

# 商品價値의 集團的 自然性: 母集團과 標本의 價値關係

金 俊 輔

이 글은 상품의 價値와 價格, 그리고 生産價格과 市場價値를 각각 母集團과 標本 사이의 관계로 파악하려고 한다. 마르크스가 『資本論』을 집필할 당시에는 모집단과 표본의 상호관계에 관한 統計理論이 발달하지 않았기 때문에, 그는 가치와 가격, 그리고 생산가격과 시장가치를 수미일관하게 정리하기 어려웠다고 보아진다.

## 1. 解 題

資本制 하의 상품가치는 개별적 생산물의 勞動體化量에 그칠 수 없다. 가치는 剩餘價値와 함께 사회 전체의 집단적 상품에 관련된 流通機構가 만들어내는 物神性인 實體이다. 가치란 분명히 상품의 교환에 앞서 존재하는 實體的 基準의 개념이지만 교환의 當事者에게는 언제나 수량적으로는 밝혀져 있지 않다. 오히려 숨겨진 인간노동의 結晶이라고 말하는 것이 정확한 개념이다.

상품의 時代的 自然性的의 制約된 측면이 物神性이라함은 주지하는 바이거니와, 물신성은 결코 상품의 使用價値나 交換價値 또는 價値規定의 내용을 가리키지는 않는다. 물신성은 生産關係의 독특한 역사적 성격, 즉 資本制 사회의 시대적 勞動生産의 인간적 반영일 뿐이다. 그러므로 물신성은 인간의 對物的 幻想에 그치는 것이 아니라, 교환물인 상품의 특성, 특히 勞動力的 商品化에 직결된 사회적 노동의 특성, 즉 숨겨진 사회적 노동의 시대성을 반영한다. 여기에서 개인의 疎外化와 自然的 抽象化, 즉 集團化는 바로 상품과 더불어 실현되는 하나의 사회적 屬性이며, 숨겨진 교환의 비밀이다. 우선 마르크스의 『資本論』은 이 점을 다음과 같이 규정하고 있다.

인간이 자기의 노동생산물을 서로 가치로서 관계지우는 것은 그들의 사물이 노동의 外皮物로서 보여지기 때문은 아니다. 그와 반대이다. 그들은 우선 그들의 각종 생산물을 서로 교환함으로써 가치로서 同等하다고 다룰 뿐이다. 그들은 위의 사실을 알지 못한다. 그러나 그들은 이를 행하는 것이다. 가치라는 額面에는 그것이 무엇이라고 쓰여져 있지 않다. 가치는 오히려 노동생산물을 社會的 象形文字(social hieroglyphic)로 轉化시킨다(Marx(1867), 제1장).

여기서 말하는 '사회적 상형문자'란 상품의 가치를 상품과 더불어 象徵할 뿐, 아직 자본제 상품의 特性을 경제 전체에 걸쳐 해명하고 있지는 않다. 우선 물신성의 출발과 상품 가치의 轉化를 지적하고 있기는 하나, 주어진 集團의 특성에는 당장 미치지 않고 있다. 그렇지만 개별적 상품의 體化價値의 개념에 머물러 있을 수 없다. 특히 『資本論』 제3권에 이르러 生産價格의 개념을 도입함으로써 사회 전체의 가격체계를 상품의 물신성과 함께 사회 전체의 自然法則으로 보편화한다. 그 중 가치의 轉化形態인 생산가격에 관해 일단 보면 다음과 같다.

제1권과 제2권에서 우리는 상품의 가치만을 다루었으나 지금에 와서는 이 가치의 일 부로서 費用價格이 분리되고 다른 면에서는 가치의 한 전화형태로서 생산가격이 전개된다(Marx (1894)).

