

# 정보와 신념, 그리고 경제적 합리성

이정전(서울대학교 환경대학원)

## I. 머리말

합리성은 근대와 전근대를 구분하는 두드러진 특징으로 인식되고 있다. 우리는 흔히 합리적인 것은 옳고 좋은 것, 비합리적인 것은 틀리고 나쁜 것으로 생각한다. 심지어 “합리적”인 것은 정당한 것, 정의로운 것과 동일시되고, “비합리적”이라는 말은 은연중에 도덕적 비난의 뜻을 담기도 한다. 이제 합리성은 민주주의와 더불어 현대 사회의 핵심적 가치로 자리 잡고 있다.

합리적이라는 말은 보통 개인의 행동을 놓고 하는 말이다. 행동이란 본질적으로 이유가 있고 이유가 요구되는 활동이다. 행동에 대한 이유를 알지 않고는 그 행동을 제대로 이해할 수 없다. 그 만큼 행동과 이유의 관계는 긴밀하다. 이런 까닭에 합리적이라는 말은 통상 ‘충분한 이유가 있다’는 뜻으로 통한다. 합리적(合理的)이라는 단어에서 ‘리(理)’가 이유(理由)를 뜻하는 것으로 보면, 합리적이라는 말은 이유에 합당하다는 뜻을 가진다. 어떤 행동을 수행할 충분한 이유가 있을 경우, 그 이유에 가장 합당한 것을 합리적이라고 해석할 수 있다. 배가 몹시 고프 때는 음식을 먹을 충분한 이유가 있고, 이때 껌을 씹는 것보다는 밥을 먹는 것이 그 이유에 가장 합당하다. 따라서 이때 밥을 먹는 행동은 합리적이다. 이런 의미의 합리성은 참다운 지식이 갖추어야 할 조건이기도 하다. 지식이나 과학적 신념의 경우, 믿을만한 충분한 이유가 있으면 그것을 믿는 것이 합리적이다.

경제학은 합리성을 연구하는 학문이다. 합리성은 경제학의 처음과 끝을 관통하는 핵심 개념이다. 철학, 심리학, 인지과학 등 경제학 인접분야도 합리성의 문제를 심도 있게 다룬다. 이들 모두 합리성의 문제를 다룬다고는 하지만 다루는 방식이나 내용은 사뭇 다르다. 엄밀하게 말해서 경제학은 합리성을 연구한다기보다는 합리적 선택을 연구대상으로 삼는다. 달리 말하면, 어떤 행동이 합리적 행동인가를 주로 연구한다는 것이다. 인접과학과는 달리 경제학은 합리성의 개념 그 자체를 깊이 다루지 않는다. 경제학이 말하는 합리성 개념은 간단하다. 주어진 목적을 가장 잘 달성하는 수단을 선택하는 것, 다시 말해서 도구적 합리성이 경제학에서 말하는 합리성의 전부다. 반면에, 예컨대, 철학은 도구적 합리성 이외에 여러 가지 다양한 합리성을 인정하고 연구대상으로 삼는다. 아마도 경제학에 대한 철학의 첫 번째 비판은 경제학이 도구적 합리성에 너무 집착하고 고집한다는 점일 것이다. 경제학은 사람들이 합리적으로 행동한다고 전제한다. 경제학자들은 사람들이 합리적이라고 굳게 믿는 경향이 있다. 이에 반해서 심리학이나 인지과학은 사람이 결코 합리적이지 못하다는 증거를 수없이 제시하고 있다.

합리적으로 행동하기 위해서는 우선 뚜렷하고 일관성 있는 행동목적을 가져야 할 뿐만 아니라 상황에 대한 정확한 지식을 바탕으로 한 합리적 신념을 가져야 한다. 행동목적의 문제는 일단 접어두고라도, 사람들이 과연 합리적 신념을 가지느냐에 대해서도 경제학의 입장은 다른 인접학문 분야의 입장과 큰 대조를 이루고 있다.<sup>1)</sup> 본 논문의 목적은 신념의 문

제와 관련하여 경제학의 주장과 인접과학들의 주장을 비교, 정리하고 주요 논쟁점들은 점점 함으로써 경제학과 인접학문 사이의 공동연구의 가능성을 제시하는 것이다. 신념의 문제에 대한 주장에 있어서 경제학과 인접과학 사이의 논쟁은 한편으로는 경제학이라는 학문의 발전에 좋은 계기가 되며, 또한 다른 한편으로는 경제학과 인접과학 사이의 공동연구의 장이 크게 열릴 가능성을 시사하기도 한다. 오늘날의 경제학자들은 별 신동한 내용도 없이 수학으로 기교만 부리고 있다는 비판이 경제학계 안팎에서 나오고 있다. 경제학자는 점차 기술자(technician)로 전락하고 있다는 자조의 목소리도 나오는 가운데 무언가 새로운 학문적 도약을 위한 돌파구를 찾아야 된다는 목소리도 나오고 있다. 그런 돌파구를 찾자면, 인접과학으로부터의 통찰력이 대폭 경제학에 주입되어야 할 것이다. 이미 이런 조짐이 도처에 나타나고 있다.

