

初学者大歓迎!

「商品」の最後の節を 学んでいます。 一緒に学びましょう!

商品の物神性の根源
を探ることは、実は商
品生産社会とは何かを
知ることなのじゃ



8月5日(土)午後6時から9時まで

西池袋第二区集会室 (豊島区西池袋3-8-20) JR池袋駅西口から徒歩12分

【範囲】第1篇「商品と貨幣」第1章「商品」

第4節「商品の物神的性格(呪物的性格)とその秘密」の後半部分

●前回第1章の最終節(第4節)「商品の物神的性格とその秘密」に入り前半部分を学びました。

商品は使用価値としては少しも不思議なところはありません。商品は有用性にふさわしい諸属性を持っているだけだからです。ところが「机が商品として現われるやいなや、それ感覚的であると同時に超感覚的であるもの」となり、「奇妙な妄想を繰り広げる」とマルクスは言います。「超感覚的であるもの」とは「価値(交換価値)」のことですが、それは確かに物的な属性とは何の関係もありません。労働生産物が商品になると、それはあたかも生命を持ったものとして人々の前に立ち現われるというのです。マルクスはこれを商品の物神的性格と呼びました。それゆえ人々は呪物を崇拝するように商品を崇めただけでなく、商品世界に振り回されるようになる、と。

●とはいっても「価値規定の内容」に原因があるわけではありません。生産のために人間労働の支出が必要であり、諸個人の労働が社会の総労働の一部を成さなければならないことは自明であって、そこには不思議なことはありません。そこでマルクスは、商品世界の物神性は「商品を生産する労働の特有な社会的性格から生ずる」と言います。商品を生産する労働の社会的性格とはどんなものでしょうか?「使用対象物が商品になるのは、それぞれが互いに独立に営まれる私的諸労働の生産物だから」なのであり、まさにその点にこそ物神性の根源があるのです。どの社会でも諸個人は労働を通じて社会的に結びついているのですが、商品社会においては、それが労働者相互の直接的な社会関係としてではなく、モノとモノとの社会的関係という形を取って現われます。これは人格の物象化とも呼ばれ、この特有な労働の在り方こそ「商品を生産する労働の特有な社会的性格」に他なりません。

●こうした関係が「究極的(永遠なもの)」ではなく、特殊な歴史的形態であることは、他の生産形態に目を移せば一目瞭然です。本節の後半部分はそのことが明らかにされます。

●池袋『資本論』を読む会は十数年の活動歴のある学習サークルです。昨年末に『資本論』第1巻の学習会を始め、現在月1回のペースで、第1篇「商品と貨幣」の第1章「商品」を読み進めています。

『資本論』を学びたい人は誰でも自由に参加できます。学習会はまだ始まったばかり。この機会と一緒に『資本論』を学びませんか。参加される方は『資本論』をご用意ください(出版社は問いません)

会のサイトをご覧ください。

<ホームページ> <http://study-capital.la.coocan.jp>

<ブログ> http://blogs.yahoo.co.jp/mmasa_ka

連絡・問い合わせ ➡ 080(3555)2421(もり) 03(6767)2869(さかい)