그러나 生産價格은 自然的 分化發展으로서 費用價格과 平均利潤의 형성과 아울러 母集團 상품의 時代的 가치인 생산가격의 自然價格化를 뜻하고 있다. 따라서 이 단락은 수량적으로 보면 노동시간의 價値實體 그것이 화폐단위인 생산가격화했다는 하나의 자연법칙을 가리킬 뿐이지만, 당연히 상품경제의 발달, 따라서 자본제 시장의 발달을 시사하고 있다. 바로 集團의 생산이 이것이다.

그런데 당면한 시대적 상품의 집단화는 시장의 발달과 더불어 '사회적 상형문자'의 복잡화를 더욱 진행시키기 마련이므로 위의 가치전화인 생산가격화의 진행기구 역시 단순하지 않다. 한 말로 자연법칙 또는 가치법칙이라 하지만, 그 機構의 過程은 여전히 당사자에게는 알려지지 않고 있다. 무엇보다 가치의 剩餘問題는 한때 학계의 가장 심각한 난제로 대두했고, 그 중 『자본론』을 비판하거나 동조하거나 타협하는 것은 그만두고, '가격으로부터 가치로'라는 주장이나 심지어 價値無用論이 나타나게 된 셈이다.

『자본론』 자체가 가치와 가격의 일치를 명확히 반증하기 어려웠기 때문에 위와 같은 사태는 예상할 수 있었으나, 문제의 조건은 集團的이며, 物神的이었던 소치이다. 즉 예컨대

여러 상품가치로부터 가격으로의 형식적 변화, 즉 形態轉化는 문제가 아니다. 문제는 시장가치로부터의 또는 더욱 생산가격으로부터의 시장가격의 특정한 偏倚다 (Marx (1894), 제10장).

이러한 命題 역시 일단 價値의 形態의 象徵化로 보아지는 자연적 진행을 가리키는 반면 그 因果를 따져 볼 때 문제는 남아있는 것이 분명하다. 개별적 部分集團이나 전체적 母集團

團은 응당 물어야 하고, 그들과 標本의 市場價格과의 必然的 對立性이 당장 부각되는 대상이다. 따라서 전통적 전화문제는 깊이 따질 필요조차 없는 自然現象이라 하겠으나, 가치로부터 乖離하는 價格差의 일반적 보급관계 역시 단순한 대상이라 할 수 없다. 여기에 어차피 모집단과 표본 사이의 가치관계는 誤差문제를 인식할 수밖에 없는 것에 대하여 다만 『자본론』이 이러한 機構的 條件을 구체적으로 체계화하지 않은 점이 아쉬울 따름이다.

사실 당면한 集團의 商品 밑에 문제의 구체적 관계란 자본제적 競爭을 분석하는 일에 지나지 않은 만큼 이 점을 여기에서 재론할 필요는 없을 것도 같다. 더구나 발전한 統計理論을 인용하기에는 『자본론』의 시대적 배경이 충분하지 않았다는 점도 부득이 한 사정이었으나 결과는 어쨌든 현실적 상품가치의 生成과 轉化의 과정이 자연법칙의 所産으로 전개되는 것이며 집단적 배경 밑에 '특정한 偏倚'의 의미를 갖고 있다는 점을 잊을 수 없다.

상품의 가치에 의한 교환 또는 판매는 상품들이 균형을 갖는 합리적인 것이며, 그들의 자연법칙이다. 이것으로부터 출발하여 여러 偏倚 그것이 설명되어야 하며, 거꾸로 여러 偏倚로부터 법칙 그것이 설명될 수는 없다(Marx (1894), 제10장).

따라서 자본제 하의 가치법칙은 기본적으로 自然法則이며, 人爲的으로 操作되거나 설정되는 성질의 것이 아니라 時代的 인식은 각별히 중요하다. 가치형성이 母集團 商品의 사회적 운동과 標本의 구조를 떠날 수 없다는 점, 그 가운데 표본적 상품 가격의 平均値에 의하지 않고 특수한 생산가격을 규정할 수 있게 된다는 점, 그리고 總價値 = 總價格이라는 명제를 당면한 價値先行으로 원용할 수 없다는 점 등 역시 응당 再認識이 절실히 요구되는 현실이다.

