

# 「資本論を読む会」便り

No. 23号  
2017.6.10

今回も新しい参加者がありました。今年に入って毎回のようメンバーが増え、主催者としては嬉しい限りです。

さて、本紙前号で「最大の難所を過ぎたので今後は軽快に進むでしょうか。」と書いたのですが、なかなかそうは行かないようです。新しい節に入ったのですが、わずか4段落しか進みませんでした。同じ意味だと思われる語句の微妙な違いとか、誤解しそうな表現とか、まだまだ道は険しそうです。

今回はいつもと違って、「便り」編集人が報告を行ないました。

## ◆第24回の内容

※ 編集人の復習ノート。すべての議論を紹介しているわけではなく、編集人はこう理解した、ということです。誤解もあるかも知れません。

小見出し直後の丸ゴシック体は、本文やレジュメを要約したものです。本文は「資本論」を参照して下さい。参照の便宜上、段落番号、ページ番号、初めの数語を付けています(本文の字下げごとにカウント。大月書店 全集版資本論)。

### 第1巻 第1章 第4節 商品の物神的性格とその秘密

標題の「物神的」について。全集版資本論(岡崎訳)では「呪物的」です。「物神的」のほが一般的なようなので、以下、これを使います。両者ほぼ同義ですが、物神とは「呪力をもつとして崇拜される物や動物。また、偶像」、呪物とは「(fetish) 呪術的な効果をもつとされる物。呪具・呪符・護符などの類」(広辞苑)のことで、少しニュアンスが違うようです。

あとで出てくる、「物神崇拜」と「呪物崇拜」は同義語とされています(広辞苑)。

【第1段落】(96) 「商品は、一見、自明な平凡なものに見える。…」

商品は自明・平凡に見えて、理解するのが困難で込み入った性格をもつ。

商品は、一見、自明な、平凡なものに見える。しかし、第1節～第3節の分析で見たように、商品の性格はややこしく、やっかいなものである。

労働生産物の使用価値は、

感覚的にとらえることができ、神秘的なところはない。

他方、労働生産物が商品として出現すると、

感覚的にして……使用価値として、物的形態あるいは素材として見たまま。

超感覚的な……感覚的には(人間の5感では)捉えられない。

ものとして現れる。

この段落の要点は上記の通りです。商品は、分析をはじめるとすぐにヘンテコなものだとわかります。これを「超感覚的」と言っているわけですが、次の段落では「神秘的」と言っ

ているという指摘がありました。

この段落が分かりにくいのは、「超感覚的」の説明で使われている例えです。

例えば商品の込み入った性格を「形而上学的小理屈……で、いっぱい」と表現しています。ここでは、難しい論理・抽象的な議論でいっぱい、くらいの意味でしょう。

なお、形而上学とは「超感覚的な世界を真実在と考え、これを純粋な思考によって認識しようとする学問」(岩波 哲学小辞典)のことだそうです(論者によって違うらしい。この説明はアリストテレスの形而上学)。小難しい議論がいっぱいなのでしょう。

机が「他のすべての商品に対して頭で立つ」という例えはどういうことか、と質問がありました。これに対し、商品の性格は、頭で考えねばならない、思弁的・抽象的・観念的に考えねばならない、ということを表していると言っていました。「超感覚的」の比喩的表現で、机が「足で立つ」が「感覚的」の比喩になっていることと、対応しているのではないかという指摘もありました。

あと、この机が「勝手に踊りだす」例えに関しての注・訳注も検討しましたが、省略します。

**【第2段落】** (96) 「だから、商品の神秘的性格は、その使用価値から…」

商品の神秘的性格は、使用価値にも、価値規定の内容にも由来しない。

商品の神秘的性格は、

A 使用価値に由来しない。

B 価値規定の内容にも由来しない。価値規定の内容は、あらゆる社会に存する。

- 1) すべての労働は、人間の身体的活動である。
- 2) どんな生産物も一定の労働の量を必要とする。
- 3) 互いのための労働は、社会的な形態を持つ。

この段落のポイントは、価値規定の内容は商品を神秘的なものにしない、ということです。問題は、「価値規定の内容」です。この言い方ですと、価値規定そのもの、第1節第12段落～第16段落あたりの内容、のようにも思えます。ですが、どうも違うようです。言うのは、この段落の「第1に…。第2に…。最後に…。」という説明は、価値規定ではないからです。また次の第3段落で価値規定が説明されています。

したがって、この「第1に…。第2に…。最後に…。」として説明されている事柄が「価値規定の内容」になります(上記要約のB)。

他方、「価値規定」とはどのようなものだったのでしょうか。次のようにまとめられるのではないかと思います(第1節の第11～16段落)。

商品の交換関係、交換価値のうちに自らを表している共通物が商品の価値

価値 生産に必要な社会的労働によって規定される。

抽象的人間労働、同じ人間労働の凝固

価値の大きさ 社会的平均労働時間、社会的必要労働時間

【第3段落】(97) 「それでは、労働生産物が商品形態をとるとき、…」

商品の謎のような性格はこの形態(商品形態)自身から生まれる。

労働生産物が商品形態をとると謎のような性格が生じるのは、その形態そのものから。

〈商品〉

- |                    |                        |
|--------------------|------------------------|
| 1) 人間労働の同等性        | → 同等な価値対象性という物的形態を受取る  |
| 2) 同等な人間労働力支出の継続時間 | → 価値量という形態を受取る         |
| 3) 生産者たちの社会的諸関係    | → 労働生産物の社会的関係という形態を受取る |

