

# Deciphering the Commodity: The Social Code of Value

Andrea Ricci

University of Urbino, Italy

Translated by DIAO Yangbi

Sichuan International Studies University, China

Received: January 8, 2026

Accepted: February 28, 2026

Published: March 31, 2026

**To cite this article:** Andrea Ricci. (2026). Deciphering the Commodity: The Social Code of Value. DIAO Yangbi (trans. ). *Asia-Pacific Journal of Humanities and Social Sciences*, 6(1), 015–026, DOI: 10.53789/j.1653–0465.2026.0601.003

**To link to this article:** <https://doi.org/10.53789/j.1653–0465.2026.0601.003>

**Abstract:** Commodities are economic and symbolic objects, two aspects that merge in Marx’s analysis of commodity fetishism, where two ontological and phenomenological planes operate. Their subject is the twofold social objectivity of the commodity as the product of labor and the object of exchange deriving from the dual nature of capitalist social relations as the real subsumption of labor under the command of capital in production and as market reciprocity in circulation. The reconstruction of the logical structure of Marx’s analysis of the commodity allows for grasping the form of value and the fetishistic character of capitalist society. Value emerges as the objective abstract form of capitalist class relations, acting as an automatic social code of equivalence between abstract labor in production and solvent social needs in market exchange. The disjunctive synthesis between labor exploitation and the formal equality of exchange constitutes value as a real abstraction in capitalism.

**Keywords:** Abstract Labor; Fetishism; Real Abstraction; Structuralism; Value

**Source:** Originally published in *Rethinking Marxism*, 2024, 36(1), 59–81.

**Notes on the translator:** DIAO Yangbi, Lecturer of Sichuan International Studies University, is a Doctor of Translation and Interpreting (DTI) candidate at the College of Translation and Interpreting, Sichuan International Studies University. For academic inquires or collaboration opportunities, please contact her via the email: 348791475@qq.com.

# 解碼商品：價值的社會編碼

安德莉亞·裡奇/文

烏爾比諾大學,義大利

刁陽碧/譯

四川外國語大學

**摘要:** 商品既是經濟的客體,也是象徵的客體。在馬克思對商品拜物教的分析中,這兩個方面彼此融合,涉及兩個層面的運作:本體論層面與現象學層面。其主體在於商品的雙重社會客觀性:既是勞動產品,也是交換物件。這種雙重性根植於資本主義社會關係本身的二元本質:在生產領域表現為勞動實際從屬於資本的支配,在流通領域則表現為市場的互惠性重建馬克思分析商品的邏輯結構,有助於把握價值形式以及資本主義社會的拜物教特徵。價值作為資本主義階級關係的客觀抽象形式而產生,它充當了一種自動的社會編碼,在生產領域的抽象勞動與市場交換領域的有支付能力的社會需求之間建立起等價關係。勞動剝削與交換形式平等之間的析取性綜合,將價值建構為資本主義社會中的一種現實抽象。

**關鍵詞:** 抽象勞動;拜物教;現實抽象;結構主義;價值

**來源:** 本文原載於《反思馬克思主義》(*Rethinking Marxism*) 2024 年第 36 卷第 1 期,第 59–81 頁,因篇幅要求譯文有刪減。

商品是為交換而生產的勞動產品。人類學研究早已表明,商品既是社會物質再生產的經濟客體,也是社會交往的象徵客體。在馬克思的價值理論中,這兩個維度在其商品拜物教分析中融合在一起。在此基礎上,自 20 世紀 60 年代起,出現了大量聚焦於馬克思價值理論符號學解讀的研究文獻。這類文獻是對傳統馬克思主義發起的更廣泛挑戰的一部分,而傳統馬克思主義將價值解讀為內含勞動的李嘉圖式闡釋,也隨著皮耶羅·斯拉法<sup>[1]</sup>的研究成果以及轉形問題的相關論戰而陷入了危機。在此種文化氛圍中,商品拜物教成為解讀馬克思價值理論的棱鏡;而符號與商品之間的同構性,則為探索馬克思主義的理論更新提供了基礎,這與舊有的經濟還原論截然不同。費爾迪南·德·索緒爾(Ferdinand de Saussure)的符號學研究路徑,經過結構主義與後結構主義的影響,對當代社會理論產生了強烈衝擊。

商品二重性的闡釋,最常採用一種二元結構的分析框架:對立雙方為能指(能指由交換價值構成,其最發達的形式是貨幣)與所指(所指由使用價值構成,即滿足人類需要的自然屬性)。與此同時,其他思想流派也朝著同一方向發展。儘管這些新解讀的理論基礎和方法論路徑不同,但其觀點最終趨於一致:它們拒絕實體論研究路徑,並將價值形式視為馬克思政治經濟學批判的獨有特徵。然而,這些解讀也引發了新的問題,即勞動剝削和階級鬥爭對於社會自決前景的意義。在此視角下,雇傭勞動並無特殊地位,相反,與所有其他人類活動一樣,共同受制於貨幣抽象所驅動的社會支配這一普遍條件。由此,就連區分資本主義的勞動剝削與其他形式的社會壓迫也成了問題。

至此,關於馬克思價值理論的爭論主要聚焦於兩種對立的解讀:一種認為生產中的社會必要勞動構成

[1] Sraffa, P. (1960). *Production of Commodities by Means of Commodities*. Cambridge: Cambridge University Press.