## II. 경제적 합리성

경제학은 도구적 합리성 이외의 합리성은 잘 인정하지 않을 뿐만 아니라 때로는 목살하기도 하는데, 경제학이 이와 같이 도구적 합리성 개념 한 가지를 고집하는 이유는, 이 개념이 우리 인간의 행동을 이해하거나 설명하고 예측하는 데에 가장 유용하다고 굳게 믿기 때문이다. 즉, 사람들이 합리적이라고 가정하면, 구체적인 상황에서 사람들이 어떻게 행동할 것인지를 체계적으로 추론해낼 수 있으며, 이 추론의 결과는 사람들의 행동을 가장 잘 설명하고 예측한다는 것이다. 따라서 “사람은 (도구적으로) 합리적이다”라는 가정은 경제학의 핵심가정이다. 이 가정이 무너지면, 경제학이 자랑하는 모든 경제이론들이 와르르 무너진다. 그렇다면, 이와 같이 경제적 합리성 개념에 전적으로 의지하고 있는 경제학이 우리의 현실을 얼마나 잘 설명하고 예측하는가? 물론 상황에 따라, 영역에 따라 달라지겠지만, 대체로 보아 그리 만족스럽지 못하다. 경제학이 잘 설명하지 못하는 현상이 속출하고 있고, 경제학의 예측은 빗나가기 일쑤다. 오죽하면, 경제학의 예측은 동전 던지기보다 못하다는 말이 나오겠는가? 동전 던지기를 하면 반이라도 맞추는데, 경제학은 그만도 못하다는 것이다.

그렇다면, 경제학의 현실에 대한 설명력이나 예측력이 이와 같이 초라한 이유는 무엇인가? “사람은 합리적이다”라는 가정으로부터의 추론과정이나 연구방법에 문제가 있는 것은 아닐까? 하지만, 이런 의심을 하기에는 경제학의 연구방법은 너무나 고도로 수학화되어 있고 정교하다. 물론 우리 현실에는 수학화하기 곤란한 현상이 많다. 특히 사람들 사이의 상호영향 관계가 복잡할 때는 이를 수학화해서 설명하기 매우 어려운 것으로 알려져 있다. 최근에는 “사람은 합리적이다”라는 경제학 핵심가정의 비현실성에서 경제학의 한계를 찾는 연구들이 활발하게 전개되고 있다.<sup>2)</sup> 사람들이 진정 합리적인가를 의심하게 하는 수많은 증거들이 심리학을 비롯한 다른 인접 학문분야의 실증연구에서 끊임없이 쏟아져 나오고 있다. “사람은 합리적이다”라는 말은 언뜻 보아 그 뜻이 분명해 보이고 그럴듯해 보이지만,

1)행동의 목적에 관한 논쟁에 대해서는 다음 문헌 참조:

이정전(2004), “경제적 합리성 비판”, 서울대학교 철학사상연구소 주최 심포지움,  
2004년 12월 9일

2)Stiglitz, J. E. (2004), “Information and the Change in the Paradigm in Economics”, in *New Frontiers in Economics* ed. by M. Szenberg & L. Ramrattan, Cambridge, U.K. : Cambridge University Press.

사실은 심각하게 깊고 넘어가야 할 복잡한 내용을 담은 말이다. 그럼에도 불구하고 많은 경제학자들이 그 복잡한 내용들을 미처 잘 알지 못하거나 또는 너무 간단하게 생각하는 경향이 있다.

위에서 언급하였듯이 경제학이 말하는 합리성은 오로지 도구적 합리성이다. 도구적 의미로 사람들이 합리적으로 행동하기 위해서는 우선 자신의 목적을 분명하게 알고 있어야 한다. 자신이 추구하는 목적을 분명히 알지 않고는 합리적으로 행동할 수 없음은 분명하다. 그러나 문제는 사람들이 과연 무엇을 목적으로 삼고 행동하느냐이다. 똑같이 합리적으로 행동한다고 하더라도 돈벌이를 목적으로 삼느냐 아니면 명예나 의리를 목적으로 삼느냐에 따라 행동의 양상이 전혀 달라질 수 있고 주위 사람들을 배려하느냐 아니면 오직 자신의 이익만을 생각하느냐에 따라 선택이 전혀 달라질 수 있다. 그렇기 때문에 행동의 목적이 구체적으로 어떤 것인지를 놓고 학자들 간에 치열한 공방이 벌어지는 것은 당연하다.