## 2. 母集團과 貨幣的 價値의 先行性

自然的 價値의 1차적 전화형태는 私的 勞動生産物의 母集團인 상품의 生産價格이 될 수밖에 없다. 생산가격이 어찌하여 費用價格과 平均利潤의 두 요인으로 分化하는가는 자본제 시장의 경쟁조건이 가져온 필연적 교환관계, 따라서 모집단과 표본 사이의 균형을 뜻한 結果라 할 수밖에 없다. 그러나 모집단의 가치인 생산가격은 市場價格인 표본적 실현 가격의 平均과 동시적이라 볼 수는 없고, 전자만이 후자에 대한 制約性을 가지고 있다. 다시 말해 그것은 이른바 母數(parameter)인 것이며, 표본적 상품가격의 지배적 先行者일

뿐이다. 요컨대

가치법칙에 의한 가격과 가격운동의 지배는 별개(의 문제)라 하더라도, 상품의 가치를 단순히 理論뿐 아니라 歷史的으로도 상품의 생산가격의 先行者(Das Prius)로 보는 것은 전적으로 타당하다(Marx(1894), 제10장).

資本制下 가치는 노동의 集團的 實體를 가리키는 것이고, 생산가격은 시장가격의 理想的 價格形態를 뜻할 뿐이므로 가치와 가격의 不一致는 오히려 당연하다 하겠으나, 가치의 先行的 基準性 없이 수요공급에 의해서만 가격이 주어질 리 없다. 결국 未知의 가치를 기준으로 개별적 수요공급의 운동이 전개된다 할 수밖에 없지만, 사실 그 基準이라는 가치의 속성은 先行的 수요공급운동의 종합적 결과로 주어지는 모집단의 理想點이라는 특정적 社會性이다. 다시 『자본론』을 인용하면,

사실, 노동생산물의 가치적 성격은 가치의 대소에 의한 기능에 의해 고정된다. 그 가치의 대소는 항상 交換者들의 意志, 豫見, 行爲로부터 독립적으로 변화한다. 교환자들 자신의 社會的 運動은 그들에 대하여 物的 운동의 형태를 취하는데, 그들은 이 운동을 規制하는 것이 아니라 그 운동에 의해 규제되는 것이다. 서로 독립적으로 營爲하는 社會的 分業의 自然發生的 구성분자로서 각 방면에 상호의존하는 私的 勞動이 계속적으로 그 사회에서 일정한 比率的 量으로 調整되는 것은, 사적 노동의 생산물이 우연적이거나 항상 움직이는 교환관계에서 생산에 필요한 사회적 勞動時間(註: 가치량)이 규제적 자연법칙으로 강력히 貫徹하기 때문이다(Marx(1867), 제1장).

다시 말해 발달한 상품생산에서 價値라는 것은 모집단적 생산물의 量化한 비밀적 노동이다. 요컨대 노동시간에 의해 가치의 대소가 규정되는 것은 완전히 발달한 상품생산을 요구한다. 그도 상대적 상품가치의 현상운동 밑에 숨어있는 비밀이나, 이것은 결코 상품의 물신성과 배반하는 것이 아니다.

가치에 의해 가격이 규제되는 것은 『자본론』을 기다릴 필요도 없이 합리적인 자연법칙임에 틀림없다. 그 합리성은 다름아닌 상품의 母集團이 가져온 필연성에 일치하는 길이다. 그것의 물신적 비밀과도 직결된 합리적 명제다. 그럼에도 불구하고 이른바 貨幣的 價値論은 이에 逆行해 오히려 노동의 가치를 화폐적 가치나 勞賃의 형태로 규정함이 옳다고 주장한다. 예컨대 폴리(D. Foley)는 다음과 같이 말한다.