價值,另一種則認為流通中的普遍可交換性構成價值。這似乎意味著,曾在商品拜物教分析中將經濟與符號統一起來的馬克思價值理論,被割裂成了兩個部分:一部分是關於作為經濟客體或社會物的商品生產,另一部分則關於作為符號客體或社會符號的商品交換。本文旨在為這一爭論提供新的視角:摒棄實體論解讀,堅持價值形式優先,能夠保留生產領域及其勞動領域的主導地位。前提在於馬克思的價值概念:價值是社會實體的社會形式,兼具隱性內容和顯性表現。馬克思的分析中交織了兩個層面:一是本體論層面,以實體和形式為框架,探討價值的本質和構成;二是現象學層面,以內容和表達為框架,回答價值的存在和表現。這一複雜的社會形式兼具經濟與符號意義,共用同一邏輯結構。

鑒於此,本文第一節在回顧了馬克思符號學解讀的主要內容之後提出:商品隱藏多種形式,因而成為一個由不同符號組合而成的訊息。就此而言,索緒爾的理論框架過於簡化,難以把握馬克思<sup>[1]</sup>所描繪的商品的複雜性,即『極為神秘,充滿形而上學的精妙與神學的玄奧』。因此,筆者將採用路易·葉爾姆斯列夫(Louis Hjelmslev)的符號學理論,其四分框架在形式/實體和表達/內容兩個層面上運行。該框架將在本文第二節中予以呈現,並同時介紹其在玻利瓦爾·埃切韋里亞<sup>[2]</sup>(Bolívar Echeverría)對使用價值分析中的應用案例;其適用於價值的社會形式,即資本主義社會中商品的差異性符號。第三節重構了馬克思《資本論》中分析的商品社會形式背後的邏輯結構。第四節依據前文建構的邏輯結構,對馬克思價值理論的基本範疇予以闡釋。最後,第五節為結論性評述。

本文將分析闡釋,對價值提出兩種截然對立的解讀,實則構成一種虛假的對立。價值作為資本主義社會關係物件化的抽象形式而產生。它構成了流通與商品生產這兩個環節的析取性綜合,其中前者是後者的拜物教式表現。『要麼……要麼……或者,並非非此即彼』,這是吉爾·德勒茲與菲力克斯·加塔利<sup>[3]</sup>表述析取性綜合的悖論邏輯的方式,而艾蒂安·巴厘巴爾<sup>[4]</sup>(Étienne Balibar)則認為這正是馬克思政治經濟學批判的根基。因此,要麼貨幣,要麼勞動時間,要麼……價值。價值的析取性綜合顯現為一種流動的結構,一座連接各要素的吊橋,這些要素始終處於相互的張力之中,資本主義剝削的邏輯正是借此運作。最終,價值顯現為一種自動的社會編碼,它通過掩蓋差異,支配著活勞動的創造性生成。

## 一、商品:符號還是訊息?

符號與商品之間的關聯,早已出現在索緒爾有關語言價值與經濟價值的明確類比論述之中。索緒爾式符號與馬克思主義商品的同構性遲至後來才得以顯現,具體是在1968年五月風暴前後,顯現於馬克思主義復興的政治與文化氛圍中。在法國,讓·鮑德里亞(Jean Baudrillard)遵循亨利·列斐伏爾(Henri Lefebvre)的建議,率先將馬克思的商品分析闡釋為一種二元意指結構:將使用價值視為所指,交換價值視為能指。同一時期,在日本,柄谷行人則融合文學批評與馬克思的價值理論,將能指的角色賦予了貨幣。<sup>[5][6]</sup> 商品二重性的索緒爾式闡釋,在對馬克思的解構主義與拉康派解讀中得到了再次確認。在這些解讀中,交換價值與言語一樣,憑藉其與使用價值所指之間及內部的差異性而發揮能指作用。

針對《資本論》的符號學研究,均將商品闡釋為統一符號(使用價值為所指、交換價值為能指),前提是商

[1] Marx, K. & Engels, F. (1975–2001). *Collected Works* (50 vols.). London: Lawrence and Wishart, Vol. 35, 81. 本文其餘引用不再另列註腳,正文中標注形式為(年份,卷號:頁碼),讀者可據此溯源。

[2] Echeverría, B. (2014). "'Use-value': Ontology and Semiotics". *Radical Philosophy*, (188), 24–38.

[3] Deleuze, G. & F. Guattari. (1983). *Anti-Oedipus: Capitalism and Schizophrenia*. Minneapolis: University of Minnesota Press.

[4] Balibar, É. (2011). "Marx's 'Two Discoveries'". *Actuel Marx*, (50), 44–60.

[5] 相關理論與文獻參見:Baudrillard, J. (1976). "Toward a Critique of the Political Economy of the Sign". *SubStance*, 5(15), 111–16.

[6] Zander, P. O. (2014). "Baudrillard's Theory of Value: A Baby in the Marxist Bath Water?". *Rethinking Marxism*, 26(3), 382–97.

品的經濟客體屬性。他們將索緒爾模型應用于馬克思文本,賦予經濟範疇源自符號學框架的功能,使符號學闡釋疊加于外在于原典的隱性經濟學闡釋。這種路徑導致分析重心偏移:馬克思眼中資本主義經濟的現實規定,在此淪為一般符號學範疇的指稱物。這些學者旨在探究資本主義社會中分裂主體性的社會交往方式,而非其經濟生產方式。在《資本論》中,商品是資本主義生產方式的『經濟細胞形式』,而在《資本論》的符號學研究中,它卻變成了資本主義社會交往方式的符號細胞形式。由於社會交往通過商品交換實現,其預設的經濟學闡釋便將價值視為以貨幣形式在交換中所構成的存在。

這些研究成果的重大理論價值在於,揭示了商品拜物教並非是意識對現實的顛倒認知,而是一種建構資本主義社會中主體性的客觀現實。然而,正如齊澤克<sup>[1]</sup> (Slavoj Žižek)所指出的,這種方法僅能產生識別形式同構性的隱喻,我們應轉向轉喻路徑以實現多重層次的內在演繹。馬克思認為商品是雙重符號,使用價值是人際交往手段,價值是商品間的交往手段。<sup>[2]</sup> 這兩種形式(作為人際社會意義載體的使用價值,以及作為商品間社會意義載體的價值)需要分別展開分析,因為二者對應不同的理論依據。資本主義生產方式的特殊性,在於價值的社會形式是歷史地產生,而使用價值的自然形式則為一切社會生產方式所共有。在價值維度,我們身處一個顛倒的世界:人淪為商品之間相互交往的單純手段,即物的人格化;而商品則被剝離了其作為物所具有的自然客觀性的殘餘,成為了主體。<sup>[3]</sup>