행동의 목적에 대한 경제학의 전통적인 가정은 사람이 이기적으로 자신만의 이익을 추구한다는 것이다. 여기에서 이익의 구체적인 내용은 개인의 욕망이다. 즉, 각 개인은 자기 욕망의 최대한 충족을 목적으로 삼고 행동한다는 것이다. 개인의 욕망은 목적의 위치에 있고 이성(理性)은 도구의 위치에 있다. 단순히 욕망을 가졌다고 해서 사람들이 항상 합리적으로 행동하는 것은 아니다. 그 욕망이 분명해야 하고 일관성을 가져야 한다. 경제학자들은 욕망이라는 말보다는 선호라는 말을 쓰는데, 경제적 의미에서 사람이 합리적으로 행동하기 위해서는 그 사람의 선호가 최소한 다음의 두 가지 조건을 갖추어야 한다. 그 하나는 완전성(completeness)이고 다른 하나는 이행성(transitivity)이다. 완전성 조건이란 선택이 주어졌을 때 어느 것을 더 좋아하는지, 아니면 똑같다고 생각하는지를 분명하게 말할 수 있어야 한다는 조건이다. 예를 들어서  $x$ 와  $y$ 중에서 하나를 선택해야 하는 상황에서 그 어느 것을 더 좋아하는지 몰라 찢찢맨다고 하면 합리적으로 행동할 수 없을 것이다. 이행성 조건이란, 예를 들어서 세 가지 선택대상  $x$ ,  $y$ ,  $z$ 가 있을 때  $x$ 를  $y$ 보다 더 선호하고,  $y$ 를  $z$ 보다 더 선호한다면, 당연히  $x$ 를  $z$ 보다 더 선호해야 한다는 조건이다. 만일  $z$ 를  $x$ 보다 더 선호한다면, 이 사람은 과연 어떤 것을 가장 선호하는지 알 수 없고 따라서 일관성 있게 행동할 수 없다. 그러므로 사람이 합리적이라는 경제학의 기본가정은 사람이 합리적 욕망 혹은 선호를 가진다는 가정을 담고 있는 셈이다. 그렇다면, 현실의 인간이 과연 어느 정도로 합리적 욕망 혹은 선호를 가지고 있는지에 대하여 많은 물음이 제기되고 이를 둘러싸고 많은 논쟁이 벌어진다.<sup>3)</sup>

여하튼 여기에서는 일단 사람들이 합리적 욕망을 가지고 있다고 치자. 행동의 목적에 관한 경제학의 기본가정에서 또 하나 논쟁거리는 사람이 과연 그렇게 이기적으로 자신의 이익만을 추구하느냐이다. 현실에서는 사람들이 이기적으로만 행동하지 않는다는 사례가 무척 많다. 남을 위해서 혹은 정의를 위해서 혹은 시민으로서의 책무를 다하기 위해서 혹은 못된 사람들을 응징하기 위해서 개인의 이익을 희생하는 사람들의 얘기를 일상생활에서 자주 듣는다. 예를 들면, 만일 사람들이 오직 자신의 이익만을 추구하는 편협한 이기심에 따라 행동한다고 하면, 선거 때에 투표하지 않는 것이 합리적이다. 순전히 개인의 입장에서 보면, 돈과 시간을 들여서 투표해봐야 별로 득 될 것이 없다. 그럼에도 불구하고 대통령선거나 국회의원선거와 같은 굵직한 선거에서 투표율이 대체로 60-70%를 넘는다. 사람들이 오직 자신만의 이익을 추구한다고 가정하는 경제학의 전통적 이론으로는 이런 현상을 설명

3)이 논쟁에 대한 구체적인 내용은 다음 문헌 참조:

이정전(2004), “경제적 합리성 비판”, 서울대학교 철학사상연구소 주최 심포지움, 2004년 12월 9일.

할 수 없다. 결국, 경제학이 전통적으로 가정해온 이기심에는 편협한 이기심이라는 딱지가 붙었다. 이렇게 편협한 이기심의 증족을 행동의 목적으로 삼는 도구적 합리성은 좁은 의미의 합리성이기 때문에 이를 특별히 경제적 합리성이라고 부르기로 하자.

심리학자들을 비롯한 많은 학자들이 일상생활의 비이기적 행동 사례들을 뒷받침하는 연구들을 꾸준히 발표하고 있다.<sup>4)</sup> 소위 실험경제학(experimental economics)의 연구결과에 의하면, 사람들은 그런 편협한 이기심을 전제하는 경제학 이론이 시사하는 것보다는 훨씬 더 많이 나눔의 미덕을 실천하며, 훨씬 더 많이 공공재에 기여한다. 예를 들어보자.<sup>5)</sup> 두 사람 A와 B가 일정액을 나누어 가지는데, 다음과 같은 두 가지 상황, x와 y가 있다고 하자.

$$x = \{A\text{에게 } \$7.50, B\text{에게 } \$3.75\}, \quad y = \{\text{두 사람에게 똑같이 } \$4.00\}$$

A와 B에게 분배되는 금액의 총액은 x의 경우 \$11.25이고 y의 경우 \$8이어서 x의 총액이 y의 총액보다 훨씬 더 많다. 경제학적으로 말하면, x가 훨씬 더 효율적이다. 그러나 A와 B가 아닌 제3자로 하여금 이 둘 중의 하나를 선택하게 해본 결과에 의하면, 50%가 x를 선택하고 나머지 50%가 y를 선택하는 것으로 나타났다. 아마도 효율을 중시하는 사람은 x를 선호하고, 형평을 중요하게 생각하는 사람들은 y를 더 선호할 것이다. 의외로 많은 사람들이 효율 못지않게 형평을 중요하게 생각한다. 이런 비슷한 결과는 수많은 실험에서 보편적으로 관측된다.

