

# 현대부르조아《미시경제학》이 설교하는 《효용가치설》의 반동성

정 광 수

위대한 령도자 김정일동지께서는 다음과 같이 교시하시였다.

《우리는 부르조아어용학자들이 들고나오는 경제리론의 기만성과 그 반동적본질을 똑똑히 꿰뚫어보아야 합니다.》(《김정일전집》 제7권 262페이지)

《미시경제학》은 《거시경제학》과 함께 오늘 약육강식의 생존법칙이 지배하는 자본주의 시장경제를 변호하는 현대부르조아경제학의 대표적인 조류를 이루고있다.

《미시경제학》에서 설교하는 《효용가치설》은 상품의 본질에 대한 궤변적인 리론에 기초하고있다.

《미시경제학》에서는 《가정에 의해 소비되는 재화나 봉사를 일반적으로 상품》이라고 하였다. 말하자면 상품이라는것은 단위시간당 제공되는 소비봉사의 흐름으로 파악하는것이 편리하다는것이다. 따라서 선택의 대상물은 상품 그자체가 아니라 상품에 의해 제공되는 봉사라고 하였다.

상품의 본질에 대한 설교는 우선 상품을 봉사로 확대시킴으로써 상품의 본질을 외곡하는 기만적이고 비과학적인것이다.

상품은 팔기 위하여 만든 물건으로서 사람의 일정한 욕망을 충족시키고 사람의 로동이 투하된 쓸모있고 가치있는 외적대상이며 일정한 형태의 물건이다. 따라서 상품은 사용가치와 가치를 자기의 고유한 속성으로 하는 물질적부이며 팔고사는 사람들의 사회적관계를 반영하는 하나의 력사적범주이다. 한편 상품은 자연을 개조하여 물질적부를 창조해내는 사람들의 경제활동 즉 생산과정에서 형성되는 생산력역의 산물이다.

봉사는 사람의 일정한 욕망을 충족시키는 사람들의 활동력역이다. 때문에 사람의 어떤 욕망을 충족시키는가에 따라 봉사가 생산적봉사와 비생산적봉사로 갈라지는것은 물론 사실이다.

그런데 《미시경제학》에서는 비생산적봉사까지 포함한 봉사일반에 대하여 상품으로 규정함으로써 상품의 본질을 확대시켜 외곡하고있다.

봉사일반은 상품으로 될수 없다. 봉사는 사람의 욕망, 수요를 충족시키는 활동이지 결코 팔기 위한 물건이 아니다. 봉사는 사람의 일정한 욕망을 충족시키는 사람의 활동으로서 일정한 물건으로 표현되는것이 아니며 따라서 상품의 근본속성인 가치를 가지지 못한다. 때문에 상품에 한에서는 가치의 표현인 가격이 지불되지만 봉사에 대해서는 가격이 아니라 일정한 봉사활동의 대가로서의 료금이 지불된다.

상품의 본질에 대한 설교는 또한 상품의 가치를 외곡하는 《효용가치설》을 조작하기 위해 꾸며낸 반동적인것이다.

《효용가치설》은 상품의 가치를 거기에 투하된 로동이 아니라 그 상품의 유용성에 대한 개별적사람의 주관적심리적평가인 효용으로 묘사하는 대표적인 부르조아가치학설이다. 때문에 그것은 이미 오래전부터 로동계급의 가치학설에 대치되어 자본주의착취의 본질을 가리우고 부인하는 반동적인 변호론으로 복무하고있다.

《미시경제학》에서 설교하는것처럼 상품이라는것은 단위시간당 제공되는 소비봉사의 흐름이며 따라서 선택의 대상물은 상품 그자체가 아니라 상품에 의해 제공되는 봉사라고

주장한것은 다름아니라 상품의 본질에 대한 외곡된 궤변으로부터 직접 《효용가치설》을 끌어내기 위한것이다. 《상품에 의해 제공되는 봉사》의 정도 그자체가 바로 개인의 수요충족정도, 만족정도를 표현하는 효용인것이다. 결국 봉사가 상품으로 되었으며 그 봉사정도가 《미시경제학》의 효용으로 되게 된다.

《미시경제학》은 상품의 본질에 대한 궤변에 기초하여 《효용가치설》을 조작하였다.

《미시경제학》에서는 《개인이건 가정이건간에 한 소비단위는 주어진 일정한 기간동안에 소비된 상품이 제공하는 봉사로부터 만족 혹은 효용》을 얻는다고 하였다. 여기서 말하는 상품이 제공하는 봉사로부터의 만족 혹은 효용이란 다름아닌 상품의 가치에 대한 문제이다. 결국 상품을 봉사로 묘사한데 기초하여 그 상품의 가치를 효용에 귀착시킨것이다.