這種意義的多元性促使費魯喬·羅西·蘭迪<sup>[4]</sup> (Ferruccio Rossi-Landi)將商品定義為不同符號通過資本主義社會編碼組合而成的訊息,解碼需分析商品的多重意義層次。一些學者在社會勞動的價值形式中找到了正確解讀資本主義社會編碼的關鍵。彼得·E. 鐘斯<sup>[5]</sup> (Peter E. Jones)認為,價值是一種交往性的基礎設施,是一種『客觀宏觀社會一致性』的編碼,其使社會必要勞動時間成為資本主義商品交換實踐的基礎。筆者在其他論著中曾指出,價值代表自動運行機制的客觀形式,是一套關於交換中的商品與生產這些商品所需社會勞動之間等價性的社會演算法。這一社會演算法產生於無數個體實踐,其形成與語言編碼具有同構性<sup>[6]</sup>。然而,作為訊息的商品卻引發了一個問題,即何種符號學框架更適合於對其進行解碼。下一節將專門探討這一問題。

## 二、葉爾姆斯列夫的結構主義符號學與商品的使用價值

在《資本論》中,商品呈現出高度的複雜性。馬克思明確將商品表述為由兩種形式構成的一種社會形式:一是使用價值的自然形式,二是價值(而非交換價值)的社會形式;在二者中,均可辨識出表達層面與內容層面。<sup>[7]</sup> 此外,價值實體的範疇表現為社會必要抽象勞動。馬克思理論中商品的複雜性,與葉爾姆斯列夫的符號顯示出更緊密的同構性;相較于索緒爾的二元框架,葉爾姆斯列夫的符號所依託的符號學機制更

[1] Žižek, S. (2017). "The Varieties of Surplus". *Problemi Internationali*. 1(1), 7-32.

[2] Marx, K. & Engels, F. (1975-2001). *Collected Works* (50 vols.). London: Lawrence and Wishart, Vol. 35, 62; 93-94. 『可見,我們在分析商品價值時已經得出的結論……我們彼此只作為交換價值發生關係。』

[3] Marx, K. & Engels, F. (1975-2001). *Collected Works* (50 vols.). London: Lawrence and Wishart, Vol. 24, 534. 『瓦格納先生還忘記了……商品才是主體。』

[4] Rossi-Landi, F. (2017). *Linguistics and Economics*. Berlin: De Gruyter Mouton.

[5] Jones, P. E. (2011). "Value for Money? Putting Marx through the Mill". *Language Sciences*. 33(4), 689-94.

[6] Ricci, A. (2021). *Value and Unequal Exchange in International Trade: The Geography of Global Capitalist Exploitation*. London: Routledge.

[7] Marx, K. & Engels, F. (1975-2001). *Collected Works* (50 vols.). London: Lawrence and Wishart, Vol. 35, p. 57; Vol. 24, p. 545. 『因此,商品只有在具有兩種形式……而不是價值本身的內容。』

為精密。正如德勒茲與加塔利<sup>[1]</sup>所指出的,葉爾姆斯列夫框架中的聯結網路,無論在範圍還是起源上,都不具有語言專有屬性,而是所有結構共有的一般特徵。正因如此,這一框架適用於構成馬克思商品分析基礎的邏輯結構。

葉爾姆斯列夫的符號學理論修正並完善了索緒爾的結構主義語言學,以克服其某些內在矛盾。索緒爾的總體理論構想,建立在語言為人類思維賦予形式這一觀點之上,而人類思維脫離語言符號便無從存在。其根本原則在於將符號界定為兩個要素的統一體:所指,即符號表達的內容(例如,藍色這個顏色);能指,即符號的表達形式(例如,英語單詞『blue』)。儘管二者不可分割,但其關係卻是任意的,因為能指『在本質上與所指並無任何自然聯繫』<sup>[2]</sup>。例如,英語單詞『blue』與被該詞指稱的那部分電磁譜之間並無必然關聯。

葉爾姆斯列夫<sup>[3]</sup>符號學模型的核心目標是界定符號任意性而不陷入自我指涉迴圈,其主要貢獻是在索緒爾能指—所指二分法基礎上,新增形式層(符號關係的有序結構)與實體層(符號具象化載體)<sup>[4]</sup>,將二者重命名為表達與內容,在分析層次交匯點重新界定符號。為克服能指任意性問題,他引入『意旨』(purport),其同時存在於表達與內容兩個平面。意旨是一種無形式的實體,儘管外在於符號本身,卻對構成符號至關重要。葉爾姆斯列夫(1969, 50)將意旨定義為『所有語言共有……且保持共通的因素』,該因素可以通過與不同語言相對應的大量各異符號得到表達。在葉爾姆斯列夫看來,形式的任意性正是相對於這一無形式的外在實體(意旨)而存在的。將特定形式應用於這一外部意旨實體,便決定了符號的已成形的內在實體。符號的四重劃分源於兩大分析層次的交匯,這兩大層次貫穿表達的形式與實體,以及內容的形式與實體。

索緒爾理論中的符號任意性問題,其邏輯本質與馬克思在古典政治經濟學中所指出的,從交換等價性中推導出利潤的問題,具有相同的迴圈推理。意旨的潛在性與符號實體的現實性之間的區分,使葉爾姆斯列夫得以克服符號任意性的問題;這也讓人聯想到作為價值創造活動的勞動,即活勞動,與作為商品的勞動力之間的區分,正是憑藉這一區分,馬克思通過發現剩餘價值,成功破解了利潤難題。在接下來的章節中,我們將沿著埃切維裡亞的研究路徑推進,運用葉爾姆斯列夫的符號學框架來解讀資本主義生產方式所特有的商品的具體社會形式:價值形式。

### 三、《資本論》中商品的邏輯結構

葉爾姆斯列夫在形式/實體與表達/內容這兩個平面上的符號二分法,與馬克思的研究方法相呼應;此外,這兩組二分法所表徵的是存在的邏輯形式,而非符號學形式。這種分析平面的雙重分層結構,構成了《資本論》中價值這個核心範疇的邏輯結構。馬克思(1975—2001, 35:45)的出發點是商品。『在資本主義生產方式占統治地位的社會中』,商品表現為『一種外在於我們的物件』;它能夠滿足人類需要,是人類勞動的產物,並能在市場上進行交換。這個定義將馬克思賦予商品的全部屬性濃縮於一句話中。商品是『一種外在於我們的物件』,以其純粹自然客觀性而存在,僅僅是一個物。除作為自然對象外,馬克思還將商品設定在兩個形式上分離但又同為必要的社會維度:其一源於生產過程,其二源於流通過程。首先,商品是人類

[1] Deleuze, G. & F. Guattari. (1987). *A Thousand Plateaus: Capitalism and Schizophrenia*. Minneapolis: University of Minnesota.