그러면 제3자가 아닌, 당사자 예컨대 B의 입장에 있는 사람들은 어떤 선택을 할까? 당연히 B의 입장에 있는 사람들은 y를 더 선호할 것으로 보인다. B의 입장에 있는 사람들(제3자가 아닌 당사자들)에게 이 둘 중의 하나를 선택하게 한 실험의 결과에 의하면, 40%가 x를 선택하고 60%가 y를 선택하는 것으로 나타났다. 효율적이라고 하더라도 자신에게 불리한 것보다는 자신에게 유리하면서도 공정한 것을 더 선호하는 것으로 해석된다. 그러나 A가 이기적이거나 야비한 짓을 한 결과 다른 선택의 여지는 없어지고 오직 x와 y만 B의 선택 대상으로 남았다고 하자. 그리고 B가 이 사실을 알았다고 하자. 선택 대상은 전과 같지만, B의 태도는 돌변한다. 실험결과에 의하면, 이 경우 B의 입장에 있는 사람들의 90%가 y를 선택하였다. 이런 사실은, 사람들이 결과뿐만 아니라 그 결과가 나타난 과정이나 연유에도 큰 관심을 가짐을 시사한다. 즉, 사람들은 절차적 정당성(절차적 정의)도 상당히 중요하게 생각한다는 것이다. 그렇다면, 사람들이 오직 결과만을 보고 선택한다고 전제하는 경제학의 공리주의적 시각은 현실에 대하여 그릇된 판단을 내릴 가능성이 적지 않다.

사람들은 자기 자신의 이익뿐만 아니라 공정성과 자원배분의 형평성에 큰 관심을 가지며, 자격이 없다고 생각되는 가난한 사람들에게는 별로 동정심을 보이지 않으며, 비협조적인 사람들에게는 협조하기를 거부하는 등, 다른 사람에 대한 태도가 그 사람의 동기와 의도에 크게 영향을 받는 현상은 실험경제학에서 보편적으로 관측되는 현상이다. 실험경제학 분야에서 가장 발전하고 있는 분야는 이와 같이 자기 자신뿐만 아니라 다른 사람에 대한 선호(혹은 사회적 선호)의 성격을 규명하는 연구들이다. 심리학이나 실험경제학 등의 학자들이 오래 전부터 편협한 이기심 가정을 버리고 보다 더 현실적 접근방법을 가질 것을 촉구해왔

4)Rabin, M.(2004), "Behavioral Economics", in New Frontiers in Economics ed. by M. Szenberg & L. Ramrattan, Cambridge, U.K. : Cambridge University Press.

5)이 예는 위에서 소개한 Rabin의 논문에서 인용한 것임.

다. 따라서 과연 사람들이 구체적으로 어떤 목적으로 가지고 행동을 하느냐가 학계의 큰 논쟁거리의 하나가 되어 왔다. 최근에 와서야 주류경제학 학자들도 그런 편협한 이기심의 가정을 점차 버리고 있다. 그래서 경우에 따라서는 사람들이 상당한 정도로 이타심이나 공익정신을 가지고 행동한다는 점을 인정하고 이를 고려한 이론들을 개발하고 있다. 예를 들면, 행위자 자신의 이익과 다른 사람들의 이익을 적절한 비율로 배합한 “포괄적 이익”을 행동의 목적으로 삼는 이론들을 많이 볼 수 있다.<sup>6)</sup>

