|  |
| --- |
| 〔講座解説〕　　　　　　　　　　　　　「マルクス主義経済学講座」　新日本出版社 |
| 第3節　価値形態　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　 |
| 第1節および第2節から | 商品は、それを生産する労働の二重性にもとづき、一面においては使用価値であり、他面において価値である。 |
| 使用価値と価値をとらえる | 使用価値は、商品のありのままの姿で現れる。すぐ把握できる。 |
| 価値はいくらひねり回しても価値物としては捉えられない。少しも自然素材を含んでいない。価値は純粋に社会的なものである。 |
| 価値をどう捉える交換価値 | 価値は、まったく社会的なものである以上、商品と商品の社会的関係においてのみ現象する。商品の価値の現象は、交換価値として表現できる. |
| 貨幣形態 | 商品はありのままの現象形態とは別に、500円とか1ドルと貨幣価格形態をもっている。価格形態は価値形態のもっとも完成された形態であり、すなわち貨幣形態である。貨幣形態が価値の必然的な現象形態である。 |
| 価値表現のメカニズム | 商品の価値は、商品と商品の社会的関係においてあらわれる。したがって、もっとも簡単で基礎的な価値形態の事実から基本的なメカニズムを明らかにする。 |
| 1．簡単な価値形態　x商品A＝y商品B　ⅹ量の商品Aはy量の商品Bに値する。 |
|  | 「xA＝yB」は「ある商品が500円（ある商品=500円」という価値形態とはいちじるしく違って見える。実は、価格形態をふくめ、いっさいの価値形態の秘密がこの「xA＝yB」にひそんでいる。 |
| 数学の方程式 | 数学の方程式とは違う。数学は右辺と左辺を入れ替えても、両辺の意味は同じである。 |
| 「ⅹA=ｙB」 | ⅹとyは商品の量を表している。AとBは異なる商品を表している。 |
| A＝Bの意味等価物結論 | 「ⅹA=ｙB」からⅹとyの量的側面を抽象する。残るのは質的側面すなわち、AとBだけである。Aの価値はAでもなく、Bでもない「第3者」で示されているわけではない。A＝Bが成立するのは商品Aと商品Bが質的に共通な抽象的人間労働の産物だからである。AにとってBは等価物であり、BいつでもAと交換できるとするものである。これはBをつくる具体的有用労働は「第3者」ではないのだが、事実上、両者における共通なものとするものである。価値表現「ⅹA=yB」ではAの価値がBで表現され、「yB=ⅹA」ではBの価値がAで表現され、それぞれ等価物として表現されているということである。Aは使用価値としては、Aをつくる具体的有用労働の産物にほかならないが、価値としては、Bをつくる具体的有用労働の産物と等しいということになる。つまり、価値表現A＝Bにおいては、Bをつくる具体的有用労働が事実上、価値を形成する労働になる。このことは、労働の結晶した状態を考えれば、Bの使用価値、すなわちBの現物形態がAにとっての価値物となることを意味する。 |
| 量的側面　xとｙ | 「ⅹA=yB」の量的側面に目を向ける。❶「xとｙ」との量的関係は、生産力の変動に伴って変化する。ある商品の価値を別の商品の価値で表現するという様式は、価値量の変動を必ずしも正確に表現するものではない。❷別の商品でしめされたある商品の相対的価値は、その商品の価値が不変であっても変動しうるし、価値が変動しても不変でありうるからである。 |
| 等価形態の分析 | 「ⅹA=yB」の分析 |
| 特権的な地位 | AはBにたいして直接的な交換可能性がなく、BはAにたいして直接的な交換可能性をもっている。 |
| 等価物の基本的特徴 | 等価形態にある商品Bはその現物形態のままで、Aにとっての等価物となり、Aといつでも交換できる地位におかれる。そのかわり、等価物である限りは、Bの価値量はなんら表現されることはない。それは、BがAの価値表現の材料であり、当然の結果である。 |
| 「ⅹA=yB」（等価形態）におかれた商品の特色 | その①　その使用価値が反対物である価値の現象形態となる。　　ⅹA=yBでいえば、Bの現物形態がAの価値の現象形態となる。なぜ、Bの価値ではなく、使用価値がAの価値の現象形態になるのかといえば、Bだけをとった場合、その現物がしめすものは使用価値でしかないからである、 |
| その②　ⅹA=yBにおいては、Aの価値をつくり出している者が、直接に抽象的人間労働だとしめされているわけではない。思惟の産物である。したがってAの使用価値をつくりだしているものと区別され、Bの使用価値を生産している具体的有用労働の中にその現象形態を見いだすのである、 |
| その③　等価形態におかれた商品を生産する労働は、実際には私的労働である。その私的労働が反対物の社会的労働の現象形態になる。等価形態にあるBに支出された労働はそのまま社会的労働となり、したがって、BはAにたいする直接的な交換可能性をもつのである。 |
| 総括 | 簡単な価値形態にかんする総括－「ⅹA=yB」においては、Aの価値は、Bの使用価値で表現されている。この価値表現の内部では、Aの価値形態は使用価値としての意義をもち、Bの現物形態はAの価値の現象形態としてのみ意義をもっている。かくしてAの内部にある使用価値と価値の二面性が、AとBの二つの商品の現物形態によって外面的に表現されている。 |
| 2.展開された価値形態 |
|  | u商品Bv商品Cｚ商品A＝　　w商品D　　　　　　　ⅹ商品E　　　　　　　………… |