[2] Saussure, F. de. (2011). *Course in General Linguistics*. New York: Columbia University Press.

[3] Hjelmslev, L. (1969). *Prolegomena to a Theory of Language*. Madison: University of Wisconsin Press. 本文其餘引用不再另列註腳,正文中標注形式為(年份,卷號:頁碼),讀者可據此溯源。

[4] Barthes, R. (1986). *Elements of Semiology*. New York: Hill and Wang. 羅蘭·巴特(1986: 40)對這一劃分的解釋如下:『形式是語言學無需借助任何超語言前提便能描述的東西……而實體則是語言學若不借助超語言前提便無法描述的所有語言現象層面的總和。』

勞動的產物,其本質是社會勞動<sup>[1]</sup>;其次,商品是市場交換的對象,蘊含著社會關係。在資本主義社會中,交換物件的社會維度與勞動產物的社會維度有不同的性質,因為背後的社會關係存在差異:前者以市場互惠為基礎,後者則建立在雇傭勞動被資本支配的實際從屬狀態之上。巴里巴爾<sup>[2]</sup>借用德勒茲的析取性綜合這一表達,來指稱馬克思政治經濟學批判中所呈現的這種雙重性。這一析取性綜合通過將勞動力價值與資本家對剩餘價值的榨取結合起來,以形式上的權利平等,在意識形態上掩蓋了支配關係。

商品所固有的這種社會雙重性,不應與使用價值(即作為滿足歷史地規定的人類需要的能力)和交換價值(即作為商品之間的市場等價關係的數量比率)之間的進一步的區分相混淆。這兩種形式均共用商品的雙重構成性社會維度,只是實現方式不同,因此需要分開分析。使用價值源于商品的自然屬性,並指涉社會關係,其主體是作為生產者與消費者的人類。自產品成為生產者的意向與消費者的需求之間的交換(未必是市場交換)仲介起,使用價值便成為人類社會生活的一項普遍特徵。與此相對,交換價值僅歷史性地出現於資本主義社會之中。在資本主義社會中,商品因系統性與普遍性的實踐,才得以在市場上與其他商品進行等價交換,而非前資本主義社會中偶然的例外現象。在此,社會關係的主體是處於相互進行市場交換過程中的商品本身,而人類則作為商品之間的市場仲介,成為『經濟關係的人格化』(馬克思,1975—2001,35:95)。綜上,在馬克思的分析中,商品的客觀性可被劃分為三個範疇<sup>[3]</sup>。使用價值的社會客觀性具有商品物質形體的自然形式,可被稱為社會—自然客觀性,源於具體勞動。價值的社會客觀性具有抽象形式,可稱為純粹社會客觀性,源於抽象勞動。這兩種形式,與商品在其純粹物件性中的純粹自然客觀性互為補充。<sup>[4]</sup>

《資本論》的邏輯結構包含針對商品價值純粹社會客觀性的兩個分析層面。第一個是本體論層面,細分為實體與形式,分別定義商品社會形式的內容與方式。馬克思(1975—2001,35:69—70)明確援引亞里斯多德的觀點—後者最早探討價值形式,卻因古希臘奴隸制未能解決價值實體問題—這一援引證明,馬克思是在嚴格本體論意義上使用形式與實體概念,將其作為商品存在的規定性。有觀點指出,馬克思使用『實體』這一術語,是賦予了亞里斯多德哲學中『質料』的內涵<sup>[5]</sup>。事實上,馬克思意指的價值實體,完全契合亞里斯多德哲學中複合本體(synolon)的本義,即形式與質料相統一而生成的第一本體<sup>[6]</sup>。對馬克思而言,如同對亞里斯多德一樣,形式與質料的聯結(即質形論,hylomorphism)是其分析的鮮明特徵<sup>[7]</sup>。亞里斯多德的質料是變化基質與生成潛能,需與特定形式結合方可現實化,生成複合本體(synolon)<sup>[8]</sup>的第一本體。與此對應,馬克思(1975—2001,35:49)區分的『價值創造實體』,作為『價值源泉』的潛在狀態與價值現實化的生命力,與質料完全契合。特定形式與價值創造實體的結合,構成價值實體的決定根據,也是資本主義商品純粹社會客觀性的現實基礎。至此,我們得以把握萊爾姆斯列夫符號學的形式/實體/意旨三層平面,與馬克思本體論的形式/實體/價值創造實體三層平面之間的密切類比關係,因為二者都指涉亞里斯多德質形論的

[1] Marx, K., & Engels, F. (1975–2001). *Collected Works* (50 vols.). London: Lawrence and Wishart, Vol. 35, p. 82; Vol. 28, p. 27. 「人們一旦開始以某種方式為他人勞動,他們的勞動就必然取得社會形式。」[社會中的個人生產……當然是出發點。]

[2] Balibar, É. (2011). “Marx’s ‘Two Discoveries’”. *Actuel Marx*, (50), 44–60.

[3] Rossi-Landi, F. (1992). *Between Signs and Non-signs*. Amsterdam: John Benjamins.