그렇다고 논쟁이 종식된 것은 절대 아니다. 아니, 또 다른 더 근원적인 논쟁의 불씨가 기다리고 있다. 행위자 자신의 이익과 다른 사람들의 이익을 적절한 비율로 배합한 포괄적 이익을 사람들이 추구한다고 하면, 구체적으로 그 비율이 어떻게 결정되는지, 사람에 따라 그리고 상황에 따라 그 비율이 어떻게 달라지며, 또한 왜 달라지는지, 한 걸음 더 나아가서, 인간의 욕망이 구체적으로 어떻게 형성되며 여건의 변화에 따라 어떻게 달라지는지 등의 질문에 대하여 명확한 대답이 있어야 할 것이다. 같은 사람이라도 시장에서는 대체로 이기적으로 행동하지만, 시장이 아닌 영역에서는 상당한 정도로 이타적으로 행동하는 것으로 보인다. 이런 물음들에 대한 대답이 모두 논쟁거리일 뿐만 아니라 그 대부분이 전통적인 경제학의 범위를 상당한 정도로 벗어난다. 인간의 욕망이 어떻게 형성되고 어떻게 변하는지에 대해서 경제학은 외면하고 있다. 다만, 마치 하늘에서 뚝 떨어진 것처럼 경제학은 인간의 욕망을 그저 주어진 것으로 간주하고 이것을 최대한 충족시키는 방안의 모색에만 급급할 뿐이다. 그러나 어쨌든 이런 저런 구체적인 물음에 답을 하지 않은 채, 사람들이 “포괄적 이익”을 목적으로 삼아 행동한다고 막연하게 가정하면, 이런 가정에 의거한 이론은 자칫 세상의 모든 것을 항상 100% 설명하는 뻔한 이론 혹은 반증 가능성이 없는 이론이 되어 버릴 우려가 있다.

어쨌든 이와 같이 사람들이 편협한 이기심에 따라 행동한다는 경제학의 전통적 가정이 큰 도전을 받고 흔들리면서, 지난 20여 년 동안 점점 더 많은 경제학자들이 심리학을 비롯한 다른 학문분야의 통찰력을 경제학에 접목시키기 시작하였다. T. Schelling과 G. Akerlof 등의 경제학자들의 주도 아래 많은 경제학자들이 새로운 접근방법의 장점을 받아들이기 시작하였고, 경제학자들이 꼭 알아야 할 핵심 심리학 원리들을 D. Kahneman과 A. Tversky와 같은 심리학자들 그리고 R. Thaler와 같은 경제학자들이 자세히 소개하기 시작하였다. 이로부터 소위 행태경제학(behavioral economics)이 시작되었다. 행태경제학의 통찰력을 적극 수용한다면, 주류경제학의 이론들을 상당한 정도로 개편하게 될 것이라고 행태경제학자들은 주장하고 있다.

### III. 합리적 신념

사람들이 합리적으로 행동하는 데에는 명확한 목적을 가지고 있는 것만으로는 부족하다. 아무리 돈을 벌고 싶은 욕망이 뚜렷하더라도 이 욕망을 최대한 잘 충족시키기 위한 수단을 잘 알지 못한다면 합리적으로 행동할 수 없음은 상식이다. 따라서 합리적으로 행동하기 위해서는 정확한 상황판단에 입각한 참된 신념(belief)이 앞서야 한다. 투기로 돈을 벌기 위해서 부동산에 투자하는 사람은 부동산시장에 대한 정확한 판단을 바탕으로 장차 부동산가격이 폭등한다는 신념을 가져야 한다. 순전히 상금만을 노리고 복권을 사는

---

6)Mueller, D. C. (1987) "Voting Paradox" in C. K. Rowley edited, Democracy and Public Choice: Essays in Honor of G. Tullock, , Oxford, UK. Basil Blackwell Inc.

행위가 합리적이기 위해서는 상금규모와 당첨가능성을 정확하게 알고 있어야 한다. 현실에 대한 그릇된 판단과 옳지 않은 신념은 합리적 결정이나 행동을 낳을 수 없다. 대체로 사람들은 복권에 당첨될 확률을 실제보다 훨씬 더 높게 믿는 경향이 있다고 심리학자들이 말하는데, 이런 그릇된 신념은 합리적 행동을 낳지 못할 것이다. 과거 정부의 부동산투기 억제 정책의 약발을 굳게 믿고 서울 강남의 아파트를 팔고 강북으로 이사 갔다가 큰 손해를 본 사람들의 경우, 그릇된 신념이 이런 사람들을 비합리적 행동으로 몰고 갔다고 할 수 있다.

욕망의 최대한 충족을 목적으로 삼는 경제적 합리성의 개념에서는 선호와 신념, 이 두 가지가 행동의 합리성 여부를 평가하는 요소다. 결과 될 행동이 합리적이기 위해서 선호가 갖추어야 할 요건이 있듯이 신념이 갖추어야 할 요건도 있다. 자주 거론되는 요건은 다음과 같은 세 가지이다. 첫째, 그 신념이 구득가능한 정보 및 증거에 입각하여 행위자가 형성할 수 있는 최선의 것이어야 한다. 합리성이란 기본적으로 이유에 관한 문제다. 합리적 행동을 하기 위해서는 단순히 신념을 가지는 것만으로는 부족하다. 그 신념을 가지게 된 정당한 이유가 있어야 한다. 구득가능한 정보 및 증거로 미루어 볼 때 그 신념이 최대한의 논리적 설득력 내지는 설명력을 가진다든가, 또는 그 신념이 참이라는 충분한 근거가 있어야 한다. 한 걸음 더 나아가서, 그 신념은 믿을 만한 과정을 거쳐서 창출되고 유지되어야 한다. 예컨대, 부동산 투기를 하려는 사람이 앞으로 부동산 가격이 올라간다는 신념을 가졌다면, 그 신념이 과연 참된 신념을 낳을 가능성이 높은 과정을 거친 것인가 아닌가도 매우 중요하다는 것이다. 이유와 신뢰성(reliability), 이 두 요소는 상호 연관된 것들이다. 신뢰성을 결여한 이유는 공허하며, 이유가 없는 신뢰성은 맹목적이다.