《미시경제학》이 설교하는 《효용가치설》은 상품의 가치에 대한 외곡된 궤변을 조작한데 기초하여 반인민적인 자본주의시장경제를 합리화하는 《미시경제학》의 이론적기초를 마련하려는 반동적이고 기만적인것이다.

《효용가치설》은 우선 노동가치설을 부인함으로써 자본주의적착취를 가리우고 합리화하는 반동적인 설교이다.

자본주의적착취는 인류력사에서 자주성에 대한 인민대중의 지향과 요구를 짓밟는 가장 가혹한 착취이며 경제생활에서 그것은 임금노동자에 대한 자본가의 착취, 잉여가치착취로 특징지어진다. 때문에 자본주의적착취의 비밀은 잉여가치에 대한 해명을 통하여 밝혀지며 그것은 노동가치설에 의해서만 가능한것이다. 이것은 결국 노동가치설을 인정하는가 부인하는가 하는 문제가 자본주의적착취를 인정하는가 부인하는가 하는 근본문제로 된다는것을 말해준다.

《미시경제학》이 상품의 가치를 효용에 귀착시킨것은 바로 그것이 자본주의적착취의 본질을 폭로할수 있는 노동가치설을 근본적으로 부정하기때문인것이다.

《미시경제학》이 설교하는 효용은 소비되는 상품이 제공하는 봉사로부터의 만족이다. 다시말하면 상품에 대한 소비자의 수요충족정도, 만족정도가 곧 그 상품의 효용이며 이 효용에 의하여 그 상품의 가치가 주관적으로 규제된다는것이다. 이것은 결국 상품의 가치가 거기에 투하된 사회적으로동에 의하여 객관적으로 규정된다는 노동가치설을 근본적으로 부정하는것이다. 그렇게 함으로써 자본주의시장경제에서 상품의 가치는 오직 그 소비자들의 주관적평가, 수요충족정도에 의해 규정되기때문에 그 어떠한 착취도 있을수 없다는것을 합리화한다.

《효용가치설》은 또한 과학리론적으로 부당한 사이비적궤변이다.

효용이 상품의 가치를 대변하는 독자적인 경제범주로 성립되자면 거기에 과학리론적인 질적규정성과 함께 량적규정성이 동시에 부여되어야 한다.

《미시경제학》이 설교하는 효용이 본질에 있어서 상품의 유용성에 대한 주관적평가라면 그것은 동시에 량적으로도 그 크기를 측정할수 있어야 한다. 효용이 상품의 가치이고 따라서 상품의 가치는 그것이 소비자에게 제공하는 수요충족, 만족정도라는것인데 이러한 효용은 량적으로 도저히 측정할수 없는것이다. 수요충족정도 즉 만족, 효용은 물질적인것, 객관적인것이 아니다. 이것은 그 어떤 단위로도 량적규정을 줄수 없는 심리적인것이며 관념적인것이다.

물론 《미시경제학》에서는 이 효용이 《측정가능》하다고 하면서 이를 위해 《효용함수》라는것을 도입하여 수자적관계로써 그 크기를 대비하고있다. 실례로 《가》라는 사람이

x재 및 y재의 소비로부터 얻는 효용이 함수로서  $u=xy$ 로 주어진다고 가정하면 효용은 x재 및 y재의 량의 곱으로 표시된다는것이다. 즉 《가》라는 사람은 x재 10단위, y재 10단위로 이루어진 상품묶음으로부터  $100(10 \times 10)$ 단위의 효용을 얻는다는것이다.

여기서 문제는 수자적관계로 표현된 x재 10단위, y재 10단위라는 효용의 측정단위이다. 량적인 측정단위로서의 효용의 크기에 그 어떤 물리적단위를 부여하지 못한채 단지 수자적관계만을 표시하고있다.

《효용가치설》은 또한 가치를 판단하는 주체를 사회적존재인 사람이 아니라 오직 자신의 리해관계만을 타산하는 개인으로 보는 허황하고 비과학적인 리론이다.

가치에 대한 평가는 사람이 하며 가치문제는 사람과의 관계속에서만 정확히 해명될수 있다. 여기서 말하는 사람은 오직 자신의 리해관계만을 타산하는 주관적인 개인이 아니다.

가치는 일정한 사회적집단에 의해 사회적필요로동의 크기에 따라 가치법칙의 요구에 맞게 객관적으로 규제된다. 만일 개인을 가치판단의 주체로 보는 경우에는 가치의 크기가 각이하게 평가된다. 다시말하여 가치를 평가하는 척도는 각자가 처한 구체적생활조건과 주관적요구에 따라 결정되게 되며 그렇게 되면 하나의 상품에 대하여 각이한 가치평가를 내리게 된다.