노동력의 가치는 화폐의 가치에 화폐임금을 곱한 것이다. ... 이것은 1단위의 노동력

을 임금형태로 표시한 것이나, 이 때 필요한 조건은 화폐가치와 화폐임금이 不變으로 보존되는 일이다. 마르크스의 방법은 이들의 불변을 전제하지만, 만약 산출물 가격을 불변자본의 가격으로 도입한다면 화폐가치는 변화한다[Foley(1986)].

노동력=임금×화폐가치, 즉 본래의 가치인 노동력을 임금형태로 표시할 수 있다는 것인데, 이 경우 화폐가치를 불변이라고 전제해야 한다고 그는 보고있다. 노동력이 주체적 노동이 아니라 화폐가치에 지배될 수 있기 때문이나, 물론 이러한 貨幣價値說이 당장은 成立될리 없다. 그 자신 적어도 잉여가치의 여지를 부인하는 것은 아니지만, 우선 노동을 화폐가치로 代位시켰다는 것이 시대의 제약성을 넘은 沒價値論이다.

더욱이 화폐가치설의 개념도 다기한데, 그 중 특히 자본주의의 가치형태인 생산가격을 實體없는 幻想으로 보는 반면, 標本的 市場價格만을 진실한 상품가격(real price)으로 보는 견해는 각별하다. 이것을 그들은 이른바 마르크스에 대한 '新接近法'(new approach)이라고 부르면서 다음과 같이 주장한다.

생산가격이 시장가격의 원인이라는 것, 또는 생산가격은 진실하고 시장가격은 진실하지 않다(unreal)는 것을 마르크스의 思考에 귀결시키는 것은 不合理하고 虛僞的이다[Freeman and Carchedi(1996)].

그러나 이러한 주장은 스스로 자기반성이 필요한 화폐적 환상일 뿐이다. 사실 『자본론』은 앞 부분에서 이미 화폐론의 價値的 尺度觀을 강렬히 부인하고 있다. 즉

여러 상품은 화폐에 의해 通約되는 것은 아니다. 그와 반대다. 모든 상품은 가치로서 對象化한 인간노동이다. 따라서 그 자체로서 통약되는 것이므로, 그것의 가치를 동일한 특수상품으로 공통적으로 측정하는 것이며, 그럼으로써 이 상품은 그들의 공통적인 價値尺度 또는 화폐로서 轉化할 수 있게 된다. 가치척도로서의 화폐는 상품의 내재적 가치척도인 노동시간의 필연적인 현상형태이다(Marx(1867), 제3장).

노동만이 집단적 가치의 실체이고, 화폐는 개별적 형태인 상품의 가격을 표시할 뿐이다. 따라서 노동인 자연적 가치는 언제나 화폐적 表象인 人爲的 價格에 先行하며, 그 반대는 아니다. 만약 화폐를 굳이 價値視한다면, 화폐는 분명히 가장 발달된 交換性(共通性)을 보인 상품이지만 아직 가치의 실체 그것은 아닌 代用的 擬制物이다. 바로 이 점에 관해 『자본론』은 다음과 같이 논급한다.

화폐는 어찌하여 직접적으로 노동시간을 대표하지 않는가, 따라서 한 장의 紙幣가 x 노동시간을 표시하지 않는가라는 문제는 간단히 어찌하여 상품생산의 기초 위에서는 노동생산물이 상품으로 표시되는가의 문제로 귀착한다. 왜냐하면 상품의 표시는 이 상품과 화폐상품이 二重化한다는 문제를 포함하기 때문이다. 또는 사적 노동이 직접적으로 社會的 勞動으로서, 즉 그 반대물(註: 화폐)로서 표시될 수 없는가라는 문제에 귀착한다(Marx (1867), 제3장).

요컨대 노동가치를 사회적 화폐가치로 바꾸어 표시한다는 것, 즉 '勞動貨幣'를 직접적으로 교환의 實體로서 이용하는 것은 무리라고 말할 수밖에 없다. 즉, 상품생산을 기초로 존립하는 사회에서 여러 가지 조건들을 화폐라는 편리한 代用物로 처리하는 方便 그것이 사태를 왜곡하거나 흐리게 하는 길로 돌아갈 뿐이다.