[4] Marx, K., & Engels, F. 1975–2001. *Collected Works* (50 vols.). London: Lawrence and Wishart, Vol. 28, pp. 173–174. 馬克思《政治經濟學批判》大綱提出三重劃分:「超出……特定經濟形式之外的內容,只能包括:(1)被交換商品的自然特殊性;(2)交換者的特定自然需要。或者,將這兩方面結合起來,就是待交換商品的不同使用價值。」

[5] Screpanti, E. (2017). “Karl Marx on Wage Labor: From Natural Abstraction to Formal Subsumption”. *Rethinking Marxism*, 29(4), 511–37.

[6] Engelskirchen, H. (2008). “On the Clear Comprehension of Political Economy”. In *Revitalizing Causality: Realism about Causality in Philosophy and Social Science*, ed. R. Groff, 242–59. London: Routledge.

[7] Pike, J. E. (2019). *From Aristotle to Marx: Aristotelianism in Marxist Social Ontology*. London: Routledge.

[8] Suppes, P. (1974). “Aristotle’s Concept of Matter and Its Relation to Modern Concepts of Matter”. *Synthese*, (28), 27–50.

基礎範疇。

馬克思分析的第二個層面是現象學性質，細分為表達與內容子平面，分別界定商品社會形式的顯現方式與存在本身，同時要求將意旨細分（表達平面『何以顯現』、內容平面『何以存在』）。此處現象學具辯證意義，核心是馬克思著作中現象與本質的兩極關係。事實上，馬克思（1975—2001, 37:804）指出，『如果事物的現象形態和事物的本質會直接合而為一，一切科學都成為多餘的了。』就商品而言，這種區分源於構成性的社會二重性，即勞動產品與交換物件之間的析取性綜合。在資本主義社會的表層直接顯現的，是流通領域的商品，但這種表像是以生產領域的商品作為其存在的必要前提。後者卻被資本主義企業的圍牆所遮蔽；在工廠牆內，勞動過程在資本對雇傭勞動的直接支配下進行，脫離任何市場關係的約束。『那些頭腦狹隘的資產階級經濟學家，無法將現象形態與現象背後之物分開』，根本無法看到商品的這個更深的層次——即作為歷史性社會勞動形式的產物（馬克思，1975—2001, 35:568）。商品的兩個社會維度都具有現實存在性，卻看似相互排斥，因為在市場內部，存在平等主體間的相互性，而絕不可能存在『工廠』內部那種等級與隸屬關係，反之亦然。因此，就純粹社會客觀性而言，商品似乎分裂成了兩個不同的社會存在物。這種相互排斥意味著，如同形式/實體的分析平面一樣，表達/內容的分析平面也在商品的兩個社會維度（即作為勞動產品與作為交換對象）中分別發揮作用。

馬克思的分析恰恰旨在表明，商品這兩個看似彼此分離的社會面相，實則是同一張面孔的兩個側面。正是在這一意義上，馬克思在多處文本中採用了從一種語言到另一種語言的翻譯這一隱喻，用以表示商品的社會形式所呈現的諸種不同表達形式——即價格、交換價值與價值。<sup>[1]</sup> 然而，馬克思將生產領域的語言所表達的內容，轉換為商品流通領域的語言表達形式的方法，並非字面翻譯，而是一種轉喻；在這一轉喻結構中，存在著一個發揮作用的仲介要素。流通領域中作為表達的顯現，與生產領域中作為內容的存在，二者之間的仲介機制，是流通領域中作為內容的擬顯形態，以及生產領域中作為表達的呈現形式；這構成了原初內容與最終表達之間的橋樑。

綜上，表 1 展示了馬克思商品社會形式分析背後的邏輯結構；該結構細分為表達的形式與實體、內容的形式與實體，以及意旨。這種邏輯結構與葉爾姆斯列夫的符號學框架具有同構性；因為正如符號功能一樣，商品的純粹社會客觀性也源於流通領域中外在的表達形式與生產領域中內在的內容形式的統一。

		交換對象		勞動產品	
		表達	內容	表達	內容
商品	形式	如何顯現	如何擬顯……		如何是
	實體	何物顯現	擬顯為何物		何物是
意旨		何以可能顯現		何物可能是……	

表 1 馬克思商品社會形式分析的邏輯結構

#### 四、商品的價值形式

在前文梳理了馬克思商品分析的邏輯結構之後，我們接下來考察這一結構在價值形式的發展中如何運作。給定商品 A 的純粹社會客觀性，其直接表現形態是與另一商品 B 交換的物件。與商品 B 的相對交換比

[1] Marx, K. & Engels, F. (1975–2001). *Collected Works* (50 vols.). London: Lawrence and Wishart, Vol. 28, 194; 487; 99. 『價格只是價值的另一種語言表達……或許能提供一個更好的類比。』



率,是商品 A 在特定交換行為中的表現形式。表現的實體是充當等價物的商品 B 的使用價值。馬克思(1975—2001,35:58)將這種關係稱為『簡單的、個別的或偶然的價值形式』,並指出『價值形式的全部秘密都隱藏在這個簡單的價值形式中。』

這一秘密需進一步分析闡明:商品 A 可與多種商品交換,其相對交換比率具有多樣表現形式。所有潛在在表達背後,是構成『表現之意旨』的一般等價形式,也是流通領域商品社會形式的『何以可能顯現』。它源於人類『從感性的個體性和偶然性中進行抽象的能力』(馬克思,1975—2001,30:232),這也是語言背後的能力,它允許將事物直接經驗中的不可還原的具體單一性,表現在一個概念之中。正是憑藉人類思維的這種普遍屬性,兩個不同的物件才能被視為等價物。然而,等價形式只是一種純粹的表現性潛能,因為它缺乏任何用於商品之間比較的特定標準。