《미시경제학》이 설교하는 《효용과 선호리론》이 바로 그러하다. 거기서는 《각 개인의 생리적 및 심리적성격에 따라 변하는 극히 주관적인 소비자선호현상을 수량화할수 있다는 생각을 독자들은 수궁하기 힘들것이다.》라고 하면서도 《우리들의 분석목적에서는 상품 묶음들에 부여된 특정의 수치 그자체는 중요하지 않다.》라고 하고있다. 여기서 《특정의 수치》란 효용을 의미하며 그것은 곧 《각 개인의 생리적 및 심리적성격에 따라 변하는 극히 주관적인 소비자선호현상을 수량화》한것이다. 그러면 하나의 상품에 대하여 그러한 《각 개인》이 각이한 가치평가를 내리게 된다. 결국 그 가치는 경제계산의 도구 및 교환의 척도로서의 자기의 역할을 할수 없게 되며 아무런 타당성도 가지지 못하는 무의미하고 비과학적인것으로밖에 될수 없다.

《미시경제학》의 《효용과 선호리론》은 전혀 새로운 내용이 없이 이미 오래전에 발생하였다가 파산되고 변천되어온 속류적인 부르조아효용가치설을 그대로 채용한 기만적인 현대부르조아가치학설이다.

최초의 《효용가치설》은 19세기 전반기 부르조아속류경제학자인 프랑스의 쎄이(1767—1832년)에 의해 발생하였다. 그는 생산과정에서 창조되는것은 물질이 아니라 《효용》이며 이러한 《효용》이 대상물에 가치를 부여한다고 하였다. 그리고 《효용》은 노동, 자본, 토지의 《생산의 3요인》의 《봉사》에 의해 창조된다는 《봉사설》도 조작하였다.

그후 오스트리아의 심리학파의 대표자인 뵘 바웨어크(1851—1914년)는 상품의 유용성에 대한 개별적사람의 주관적평가를 《효용》이라고 하면서 이것이 상품가치의 기초에 놓인다고 하였다. 그리고 《효용》의 크기는 개별적사람의 복리충족의 량과 그에 따르는 구체적평가에 의존한다고 하면서 《수요포화의 법칙》, 《한계효용가치설》 등으로 체계화하였다.

《효용가치설》이 노동가치설에 의해 그 기만성과 허황성이 드러나게 됨에 따라 보다 교묘한 방법으로 《효용가치설》을 주장하는 절충주의적변들이 조작되었다.

속류적인 《수요공급설》, 《효용가치설》, 《생산비설》을 종합절충한 캠브리찌학파의 대표자 마샬(1842—1924년)의 《균형가격설》, 맑스의 노동가치설에서는 물건의 《효용》이 무

시되었다면 뵘 바웨르크의 《효용가치설》에서는 노동이 추상되었다고 하면서 량자를 결합시킬것을 주장한 베른슈타인의 수정주의적설교가 그러한것이다.

특히 현대부르쥬아《복지경제론》에서 《효용가치설》은 보다 교묘한 방법으로 구체화되었다. 거기서는 종래의 가치학설을 모두 《객관가치설》과 《주관가치설》로 분리한데 기초하여 《객관가치설》은 고전경제학으로부터 맑스주의경제학에 이르는 가치학설로서 생산자의 립장에서 재부의 생산에 투하된 노동의 량을 가치로 한다면 《주관가치설》은 《근대경제학》에서의 가치학설로서 부가 소비자에 대하여 가치는 《효용》을 《가치》로 한다고 주장하였다. 그리고 이러한 《객관가치설》이나 《주관가치설》은 다같이 가치의 일면밖에 보지 못하는 부분적인 이론이라고 하면서 가치의 본질을 《객체와 주체와의 관계성》으로 규정하고 그것을 상대적인것으로 보는 견해야말로 가장 정확한 《가치론》이라고 주장하였다. 이로부터 경제적부, 상품의 가치는 개인과 경제적부와의 관계성 다시말하면 《경제적부에 대한 개인의 립장으로부터의 합목적성》에 의해 결정된다고 하였다.

《복지경제론》자들은 저들의 가치리론이 마치도 선행학설들의 《일면성》을 극복한 새롭고 완성된 가치리론인듯이 설교하지만 이것 역시 비과학적인 《효용가치설》의 재판에 불과하다. 여기서 말하는 《합목적성》, 《관계성》 등은 표현만 다를뿐 물건에 대한 사람의 주관심리적인 이해관계를 반영하는 《효용》외에 다른것이 아니다.

우리는 부르쥬아《미시경제학》의 기만성과 반동성을 똑바로 꿰뚫어보고 자본주의시장경제에 대한 사소한 환상도 배격하며 우리 식의 사회주의경제를 고수하고 그 우월성을 남김없이 발휘하여야 할것이다.