어쨌든 가치에 앞서서 화폐나 가격의 형태를 내세울 수 없다는 점이 곧 자연법칙인 가치법칙이며, 모집단의 숨겨진 母價値의 물신적 선행성이 아닐 수 없다. 따라서 여기에 모 집단과 표본의 합리적 인식 또한 전체 경제의 필연적 요인으로 현실화하는 所以이다.

### 3. 部分集團과 市場價値論

우리는 위에서 상품가치의 가격에 대한 필연적 先行性, 즉 가치의 가격에 대한 규칙적 지배력을 강조함에 있어서도 상품의 量的 生産, 따라서 그들의 모 집단 형성과 표본의 機構的 條件을 현실화한 논의에 주력한 바 있다. 거기에는 응당 가치와 가격의 선후관계 뿐 아니라, 생산가격의 자연성 확보와 시장가격의 인위적 개입 문제, 물신성의 보편적 전개 구조에 직결된 단계를 예상하기에 충분하다. 그 동안의 價値分析이 개별적 상품화 範疇에 집착한 나머지 그 기초적 배경인 모 집단의 인식을 등한시한 점이 없지 않았던 약점을 적극적으로 드러냈다고 볼 수도 있다. 따라서 단순한 하나의 집단이나 생산가격의 전제로부터 집단의 産業부분별 인식이나 시장가치의 일반적 도입이 또한 필연시되게 마련이다.

더욱 따져 보면, 대상의 내용이 모 집단과 표본, 또는 부분집단과 시장가치의 범주에 그칠 리 없고, 현실적 요구는 오히려 이들의 相互 混交狀態나 미래에 대한 展望的 분석, 無限集團과 그 有限化 特性 등 또한 응당 기대되는 범주이다. 그 중 특히 관심을 끄는 문제는 집단의 형성 그것을 자연적 산업화한 형태로 보는 일반론을 넘어서 특수 목적 밑에 인위적 대상을 설정한 경우라 할 수 있다. 이것은 원칙에 따르면 자본제 경제의 범주를 넘는 일로서 이론을 제약한다는 주장이 설 수도 있으나, 사실은 생산가격에 대응하는 시장가치의 독특한 위치 역시 이 분야에 도입될 수도 있는 문제이다.

『자본론』은 시장가치에 관한 한, 상당한 분량의 해명을 제3권 제10장 ‘競爭에 의한 一般利潤率의 均等化’와 ‘시장가격과 시장가치’라는 표제 밑에 전개하고 있으나, 그도 완결된 상태라 볼 수는 없다. 우선 눈에 띄는 시장가치의 개념을 보면 다음과 같다.

서로 다른 산업부문의 각 상품이 그것의 가치(註: 시장가치)에 따라 팔린다는 가정은, 다시 말할 것도 없이 여러 상품의 가격이 가치를 中心으로 운동하여 가격의 상승과 하락이 거기에 均等화하는 重心이 된다는 것을 뜻함에 불과하다. 이 때에 市場價値란 개별적 생산자의 생산상품의 個別的 價値와는 항상 구별되게 마련이다. … 시장가치는 한 쪽에서는 각 산업부문의 개별적 상품의 평균적 가치로 볼 수도 있고, 다른 한 쪽에서는 평균적 조건들 밑에서 생산된 각 산업부문의 大量的 產物들의 개별적 상품가치로 볼 수도 있을 것이다(Marx (1894), 제10장).