在交換成為一種常規社會實踐的社會中,商品交換比率所構成的網路並非偶然,而是根據不同社會形態中可能不同的規則系統地組織起來的。相比之下,在資本主義市場經濟中,交換規則是以數量等價原則為基礎的。每種商品都被整合到一個與流通領域中所有商品相互交換的一般結構之中,且不存在任何套利的可能性。每種商品與其他所有商品之間的數量等價的一般比率,構成了這種廣義市場交換結構的本質特徵。在此情況下,相對交換比率顯現為一種來自與所有其他商品的交換矩陣的更一般形式的特殊表現,這種形式正是作為商品數量等價一般比率的交換價值。<sup>[1]</sup> 充當等價物的使用價值,其自身中隱藏著一種客觀的抽象社會形式,因為『它們同時還是交換價值的物質承擔者』(馬克思,1975—2001,35:46)。因此,交換價值顯現為流通領域中商品純粹社會客觀性的內容形式。它代表了廣義商品交換社會中一般等價形式的特定結構組織規則。一般等價形式向交換價值特定形式的現實化,憑藉一種獲得一般等價地位的特定商品,產生了流通領域中商品的表現實體,進而成為貨幣。因此,在廣義交換結構中,貨幣是商品純粹社會客觀性的擬顯之物。相應的表達形式(即如何顯現)則是價格形式,即作為商品與所有其他商品的綜合的普遍交換比率,它取代了此前所有的相對市場交換比率。

然而,在廣義交換結構內部,找不到任何共同要素可以充當一般等價交換比率的基礎。交換價值雖然能固定數量等價形式,但卻不能確立不同商品交換中的可通約性標準。由於可通約性規則無法在流通領域內部確定,就必須到商品作為勞動產品的另一社會維度中去尋找。此前看似是組織廣義交換結構的內容形式的交換價值,最終不過是一種源於生產領域的更具一般性的形式的表現形式。這便是作為商品純粹社會客觀性的本真內容形式(即如何是)的價值。正是因為這個原因,『準確地說』(馬克思,1975—2001,35:71),商品是使用價值與價值的統一體,因為交換價值僅僅是價值形式在與其他商品的關係中所呈現的表現形態。

正如馬克思<sup>[2]</sup>在《資本論》德文第二版的一份準備筆記中指出的那樣:價值是『一種純粹虛幻的客觀性』,它『只能出現在……商品體自身中,因為商品的唯一客觀性就是其作為勞動產品的客觀性。』由於在資本主義中,一切產品從一開始就是為了出售而生產的<sup>[3]</sup>,商品甚至在進入流通領域之前,就作為交換價值與其他商品相關聯。無論在流通領域還是在生產領域,商品的自然形式都是作為價值表現的社會形式的交換價值的承擔者。區別在於,在流通領域,交換價值在另一種充當一般等價物的商品的自然體中,獲得獨立表現形式,而在生產領域,它仍隱藏在產品的自然體之中。在這兩個領域中,價值都戴著商品體的面具,以交換價值的形式顯現,在流通領域中體現為貨幣,在生產領域中體現為待售的產品。因此,交換價值是商品

[1] Marx, K. (1976). "Capital, Volume 1: First Chapter, First German Edition of 1867". In *Value: Studies by Karl Marx*, trans. and ed. A. Dragstedt, 7-40. London: New Park. 『一種商品(例如一誇特小麥)……必然與這些不同的表現形式有所區別。』

[2] Heinrich, M. (2021). *How to Read Marx's "Capital": Commentary and Explanations on the Beginning Chapters*. New York: Monthly Review.

[3] Marx, K. (1990). *Capital. Vol. 1*. Trans. B. Fowkes. London: Penguin.



作為市場交換對象與勞動產品的雙重純粹社會客觀性的中介要素，在流通領域扮演內容形式的角色，在生產領域則扮演表現形式的角色。它確保了起源於生產領域的價值，能夠向流通領域中所呈現的價值實現轉喻性轉換。

交換價值未揭示的隱藏價值形式，需通過商品生產分析把握。如前所述，馬克思認為實體是形式與質料（創造能量的純粹潛在性）的統一，生產中的創造性活動即活勞動——它借助工具將自然物質轉化為有用物品，是生產的意旨（可能之所是），在多種可能性中物件化於特定商品。活勞動作為流動的生命過程，始終是具體勞動（利用特定工具實現既定目標的合目的性活動），其產品是具體勞動時間的物件化成果。活勞動的創造性潛能，只有當它從屬於一種歷史上被決定的生產方式的社會關係時，才會變成現實，因為勞動始終是在一個有組織的共同體內部進行的社會活動。在資本主義社會中，生產關係由雇傭勞動的社會形式所決定，這種形式使活勞動在生產過程中從屬於資本的支配。因此，資本主義生產關係是活勞動的潛能轉化為現實的形式：內容形式，即資本主義中活勞動的自身之所是，亦即價值。當勞動從屬於資本的關係，從雇傭交換中單純的形式等價，轉向勞動過程內部實際的支配與從屬，並隨著機器的引入而改變了勞動的本質時，價值便最終作為整個社會結構的組織規則而確立起來。伴隨著勞動的實際從屬，『資本主義生產如今徹底擺脫了自給自足的生產形式，轉變為商品生產』（馬克思，1975—2001，34：106）。雇傭勞動在資本支配權之下的實際從屬狀態，作為商品純粹社會客觀性的內容形式，在價值範疇之上留下了其原初印記。價值是勞動的社會屬性在資本主義社會中所採取的特定的、歷史上被決定的形式，而勞動的社會屬性是人類勞動在所有社會生產方式中共有的普遍特徵。<sup>[1]</sup>

我們在商品交換領域所窺見的、隱藏於交換價值表像背後的同一形式，如今在商品生產領域中得以揭開其面紗。活勞動從屬於作為資本主義生產關係形式的價值，這一實際從屬關係將具體勞動轉化為抽象勞動，因為『一種關係只有通過抽象，才能獲得特定的存在形式，才能使自身成為一個獨立的東西』（馬克思，1975—2001，28：80）。在資本主義社會中，活勞動在雇傭勞動的社會形式中的抽象物件化，先於人類活動在產品中的具體物件化。活勞動的創造性潛能，在其現實化之前便已獨立成為一種商品，即勞動力，一旦被納入雇傭關係，這種潛能就獲得了抽象的客觀形態。在資本主義社會中，『脫離了全部勞動資料和勞動對象、脫離了其全部客觀性的勞動』，造就了『活勞動作為抽象存在』（馬克思，1975—2001，28：222），即一種褪去了任何具體規定性的純粹主體性存在。在其被使用之前，工人的具體個性在資本主義雇傭主眼中就已表現為一種抽象的剩餘價值生產能力。活勞動的潛能一旦轉化為雇傭勞動力，勞動便成為抽象的，甚至在商品被生產出來並轉化為貨幣之前就是如此。