「商品が謎のような性格なのは商品だから。」と言っているようで、頭の中が???だらけになりそうな、謎のような説明です！

それはともかく、「労働生産物が商品形態をとる」ということは、ここで説明している3つの形態を受取ることです。労働生産物が、他人のための使用価値として・交換を目的として・社会的分業によって生産されているので、これらの形態を受取ります。

この段落は第2段落の繰返しではないかという意見がありましたが、位置づけとしては第2段落を受けて次の第4段落への橋渡しになっている、という意見が出されました。

例会で議論はなかったと思いますが、この段落の最後の「生産者たちの労働の前述の社会的規定がその中で実証される」ところの彼らの諸関係は、いろいろな労働生産物の社会的関係という形態を受け取るのである。」という文は分かりにくいところです。次のようになりませんか。

【主語】 彼ら(=生産者たち)の諸関係は、

【修飾句】 生産者たちの労働の前述の社会的規定がその(関係)中で実証される

【述語】 いろいろな労働生産物の社会的関係という形態を受け取るのである。

そして、この文の中の「前述の社会的規定」は、第2段落の「最後に」以下の部分

「人間がなにかの仕方**で**相互のために労働するようになれば、彼らの労働もまた社会的形態をもつことになる」

を指しています。

【第4段落】(97) 「だから、商品形態の秘密はただ単に…」

商品形態の謎のような性格の秘密

(1) 商品形態の秘密(神秘性)は次のうちにある。

商品形態は人間に対して、人間自身の労働の社会的性格を

- |                            |      |
|----------------------------|------|
| 1) 労働生産物そのものの対象的性格として反映させる | (価値) |
| 2) 労働生産物の社会的な自然属性として反映させる  | (価値) |

総労働に対する生産者たちの社会的関係をも

- |                                    |      |
|------------------------------------|------|
| 3) 労働生産物の社会的関係(生産者たちの外に存在)として反映させる | (交換) |
|------------------------------------|------|

(2) このような置き換え(入れ替わり)によって、

労働生産物は { 商品になり、感覚的であると同時に超感覚的である物になり、  
社会的な物になる

(3) 人間にとって諸物の関係という幻影的な形態をとるもの……人間自身の特定の社会的関係

(4) 宗教における類似

人間の頭の産物(=神)が、それ自身の生命を与えられて、それら自身の間でも人間との間でも関係を結ぶ、独立した姿に見える。

(5) 物神崇拜

商品世界では、人間の手の生産物がそう(=それ自身の生命を与えられて、それら自身の間でも人間との間でも関係を結ぶ独立した姿に=あたかも神のように)見える。

これを物神崇拜と呼ぶ。物神崇拜は商品生産と不可分。

(1)の3「総労働にたいする生産者たちの社会的関係をも諸対象の彼らの外に存在する社会的関係として反映させる。」の意味について議論しました。

「総労働(つまり社会全体の労働)たいする生産者たちの社会的関係」:

生産は分業で行われ、労働Aは生産物Aを作り、それを使って労働Bは生産物Bを作り、…といった相互の関係。

この関係が、次の関係に反映される、ということです。

「諸対象(生産物、商品)の彼ら(生産者)の外に存在する関係」:

商品は価値関係を結び、交換される関係。この関係は、生産者の外部に存在します。

さて、この段落は第3段落を受けて結論として述べられています(上記要約の(1)(2))。商品の神秘的性格はこの「置き換え」によって出てくるという訳です。

この「置き換え」ということを説明するために、視覚の例が出てきます(要約(3)の前)。例会では分かったような報告をしましたが、自宅に戻って読み返せば読み返すほど何がどう対応しているのか分からなくなっていました。後日、報告ができるとうれいなのですが。

重要なのは次の(3)です。

「物と物との関係」というのは、価値関係とかの、商品と商品の関係です。

これが「幻影的」だというのは、商品(労働生産物)の「物理的性質やそこから生ずる物的な関係」ではないからです。

では、何なのかというと、「人間そのものの一定の社会的関係」だというわけです。

ここで、類例として宗教世界が持ち出されますが、要約(4)と(5)が対比になっています。

神: 人間の頭脳の産物 自律して 神と神, 神と人間の間に関係を結ぶ

↓ ↓  
商品:人間の手の生産物 自律して 商品と商品, 商品と人間の間に関係を結ぶ

そして、「これを私は物神崇拜と呼ぶ」のですが、「これ」とは(5)のことで、商品生産と不可分なものであると指摘されています。

商品の謎的性格は、商品の物神的性格がもたらしたもので、と言えるのではないのでしょうか。