따라서 이 단락은 시장가치가 곧 당장 생산가격의 측면과 노동력(노동시간)의 측면에서 관찰할 수 있다는 뜻으로 해석되기도 하고, 또는 단순한 평균치의 價値量과 대량적 상품 집단을 대상화하는 價値測定을 뜻한 것 같기도 하다. 어쨌든 시장가치라는 개념은, 費用 가격에 일반적 평균이윤을 加合한 定型형태(즉 생산가격)에 이르지 못한 부문별 산업에 관한 특성이라는 것에는 의문의 여지가 없다. 요컨대 시장가치란 부분집단의 예상가치이며, 결과적으로 보아 시장가격을 자기 자신에 근접시키는 요인일 수밖에 없다. 그러므로 곧 中位的 조건들 밑에서 생산된 大量的 상품의 ‘가치’에 의해 규정된다고 보아지지만, 그자체 대량적 상품의 ‘가격’에 의해 규정되는 것은 물론 아니다. 가격의 母數인 생산가격과 마찬가지로 이 때의 시장가치 역시 틀림없이 물신적으로 주어지는 自然的 所産이 아닐 수 없다. 즉 시장가치는 人爲的 操作의 요인이 아니며, 對象의 개별적 산업집단과 더불어 사회적으로 주어지는 규제적 요인이라는 속성을 가진다.

일정한 상품의 생산에 지출된 사회적 노동의 분량이, 요구되는 社會的 慾望의 분량에 합치되고, 따라서 생산된 상품량이 需要 不變인 경우의 재생산의 보통 기준에 합치되면, 상품은 그의 시장가치 그대로 충족된다. 여러 상품이 가치에 따라 교환되거나 판매된다는 것은 여러 상품이 均衡을 이루는 합리적이고 자연적인 법칙이다 (Marx (1894), 제10장).

그러나 수요공급의 충족이나 시장가치의 실현 그것이 생산가격인 가치의 完成이라 할 수는 없다. 바로 이 점이 다름아닌 시장가치의 독립성이 주어지는 배경이다. 만약 시장가치의 生産價格化가 기대된다면, 굳이 생산가격 아닌 개별적 市場價値를 인식

할 필요성이 주어질 리 없다. 그에 대응하여 표본의 개별적 가치 역시 단순한 시장가격이 아닌 綜合性이 주어지기 마련이다. 그러므로 생산가격은 끝까지 일반성이나 선행성을 갖는 것이며, 단순한 형식적 시장가치나 시장가격의 極限的 特例에 머물러 있지 않는다고 보아야 마땅하다. 시장가치 자체 생산집단에 따라 개별적 완성체인 구조를 보일 수 있기 때문이다.

문제는 投入資本의 방향에 따라 각종의 표본집단에 대응한 시장가치는 각각 다르게 형성되는 것이고, 개별적 상품의 가치(가격)에 따라 그들이 규정되지 않는다는 것은 母數인 생산가격에서와 같다. 모름지기 이러한 특성이 자본제 시장가치의 복잡한 형성과정으로 나타날 뿐이다.

#### 4. 價値의 集團的 轉化形式

상품가치의 實體, 즉 교환가치물의 실체는 여기에 노동으로 주어져 있으나, 그 노동 자체는 형태를 달리한다. 이미 본 바와 같이 體化勞動(노동시간)의 생산가격화가 1차적 轉化형태이다. 그것은 일단 가치형태의 가격(화폐)형태로의 변동을 가리키는 것이므로 이들 전화는 응당 상품集團의 標識的 變化를 뜻하게 된다. 따라서 결과는 사회적 생산형태의 객관적 변혁이 수반되는 반면, 개별적 당사자의 교환에 대해 숨겨진 母數로 되기 마련이다. 이 점은 이미 상품세계의 물신적 자연성으로서 본론의 출발점이 되어 있는 예이지만, 당면한 우리의 진행 목표는 그들의 전화형식을 좀 더 집약적으로 보는 데 놓여있다. 사실 이것도 또한 이른바 價格論으로서 각종의 非自然법칙적 形式化論이 일찍부터 널리 논의된 것은 주지의 동태이다. 다만 아직 母集團과 母數의 시대적 배경이나 그들의 표본적 가격의 特性値에 관한 명확한 이론이 정립되었다 할 수는 없다. 오히려 화폐적 가치론과 같은 皮相論이 우세한 현실이다. 따라서 우리는 상품가치의 전화라는 기본 문제가 당장 總勞動과 價額에 관한 통계이론의 도입으로 여지없이 완결된다고 보고 있지는 않다. 경제사회를 지배하는 물신성만 하여도 따져보면 計測性을 크게 넘는 集團商品의 특징적 반영이나, 더욱이 이 때 상품의 물신성 자체 모집단의 도입과 아울러 분석의 복잡성 역시 가증하기 마련이다. 사실 이러한 新要因의 도입은 결코 인위적인 조작을 뜻하는 것이 아닌 만큼 상품경제의 발달이 가져온 자연적 가치법칙의 인식은 요구된다. 이 역시 쉽게 간과할 수 없는 이론의 기본적 요구조건일 뿐이다.