| 簡単な価値形態よりの変化 | 1. Aは商品世界の全体と社会的関係をとりむすんでいる。Ａの価値の社会的性格はより十分に表現されている。
2. Aの価値はB以下多くの商品でしめされるために、社会的により妥当な量的関係が成立する。Aの価値は、量的にのみならず、質的にもより正確に表現される。
 |
| 含まれている欠陥 | 1. B以下の諸商品の列は新たな商品に拡張されなければならず、未完成である。
2. B以下の諸商品は相互に無関係な特殊等価形態にすぎず、雑然たる寄せ木細工でしか、Aの価値を表現していない。
3. Ｂ以下のどの商品もこの展開された価値形態で価値を表現するとすれば、統一的に表示されることは不可能である。
 |
| 欠陥の克服 | 展開された等価形態の左辺と右辺を逆転させると、欠陥を克服した価値形態となる。すなわち、ただ一つの商品（商品A）が等価形態の地位をしめ、他のすべての商品の価値を統一的に表示する一般的等価となるからである。 |
| 3　一般的な等価形 |
| ． | u商品Bv商品C　　w商品D　　　＝ｚ商品A　　ⅹ商品E　　………… |
| これまでみてきた等価形態とくらべて | A以外のすべての商品の価値をAという単一の商品の使用価値によって統一的・一般的に表示される。価値は、抽象的人間労働の結晶という社会的同質性にほかならないが、それがAの使用価値によって、質的に等しく、量的にのみ異なるにすぎないものとして表現される。価値は、その概念に適合した現象形態をとる。 |
| 一般的等価形態の固定 | 一般的等価形態にある商品が、一つの特殊な商品種類に固定されたとき、はじめて商品世界の統一的な価値の現象形態は、客観的な固定性と一般的な社会的妥当性を獲得する。 |
| 貨幣商品 | 一般的な等価形態の地位をその現物形態に固定された特殊な商品こそ貨幣商品である。この選ばれた地位を歴史上で獲得したのは金である。 |
| 4．貨幣形態 |
|  | ｚ商品Au商品Bv商品C　　　　　＝ⅹオンスの金w商品D　　　………… |
|  | 一般的な等価形態が、社会的慣習によって商品としての金の特殊な現物形態に固定されていることだけが違う。 |
| 商品の価値 | 貨幣形態においては、商品の価値は、貨幣商品=金の使用価値量すなわち、重量で表現される。 |
| 価格 | 商品の価値を貨幣商品＝金の重量でしめしたものを価格という。貨幣形態＝価格形態は価値のもっとも完成された現象形態である、したがって価値の必然的な現象形態である。 |
| 貨幣形態の把握 | 貨幣形態の把握の困難は、一般的な価値形態を理解することにある。 |

|  |
| --- |
| 第4節　商品の物神性とその秘密　　　　　　　　　　　　　p.43～46 |
| 超感覚的・神秘的性格 | 商品は、感覚的なものであると同時に、超感覚的・神秘的性格をもっている。ひねり回しても、その価値としての性格を把握することはできない。 |
| 「神秘」はどこから出てくるのか | 「神秘」は商品の使用価値としての一面から生み出されてくるものではない。人間の欲望を満たすことには神秘的なところはない。商品生産のためには、一定の人間労働が必要というところからもうまれない。人間労働は人間の脳、神経、筋肉の支出は自明な生理学的な真理である。 |
| 神秘的性格は商品から生ずる | 労働生産物は、一定の社会的条件－所有関係の分化と社会的協業のもとではじめて商品という形態を獲得する。商品としての生産物の神秘的性格は明らかに商品という形態そのものから生ずる。 |
| 商品形態 | 生産物が商品形態をとることにより1. 人間労働の同等性は商品の価値の同等性として現れる
2. 生産物に投下された人間の労働量は商品がもっている価値量として現れる
3. 生産における人間と人間の関係は、商品と商品の関係として現れる
 |
| 神秘的性格 | 商品が神秘的性格を持つ秘密は、人間自身の労働の社会的性格をあたかも生産物が生まれながらにもっている自然的性質であるかのように転倒的に反映させるところにある。 |
| 物神性と共通 | 宗教において、人間がつくった物でありながら、超人間的・神秘的な力をもつものと広く観念されている対象物を物神という。商品の神秘的性格は、宗教上の物神と共通している。 |
| 宗教と商品の物神性 | 宗教世界の物神性－誤ったあるいは不十分な認識であり、理性の力で克服することができる。 |
| 商品の物神性 | 一定の物的な社会関係に根ざしている。科学的認識でその秘密を解明したとしても、商品生産が存在するかぎりは取りのぞくことはできない。 |
| 貨幣の物神性 | 商品世界の物神性は貨幣の物神性においていっそう人々の目をくらます形で現れる。金が貨幣としての地位がある程度まで固定化されてくると、1. 金を貨幣にした社会関係が見失われ、金は、地の底から出てきたままで、貨幣としての特殊な性格・力をもっているかのようにみてくる。重いとは、光っているとかいう自然的性質と、一般的等価として機能する社会的性質と無区別のものとして扱われるようになる。
2. 商品経済のもとで金が崇拝されるのは、実は社会によって一般的等価物の地位におかれてたからにもかかわらず、あたかも黄金色に輝く金属だからとみなされる。これが貨幣の物神性である。
 |
| ロビンソン・クルーソー | 生産に必要な労働時間は生産物の価値としての形態をとるはずがない。簡単明瞭、何の神秘性もない。 |
| 封建制度のもと | 人と人との社会関係は、つねに彼ら自身の人間関係として現れる。物と物との社会的関係に変装されてはいない。 |
| 自由な人々の結合 | 人びとが労働生産物にたいしてもつ社会的関係は、透明で単純である。 |