합리성은 유리한 이유와 불리한 이유 모두를 충분히 고려할 것을 요구한다. 칼 포퍼는 가설이나 이론에 불리한 증거나 자료 수집의 중요성을 강조한 학자다. 그에 의하면, 유리한 증거는 찾기 쉽다. 가설이나 이론을 제대로 검증하기 위해서는 이것이 옳을 가능성이 매우 높은 영역에서만 증거를 찾을 것이 아니라 그것이 틀릴 가능성이 가장 높은 영역의 정보도 충분히 탐색해야 한다는 것이 그의 반증이론이 시사하는 바이다. 칼 포퍼의 주장은 신념형성에도 그대로 적용된다. 신념형성의 합리성은 단순히 유리한 이유와 불리한 이유 모두를 참작할 것을 요구할 뿐만 아니라 이러한 이유들에 적극적으로 반응할 것을 요구한다. 믿을 이유가 강할수록 신념이 강해져야 하며, 이유가 약한데 믿음이 더욱 강해져서는 안 된다는 것이다.

둘째, 신념들 사이에 모순이 없어야 한다. 현실적으로 보면, 상충된 신념들 사이에 끼어서 고민하는 경우가 흔하다. 주식투자의 예를 들어보자. 현실을 찬찬히 살펴보면, 앞으로 주가가 오른다고 믿을만한 증거나 정보도 많이 있고, 반대로 앞으로 주가가 내린다고 믿을만한 증거나 정보도 많이 있는 법이다. 주식뿐만 아니라 일상생활이 보통 그렇다. 이렇게 생각할 수도 있고 저렇게 생각할 수도 있을 때, 이렇게 생각하는 것에 유리한 근거도 얼마든지 있고 저렇게 생각하는 것에 유리한 근거도 얼마든지 있는 법이다. 어떻든 이럴 경우, 주가가 오른다는 신념과 주가가 내린다는 신념 사이에 끼어서 오락가락 하는 투자가는 확고하고 일관성 있게 행동할 수가 없다. 합리적으로 행동하기 위해서 중요한 것은 유리한 정보와 증거뿐만 아니라 불리한 정보와 증거도 충분히 참작한 후 확고한 신념을 형성해야 한다.

셋째, 신념이 행동의 근거가 될 뿐만 아니라 신념이 그 행동의 진정한 원인이 되어야 한다. 신념과 행동 사이에 우연한 관계가 아니라 밀접한 의도적 관계가 있어야 한다. 예

를 들어서 성인병 경고를 받은 어떤 사람이 자동차 출퇴근을 하지 않고 걸어서 출퇴근하기 시작했는데, 늘 걸어 다니던 길에서 우연히 습득한 복권이 당첨되어 큰돈을 벌었다고 하자. 걷는 것이 건강에 좋다는 신념이 걸어서 출퇴근하는 행동을 낳았고 이것이 평소 원하던 돈벌이에 크게 기여한 셈이다. 다시 말해서 신념이 평소의 욕망을 최대한 잘 달성하게 해주었다는 것이다. 그렇다고 이 사람의 행동을 합리적이라고 평가하기는 곤란하다. 신념이 우연히 돈벌이에 기여했을 뿐 돈벌이의 참된 원인이 되었다고 볼 수 없기 때문이다.

신념에 대한 이런 요건들은 욕망 혹은 선호에 부과되는 요건과 내용이 흡사하다. 마치 욕망 및 선호에 부과되는 요건들을 합리적 욕망 및 선호의 요건이라고 부르는 학자도 있듯이 신념에 대하여 부과되는 그 세 요건을 ‘합리적 신념’의 요건이라고 부르기도 한다. 심리학이나 인지과학은 신념의 합리성에 관하여 엄청나게 많은 연구들을 쏟아내고 있는 실정이다. 그럼에도 불구하고, 합리성을 전문적으로 다룬다고 하는 경제학은 신념의 합리성 문제를 특별히 자세히 다루지는 않는다. 마치 사람들이 합리적 선호를 가진다고 암묵적으로 전제하듯이 경제학은 대체로 사람들이 합리적 신념을 가진다고 암묵리에 전제한다. 그러므로 경제학이 대전제로서 내세우는 합리성은 주어진 목적을 가장 잘 달성하는 수단을 선택한다는 내용의 도구적 합리성의 큰 열개 속에 사람들이 ‘잘 정돈된’(혹은 합리적) 선호를 가진다는 가정과 합리적인 신념을 가진다는 가정을 동시에 포함한다고 보아야 할 것이다.

