马克思的拜物教思想及其时代意义

1841年离开大学之后，马克思开始在《莱茵报》工作，开始真实地接触到现实问题。1842年《第179号“科伦日报”社论》中，马克思便对《科伦日报》编辑对拜物教的不当评价展开严厉批判，“拜物教远不能使人超脱感性欲望，相反，它倒是‘感性欲望的宗教’。”[[1]](#footnote-1)在1843年《论犹太人问题》中，马克思虽然没有直接提出“货币拜物教”的概念，却对其进行了深刻的批判：“金钱是人的劳动和人的存在的同人相异化的本质；这种异己的本质统治了人，而人则向它顶礼膜拜。”[[2]](#footnote-2)随后在《1844年经济学哲学手稿》、《政治经济学批判》等众多作品中，马克思发展了三大经济拜物教批判理论，最终在《资本论》中理论趋于成熟完善。

“劳动产品表现为商品，表现为可感觉而又超感觉的物或社会的物。正如一物在视神经中留下的光的印象，不是表现为视神经本身的主观兴奋，而是表现为眼睛外面的物的对象形式。但是在视觉活动中，光确实从一物射到另一物，即从外界对象射入眼睛。这是物理的物之间的物理关系。相反，商品形式和劳动产品的价值关系，是同劳动产品的物理性质以及由此产生的物的关系完全无关的。这只是人们自己的一定的社会关系，但它在人们面前采取了物的关系的虚幻形式。因此，要找一个比喻，我们就得逃到宗教世界的幻境中去。在那里，人脑的产物表现为赋有生命的、彼此发生关系并同人发生关系的独立存在的东西。在商品世界里，人手的产物也是这样。我把这叫做拜物教。劳动产品一旦作为商品来生产，就带上拜物教性质，因此拜物教是同商品生产分不开的。”[[3]](#footnote-3)这是马克思在《资本论》第一卷中关于商品拜物教问题非常著名的一段表述。

马克思认为，“商品本来就是一个二重物，使用价值和价值，有用劳动的产品和抽象劳动的凝结。”[[4]](#footnote-4)。商品“可感”的使用价值是客观发生在生产过程具体劳动物相化塑形和构序后“生来就有的”的“自然形式”，而“超感觉”价值是抽象劳动的凝结的价值，即在与其他商品的交换客观抽象出的一种等质价值关系，其表现形式为交换价值。例如一把椅子，“能坐”为其使用价值，是直接可感的，而其市场价格为其价值（交换价值）。从而，体现在商品中的劳动也必然具有二重性，一是直接塑形和构序物品用在性使用价值的具体劳动，二是被抽象掉一定的、有用的、具体的性质）的一般劳动力的耗费，它无法在自身的物性实在中直接在场，称其为抽象劳动。倘若20匹麻布能交换1件上衣，麻布不可见的价值是以上衣可见的使用价值表现出来的，通过上衣的物性存在间接在场，呈现了麻布中不可见的由劳动者的抽象劳动所结晶的价值。“这样，通过价值关系，一种商品的价值就表现在另一种商品的使用价值上，即表现在和它自身不同的另一种商品体上。”[[5]](#footnote-5) 麻布中包含的社会属性——“超感觉”的价值关系，直接通过上衣的物性实在表现出来，仿佛这种社会属性是商品的自然物质属性一样。

这种“超感觉的”价值在交换中生成的人与人之间的劳动交换关系，不得不颠倒地表现为“可感的”社会的物之间的关系，马克思将其比作众所周知的宗教领域中的拜物教观念，当然，这种拜物教不再是自然对象物的图腾崇拜，或者宗教神学中证伪的偶像崇拜，而是将自己“人手的产物”作为神灵来供奉。商品拜物教的现实本质是在资本主义经济关系中，商品自身所内嵌的劳动交换关系（价值），“在人们面前采取了物的关系的虚幻形式”——价值形式（异化了的“交换价值”）。

1. 《马克思恩格斯全集》 第二版第1卷，第212页 [↑](#footnote-ref-1)
2. 《马克思恩格斯全集》 第二版第3卷，第194页 [↑](#footnote-ref-2)
3. 《马克思恩格斯全集》 第二版第42卷，第817页 [↑](#footnote-ref-3)
4. 《马克思恩格斯全集》 第二版第42卷，第40页 [↑](#footnote-ref-4)
5. 《马克思恩格斯全集》 第二版第42卷，第808页 [↑](#footnote-ref-5)