любви, и разделения понятий любви и брака. Здесь следует упомянуть о том, что стиль немецкого социолога был весьма специфичным, что нашло отражение в его терминологии и обозначении женщины нового времени, свободной в отношениях, и обладающих вследствие этого особым статусом, термином «самка» (Weibehen).

Женщина, не имея легального статуса, появляется во дворе легитимно и требует роскоши, именно эгоистической, потому что она направляет ее на себя, требуя повышенных условий комфорта. По сути, публичные мероприятия, внутреннее убранство дворцов, штат слуг, охота и другие мероприятия, связанные с разведением и одомашниванием животных, одежда – все это статьи роскоши, которые измеряются и количественно, и в процентном отношении от общего бюджета страны.

Безусловно, что для этого нужны деньги, причем не в виде земли, владение которой было признаком высокого социального статуса, а в виде чистой монеты или драгоценных металлов. Когда двор стал центром потребления и гнездом роскоши, этот образ жизни перенимает буржуазия, которая, в отличие от феодальной аристократии, обладает доходом именно в виде чистой прибыли.

Аристократия, в свою очередь, перенимает стиль жизни буржуазии, снижается ценность земельного труда и повышается ценность торговли. Одним из главных веяний нового «духа времени» становится презрение к деньгам. Деньги уже не являются средством накопления, чье количество символизирует статус владельца. Статусным символом становится возможность их тратить: долги, игры, покупка нижнего белья и одежды (что само по себе означает недолговечность характера приобретений).

Жизнь из сельской местности перетекает в города, которые являются, в первую очередь, центром концентрации потребления. Гостиницы, театры, магазины, рестораны и музыкальные павильоны являются центрами роскоши, откуда она проецируется в частную жизнь индивидов.

Вывод о том, что изменение статуса женщины повлияло на структуру общества и в конечном итоге привело к развитию капиталистических отношений, получил дальнейшее распространение в рамках теории моды и подчеркивался авторами гендерных теорий. Для нас более важно рассмотреть место теории роскоши в общей концепции капитализма В. Зомбарта.

Западноевропейская социология испытала на себе сильное влияние промышленного общества, а проблема осмысления перехода от традиционного к капиталистическому обществу стала центральной темой многих фундаментальных исследований: феодализм и капитализм у Маркса, Gemeinschaft и Gesellschaft у Тённиса, военное и промышленное общество у Спенсера, механическое и органическое разделение труда у Дюркгейма и т. д.

Для В. Зомбарта методологически было важно разделить два источника капитализма, которые могут условно быть названы внешним и внутренним. М. Вебер, как известно, исходил из поиска условий капитализма внутри западноевропейского региона, что получило оформление в виде известной

теории о протестантизме как движущей силе общественной трансформации. В. Зомбарт настаивая на роли евреев в становлении капитализма, указывал на внешний фактор. Однако он также понимал недостаточность этого тезиса, поскольку капитализм, в отличие от представителей еврейского этноса, был более четко локализован, и должен был иметь свои уникальные западноевропейские корни. Изменение в положении женщины в западноевропейской культуре и последовавший за этим перевес эгоистической роскоши над альтруистической и становятся внутренним фактором, который дополнил внешний, и, в итоге, привел к развитию капитализма.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Зомбарт В. Евреи и экономика / Собр. соч. В 3 т. Т. 2. СПб.: Издательство «Владимир Даль», 2008. С. 105–601.
2. Штейн В. М. Нищета и роскошь / В.М. Штейн // «Экономист». Избранное 1921–1922. М.: Издательский дом «Территория будущего», 2008.
3. Baudrillard, H. Histoire de Luxe. Privé et public depuis l'antiquité jusqu'à nos jours. Paris: Librairie Hachette, 1880.
4. Chalcraft D.J. Reading Weber's Patterns of Response to Critics of the Protestant Ethic: Some 'Affinities' in and between Replies to Felix Rachfahl and Werner Sombart // Journal of Classical Sociology. 2005. № 5 (31). P. 31–51.
5. Grundmann R. Stehr N. Why is Werner Sombart Not Part of the Core of Classical Sociology? // Journal of the Classical Sociology. Vol. 1(2). P. 257–287.
6. Laveyle E. de. Luxury. L.: Swan Sonnenschein & Co. 1891.
7. Loader C. Puritans and Jews: Weber, Sombart and the Transvaluators of Modern Society // The Canadian Journal of Sociology. 2001. Vol. 26. No.4. P. 635–653.
8. Zombart W. Luxus und Kapitalismus / Werner Sombart. – München und Leipzig: Verlag von Duncker & Humblot, 1922.