비록 경제학이 합리적 신념 그 자체에 대하여 직접적으로 많은 얘기를 하고 있지는 않으나 간접적인 주장들은 많이 제시하고 있다. 가장 중요한 간접적 주장은 정보에 관한 것이다. 현실을 훤히 잘 알고 있으면 자동적으로 합리적 신념을 가지게 된다고 경제학은 암묵리에 전제하는 것으로 보인다. 달리 말하면, 얼마나 합리적인 신념을 갖느냐는 얼마나 많은 정보를 획득하고 잘 처리하느냐에 달려 있다고 본다. 그래서 경제학의 핵심 이론들은 사람들이 자신의 행동이나 선택에 필요한 정보나 자료를 완전히 갖추고 있다고 가정 하에 전개된다. 예컨대 상품을 구매하려는 사람은 그 상품의 가격이나 질에 관해서 훤히 잘 알고 있다고 가정하며, 노동자를 고용하려는 기업은 노동자들 각 개인의 능력이나 생산성을 훤히 안다고 가정한다는 것이다. 이것이 경제학의 완전정보의 가정이다. 경제학에서 완전정보의 가정은 아주 당연한 것으로 간주되고 있어서 대부분의 주요 경제이론들은 정보의 완전성 가정을 열거하지도 않는다. 마치 그럴 필요조차 없다는 식이다.

경제학에서 “사람은 합리적으로 행동한다”는 대전제는 라카토스가 말하는 핵을 형성하며, 완전정보의 가정을 비롯한 소위 완전경쟁시장의 가정들은 일종의 보호대 역할을 한다. 예를 들어서, 경제이론이 현실의 설명이나 예측에 실패할 경우, 경제학자들은 백발백중 “사람은 합리적으로 행동한다”는 대전제를 내버려둔 채 사람들이 완전한 정보를 가지지 못한 탓으로 돌리거나 또는 완전경쟁시장에 관한 다른 가정들의 탓으로 돌리거나 혹은 제도의 탓으로 돌리는 등 그 실패의 이유를 다른 곳에서 찾는다. 예를 들어서 실업이 장기화될 때, 경제학자들은 그 이유를 정부의 개입(예컨대, 최저임금제도)이나 노동조합의 탓으로 돌리기 일쑤다. 경제학자들의 이런 태도는 마치 정부개입이나 노동조합 등이 없어지고 시장가격이 신속적으로 움직이면 실업이 없어진다고 주장하는 인상을 준다. 어쨌든, 이와 같이 경제이론의 실패 원인을 다른 곳에 전가함으로써 경제학자들은 “사람은 합리적으로 행동한다”는 대전제를 보호하려고 무진 애를 쓴다.

그러나 현실에서는 정보의 부족, 정보의 불완전은 광범위하게 나타나는 현상이요 고질적인 현상이다. 물론, 경제학자들도 완전정보의 가정이 비현실적임을 인정한다.<sup>7)</sup> 똑같은 제

7)이준규·이창용(1997), 『경제학원론』, 서울: 법문사

품에 대하여 가게에 따라 가격차이가 늘 있다는 사실이 완전정보 가정의 비현실성을 반증한다. 비슷한 기업들이 비슷한 노동자들에게 각기 현저하게 다른 임금을 지불하는 예가 흔하다. 그럼에도 불구하고 경제학이 완전정보의 가정을 고수하는 이유는 물리학자들이 현실에서는 거의 존재하지 않는 진공상태의 물리현상을 연구의 출발점으로 삼는 이유와 흡사하다. 완전정보를 가정한 경제이론은 한편으로는 현실을 평가함에 있어서 순수한 잣대의 기능을 수행하며 다른 한편으로는 보다 더 현실적 이론을 구축하기 위한 마중물의 기능을 수행한다.