요는 상품집단의 전제 없이 근대적 가치형성의 契機를 찾을 수 없는 동시에 가치 量化에 의해 새로운 조건이 형성되고 규제된다. 그들은 누구나 인정하는 가치의 기본적 동인



의 자연적 조건이 아닐 수 없다. 다만 문제는 아직 집단적 가치분석의 적극적 의미마저 등한시되고 있는 학계의 일면이다. 물론 요구되는 數量的 조건이라 해도 언제나 일일이 참고하는 것은 적절하지 않다. 그러나 母集團의 無限性과 有限性, 大標本과 小標本의 母數 推定關係 등은 일상적으로 주목되는 중요한 요인이다. 이에 앞서 표본이나 집단의 基礎的 獨立性이나 構成比, 이윤의 前提性, 不等價교환이나 等가교환의 前提的 개념 등 또한 잊지 못할 기본요인임에 틀림없다. 이들 요인의 도입 자체가 일종의 人爲的 조작이라고 誤認될 수 있겠으나 반드시 그렇지는 않다. 그들 역시 따져보면 본래 경제 사회에서 자연법칙적 요인으로 정립된 것이 오히려 일반적이기 때문이다.

한편 경제문제의 形式的 對應에 관련하여, 이론이 흔히 사회과학적 범주를 넘어 자연과학이나 통계학의 범주에 진입하는 예는 不少하다. 거기에서 應用의 限界性이 뚜렷한 가운데 分析上 效果的 支援을 얻는 경우도 허다하다. 그 중 현실적 예로 量子力學上의 '슈뢰딩거 方程式'(Schredinger equation)을 들 수 있을 것 같다. 그것은 곧 量子集團의 運動법칙을 규정한 確率微分形式인데, 그 중에도 특히 運動量과 열량(energy)에 관한 演算子(作用子) (operator)와 特性方程式은 모집단과 표본의 관계식과 유사하다는 점에서 볼만한 대상이다. 즉, 상품의 가치인 母數(parameter)를 연산자  $A$ 로 보고, 特性值(eigenvalue)인  $a$ 를 생산가격  $a$ 로 대응시켜 볼 때,  $A$ 의 特性函數(eigenfunction)  $\varphi$ 에 대응한 波動의 特性方程式(eigenequation)은 일단 형식만을 표시하면 다음과 같다(Liboff(1991)).

$$A\varphi = a\varphi$$

따라서 이 방정식을 풀어서 각 特性值  $a$ 인 運動量  $p$  또는 熱量  $H$ (노동시간)를 얻게 된다는 요령이다. 그리고 참고로 결과만을 표시하면 다음과 같다.

$$p = hk, H = h^2k^2/2m$$

(단,  $h$ 는 Plank 常數,  $k$ 는 波數,  $m$ 은  $A$ 의 質量)