在資本主義生產方式中，價值創造實體或內容的意旨（即可能之所是）是作為勞動過程純粹主觀要素的活勞動；它與作為客觀社會形式的價值相結合，決定了生產過程中商品純粹社會客觀性的內容實體（即自身之所是）。活勞動的創造性主體性在資本主義生產過程中從屬於價值的抽象客觀性，而內容實體正是在這一主體性從流動狀態到凝固的過渡中，實現為物件化的抽象勞動。與之相應的表達實體（即顯現之所是）是過去的勞動，或稱物件化的抽象勞動時間。這樣一來，承載著交換價值的產品自然形態，便成為了凝固的、結晶化的勞動時間：『社會勞動時間以潛在的形式存在於這些商品中，可以說，只有在商品交換的過程中，才會顯現出來』（馬克思，1975—2001，29：286）。對象化於商品中的勞動時間，並非生產個別商品中耗費的具體勞動時間，而是來自社會勞動生產率的平均值；這就是社會必要勞動時間。馬克思<sup>[2]</sup>為《資本論》德文第

[1] Marx, K. & Engels, F. (1975–2001). *Collected Works* (50 vols.). London: Lawrence and Wishart, Vol. 24. 商品的「價值」不過是以歷史地發展的形式，表現出了……勞動的社會性。（注：「價值」是資本主義勞動的歷史特定形式，聯合生產的勞動分配形式與之不同。）

[2] Heinrich, M. (2021). *How to Read Marx's "Capital": Commentary and Explanations on the Beginning Chapters*. New York: Monthly Review.

二版所撰寫的準備筆記就這一點做了明確闡釋：抽象勞動是『生產某種物品所耗費的社會必要勞動，即生產這件物品在社會平均水準上所需要花費的勞動』；它源於一種統一的、『共同的』實體，即由全社會總勞動分攤到個別商品生產中的勞動。在此意義上，即使是在生產領域內，價值也非絕對之物，因為只有『勞動產品彼此作為同一單位的表現形式而存在的關係，才構成它們的價值存在。』社會必要勞動時間的平均性質，構成了抽象勞動的恰當表現形式，因為平均性不過是從諸多不同的現實現象中提煉出來的一種抽象。『但是，這種平均性如果被視為既是驅動力，又是運動原則』（馬克思，1975—2001，28：75），它便非常現實了，而這正是構成價值創造實體的活勞動的具體屬性。如此一來，價值形式的發展便在其全部規定性上得以完成，如表 2 所示。

		交換對象		勞動產品	
		表達	內容	表達	內容
商品	形式	價格	交換價值		價值
	實體	貨幣	社會必要勞動時間		對象化的抽象勞動
意旨		等價形式		活勞動	

表 2 商品的價值形式

除了價值形式的質的規定性，馬克思還明確了量的規定性和價值尺度這兩個範疇。價值量是構成商品純粹社會客觀性的價值實體的既定數量。價值尺度則是與構成價值的實體相適配的特定表現形式。在我們的分析框架中，價值量對應內容實體的數量規定，而價值尺度則對應表達實體。從表 2 可見，價值量由物件化的抽象勞動的數量決定，但後者具有兩種不同的計量單位：在生產領域，價值尺度體現為社會必要勞動時間；而在流通領域，則以貨幣形式呈現。馬克思將前者界定為價值的『內在』計量尺度，將後者界定為價值的『外在』計量尺度。在等價交換中，這兩種計量尺度相互對應，因為二者所表徵的，都是以交換價值載體的身份凝結於商品中、具有特定量的物件化抽象勞動。正如布魯斯·羅伯茨<sup>[1]</sup>所指出的，用貨幣單位與同質勞動時間表示的這兩種價值計量尺度，源於同一個過程，該過程同時確立了交換環節中不同使用價值與生產環節中不同具體勞動之間的可通約性。由於貨幣與社會必要勞動時間所表達的是等量的價值量，兩者都可以借助一個等價轉換率（正如由勞動時間的貨幣表現所界定的轉換率）從經驗層面來計量商品的價值。然而，正是在這種和而不同的統一之中，潛藏著二者在不等價交換中發生背離的可能性，即當不同商品的交換比率，與其物件化抽象勞動的相對數量不相符時，便會出現<sup>[2]</sup>。

價值形式表現為一種複雜的結構，它以統一的邏輯將商品作為交換物件與勞動產品的雙重社會屬性整合起來，同時保持著二者的相對獨立性。圍繞馬克思價值理論而形成的『生產本位論』與『流通本位論』對立解讀範式，均有失偏頗，原因在於它們都將價值形式片面歸結為商品的某一維度。正如魯賓<sup>[3]</sup>所言，沒有貨幣，就不會有普遍化的交換結構，也不可能各個資本之間的競爭，而這種競爭正是價值規律作為社會平均尺度得以貫徹的現實機制。另一方面，若勞動沒有被資本實際吸納，那麼抽象勞動及作為價值實體的物件化形態也不會存在。在古希臘社會中，正是資本主義雇傭勞動這一歷史形態的缺席，才導致了亞里斯多

[1] Roberts, B. (2004). "Value, Abstract Labor, and Exchange Equivalence". In *The New Value Controversy and the Foundations of Economics*, ed. A. Freeman, A. Kliman, and J. Wells, 107-134. Cheltenham, UK: Edward Elgar.

[2] Ricci, A. (2019). "Unequal Exchange in the Age of Globalization". *Review of Radical Political Economics*, 51(2), 225-45.