물론 위의 공식에서 본 각  $a$ 는 확률적으로 얻어지는 實驗的 數値인만큼 물신성의 문제는 고사하고, 경제적 현실에 어느 정도 대응할 것인가는 사실상 難點이 많다. 그럼에도 불구하고 굳이 여기에 내세운 고유한 實益은, 우선 모집단의 演算子인 가치  $A$ 의 특성치인 가격  $a$ 에 대한 先行性이 수량적으로 確認된 구조 그것이다. 말하자면, 현실적으로 요구된 경제적 가치의 轉化이론의 형성이 양자역학상의 자연적 운동에 관해 이미 효율적 방법이

라고 판명된 모형에 의해 전개될 수 있다는 것이고, 이 모형은 모집단과 표본의 가치관계를 定型的으로 해명하고 정립하는 데 효율적일 수 있다는 것이다. 더구나 운동량이나 열량 등의 요인은 바로 勞動力과 직결되기도 한다. 이러한 현실성을 가지기 때문에 기술적으로도 응용될 수 있는 일면이다.

## 5. 結 論

근대적 사회의 발달은 인간 노동력을 상품화함과 동시에 상품에 대해 경쟁원리에 의해 다음과 같은 몇 가지 가치적 특성-즉 流通性, 轉化性, 物神性, 先行性, 集團性, 增殖性 등-을 강화한 것이 분명하다. 이들 속성들은 서로 결합해 기능한다. 그러므로 발달된 상품가치의 해명은 적어도 이들의 인식과 아울러 結合의 客觀化 역시 요구되는 과업이다. 흔히 상품의 유통성을 강조한 나머지 물신성을 무시하거나, 가치가 가격에 선행한다는 것을 역전시킬 때, 이론의 모순이 드러난다. 여기에서 價値無用論마저 대두하는 배경이다.

사실 최근의 노동가치설 가운데 貨幣의 유통성에 의거한 轉化論은 무엇보다 상품의 특징적 속성인 集團性이나 가치의 선행성을 버린다는 標本觀은 볼 만하다. 특히 시장가격의 優位的 分析이 자연발생적인 집단성의 망각, 따라서 人間疎外の 형성과정을 자초하는 점은 각별한 폐습이다.

그러나 상품의 母集團과 표본 사이의 가치관계는 바로 시대적 특징이며, 가치의 가격에 대한 선행성은 너무나 분명하다. 이때에 비로소 轉化問題의 혼란은 제거되고, 부질없는 가치 = 가격의 聯立方程式體系나 逐次修正이라는 恣意的인 等價交換論이 사라진다. 사실상 『자본론』은 상품의 물신성과 가치의 선행성을 강조하면서 總價値 = 總價格, 平均價値 = 平均價格으로써 자신의 自然價格說을 관철하려 했으나, 아직 모집단의 표본에 대한 가치적 선행성을 명시하기에는 시대적 제약이 있었다. 아마 이 간단한 母集團化 命題 그것이 상품의 대량생산이라는 특성과 더불어 앞의 몇 가지 발달된 시대적 상품성의 종합적 특성이 성숙되기를 더욱 기다렸던 所以이다.

大韓民國學術院 會員, 前 서울大學校 教授

427-040 경기도 과천시 별양동 주공APT 501동 903호

전화: (02)502-8336

## 參 考 文 獻

- 金俊輔(1996): “價值와 價格轉化論,” 『經濟研究論文集』, I.  
\_\_\_\_\_ (1998): “價值法則의 再認識,” 『經濟研究論文集』, II.  
\_\_\_\_\_ (2000): “商品價值的 實體的 再認識,” 『學術院論文集』.
- Foley, D.(1986): *Understanding Capital: Marx's Economic Theory*.
- Freeman, A., and G. Carchedi(eds.)(1996): *Marx and Non-Equilibrium Economics*.
- Liboff, R.L.(1991): *Introductory Quantum Mechanics*, 2nd ed., chapter 3.
- Marx, K.(1867): *Das Kapital I*.
- \_\_\_\_\_ (1894): *Das Kapital III*.
- Sweezy, P.(1943): *The Theory of Capitalist Development*.