[3] Rubin, I. (2017). "Essays on Marx's Theory of Money (1926-8)". In *Responses to Marx's Capital: From Rudolf Hilferding to Isaak Illich Rubin*, ed. R. B. Day and D. F. Gaido, 619-727. Leiden: Brill.

德無法揭示價值實體的本質。『市場社會』中貨幣的抽象社會支配力,與『工廠社會』中資本對雇傭勞動的具體支配權,是價值的析取性綜合所鑄造的一枚硬幣的兩面。勞動剝削,產生於勞動力價值決定環節中物化勞動的交換對等性與資本對活勞動創造性活動的壟斷性使用及佔有這二者的結合。勞動過程中的這種剝削關係,乃是貨幣對整個社會再生產施行普遍抽象支配的原型與根基,正是這一原型與根基,借助形式上的等價關係,消弭了其中實際存在的種種不平等差異。

## 五、作為資本主義社會關係現實抽象的價值編碼

對馬克思價值理論基本範疇的重構,有助於我們解碼商品的『社會象形文字』。價值表現為商品兼具勞動產品與交換物件雙重社會屬性的析取性綜合,這一綜合通過凝結於商品體中的交換價值的仲介作用得以實現。這種雙重社會維度,根源於資本主義社會關係的二重性。即在生產領域表現為雇傭勞動被資本實際吸納,在流通領域表現為市場對等關係。由此,資本主義社會的拜物教性質也具有了二重性。

馬克思的理論中,資本主義社會的神秘化進程包含物化(Versachlichung)與物象化(Verdinglichung)兩個階段:物化是人與人的關係轉化為抽象物(Sache)承載的客觀社會形式,物象化則是這些形式進一步轉化為物質實體(Dinge),物成為社會關係的能動載體,人淪為被動承擔者。我們的理論重構表明,物化環節發生於生產領域,在該領域中,社會關係以價值的抽象客觀社會形式呈現,並在產品中表現為交換價值。而後續的物象化環節則發生於流通領域,在該領域中,價值轉化為貨幣,這種貨幣是『社會勞動的個體化化身、交換價值的獨立存在形式以及一般等價商品』(馬克思,1975—2001,35:148)。交換價值的仲介作用構成了商品拜物教的基礎,因為在生產領域中物化為物的社會關係,在流通領域裡只以物的形態呈現,即貨幣的形式<sup>[1]</sup>。

價值是資本主義社會關係的抽象物件化,起源於生產中雇傭勞動被資本實際吸納。借助價值,商品兼具自然客觀性與純粹社會客觀性——後者將商品與其他所有商品關聯,使其成為社會總勞動的組成部分。這種純粹社會客觀性在生產領域以交換價值凝結於商品形態,代表一定量對象化抽象勞動,內在計量尺度為社會必要勞動時間;在交換中轉化為流通領域的交換價值(價格),代表等量物件化抽象勞動,外在計量尺度為貨幣。交換價值扮演著轉喻性仲介的角色,將價值的表現形式從生產的話語體系轉換為商品流通的話語體系,進而實現貨幣與社會必要勞動時間這兩種價值計量尺度的相互換算。如此一來,價值的客觀形式便充當了一種社會編碼或演算法,它使分配到商品生產中的社會勞動份額,與該商品在市場交換中所能滿足的、具備支付能力的社會現實需求份額形成對等關係。因此,價值編碼借助交換價值的仲介作用,將分裂為拜物教性質的市場對等關係與資本支配關係的資本主義二重社會關係整合起來,但並未消解二者之間的內在張力。

價值的社會形式既非源於市場,亦非源於貨幣,而是源於雇傭勞動,即資本主義中由歷史所決定的勞動社會形式。從歷史上看,市場與貨幣早於資本主義而存在。二者在古代奴隸社會與封建社會便已存在,卻從未成為社會再生產的主導形式。在那些社會中,社會分工與社會產品分配,是通過由傳統承襲或由暴力確立的直接人身依附關係體系來實現的。若無價值的客觀抽象形式作為依託,市場與貨幣就不可能滲透到社會生活的所有領域,而只能被局限在邊緣地帶,從屬於人身支配機制。唯有當勞動的客觀條件與主觀條件徹底分離、資本—雇傭勞動關係得以確立之後,市場才成為佔據主導地位的社會機制。在這一新的社會秩序中,價值作為資本主義生產社會關係的客觀形式,成為支配社會生活與個體生活的規範性編碼。這種

[1] Bologh, R. (2009). *Dialectical Phenomenology: Marx's Method*. London: Routledge.



抽象支配的客觀社會形式,自發產生於社會行動者(資本家、工人、企業、消費者)的種種個體實踐,並充當著社會自我組織的無意識自動機制。

價值編碼在資本主義社會中至關重要,它以統一拜物教邏輯整合兩種對立社會關係:等級制生產關係與市場對等關係。它確保資本主義生產(核心是榨取雇傭勞動的剩餘價值)與社會再生產、有支付能力的社會需求滿足相相容,既使資本家對工人的剝削符合資本與勞動力的等價交換原則,又促成社會勞動分工,讓眾多獨立生產者為追逐私利持續競爭。由此,價值作為一種現實抽象,確立了自身對資本主義社會中個體生活與集體生活的支配地位。

價值的現實抽象是歷史特定的資本主義生產方式的產物,這種生產方式作為無目的、無主體的自動編碼,維繫資本主義社會秩序再生產。它是資本主義社會關係的抽象物件化,隨著資本—雇傭勞動關係確立、社會勞動主客觀條件強制分離,這一抽象形態歷史性生成。價值的現實抽象將社會關係自然化,把人類有意識的協作轉變為事物互聯網路的自動產物。從這一意義而言,資本主義是歷史性生成的『自然性社會秩序』,脫胎於人為建構、與人疏離的機制,其中追尋意義、實現自主及踐行人類物種目的性規劃皆無容身之地。

(Editors: Derrick MI & JIANG Qing)