이런 이유 외에도 다음과 같은 생각들이 완전정보의 가정을 고수하는 경제학자들의 큰 위안이 되고 있다. 그 첫째는 "Natura non facit saltum"라는 근대경제학의 창시자 알프레드 마샬의 말이 시사하듯이 정보가 약간 부족한 시장의 결과도 정보가 완전한 시장의 결과와 약간 다를 뿐이라는 생각이다. 달리 말하면, 정부의 쓸데없는 개입이나 노동조합의 무모한 투쟁이 없다면, 완전한 정보를 가정한 정통 경제이론이 정보가 불완전한 현실에서도 그런대로 대충 맞아 떨어진다. 그 둘째는, 통상 정보수집 및 처리에는 많은 돈이 드는데, 이 비용을 고려하면 정보가 불완전한 상황에서 각 개인들이 합리적으로 행동한 결과는 자원이 효율적으로 잘 이용되는 상황이며 따라서 정통경제학의 논리들이 여전히 기본적으로는 옳다는 생각이다. 현실에서 많은 사람들이 충분한 정보를 바탕으로 행동하지 못하는 가장 큰 이유는 정보탐색 및 획득에 돈이 많이 들기 때문이다. 그러므로 사람들은 완전한 정보가 아닌, 구득가능한 정보에 의거해서 판단하고 행동한다고 보는 것이 더 설득력이 있을 것이다. 예를 들면, 일몰일가의 법칙은 정통 경제학이론의 큰 기둥을 이루고 있지만, 현실에서는 이 법칙이 잘 적용되지 않는데, 기존 경제학자들은 정보탐색비용이 그 한 원인이라고 주장한다. 싼 가격을 알아내는 데에 비용이 소요되기 때문이라는 것이다. 정보탐색비용이 영일 경우 일몰일가의 법칙이 적용되며, 정보탐색비용이 적을수록 시장의 결과는 일몰일가 법칙이 적용되는 상태에 가까워진다는 것이 기존 경제이론의 주장이다.

그렇다면, 확고하고 올바른 신념이 형성되기까지 얼마나 많은 정보가 수집되어야 하는가의 문제가 여기에서 대두된다. 모든 행동은 “그림자 결정(shadow decision)” 즉 어느 수준까지 정보를 수집하여야 할 것인가에 대한 결정의 뒷받침을 받아야 한다. 경제학은 수요-공급의 틀에 입각하여 이 문제에 답하고 있는데, 소위 정보탐색이론이 그것이다. 이 이론에 의하면, 사람들은 정보를 얻으려고 탐색활동을 벌이는데, 탐색으로 얻은 정보의 가치와 탐색에 소요되는 비용을 비교한 후 오직 적정량의 정보를 얻으려고 노력한다. 획득된 정보의 가치가 탐색비용보다 더 크다고 판단되면 더 많은 탐색활동을 벌이겠지만, 지나치게 많은 정보를 탐색하면 오히려 탐색비용이 정보의 가치를 초과할 수 있다. 정보 탐색비용에는 탐색에 걸리는 시간의 가치가 큰 비중을 차지하는 경우가 많다. 시간당 10만원을 버는 사람이 불과 몇 천 원 싸게 사려고 남대문시장, 동대문시장을 뒤지고 다니는 행위는 합리적이라고 보기 어렵다. 각 개인들은 충분히 가치가 있는 정보만을 획득하고 나서, 그 주어진 정보 하에서 최선을 다하며, 이 결과는 사회적으로도 최선이라는 것이다. 경제학적으로 말하면 파레토 효율적이다. G. Stigler를 비롯하여 정보의 문제를 깊이 다룬 기존의 많은 경제학자들이 이런 식으로 생각하였다.

정보획득 비용과 더불어 제기되는 또 하나의 심각한 문제는 불확실성의 문제다. 이와 관련해서 등장한 경제이론이 1970년대와 80년대 경제학계를 휩쓸면서 기존 경제이론의 토대를 한꺼번에 뒤엎은 소위 합리적 기대(rational expectation)이론이다.<sup>8)</sup> 불확실한 미래는

8)이준규·이창용(1997), 『경제학원론』, 서울: 법문사, 290-291쪽.

늘 관심거리다. 부동산투자자들은 앞으로의 부동산가격 동향에 큰 관심을 가지며, 주식투자자들은 앞으로의 주식가격 동향에 큰 관심을 가진다. 어떤 행동을 취하기 위해서는 단순히 관심을 가질 뿐만 아니라 나름대로 미래에 대하여 기대를 형성하고 이를 바탕으로 어떤 신념을 가져야 한다. 미래에 대하여 어떻게 기대를 형성하느냐가 결과 될 행동의 합리성에 중요함은 두 말할 필요가 없다.

사람들이 과연 미래에 대하여 어떤 식으로 기대를 형성하는가. 종래의 경제이론에 의하면, 사람들은 대체로 과거의 추세에 입각해서 미래를 예측하고 기대를 형성한다. 그러나 사람들이 단순히 과거의 추세만 보고 미래를 예측할 만큼 어리석지 않다는 것이 합리적 기대이론을 주장하는 학자들의 기본 생각이다. 이 이론은 사람들이 과거의 추세뿐만 아니라 사용 가능한 모든 정보를 가장 적절한 방법으로 활용하여 미래에 대한 기대를 형성한다는 내용을 담고 있다. 특히 정부의 정책 및 태도를 사람들은 예의 주시한다. 과거 우리나라의 부동산투기 문제를 예로 들어보자. 부동산가격이 들쭉들쭉하고 투기가 성행하면 정부는 곧장 부동산 가격과 투기를 잡기 위한 대책을 동원하였지만 그 때마다 부동산가격이 가라앉기는커녕 오히려 더 올라갔고 투기는 더 극성을 부렸다. 이 결과 서울 강남지역에서는 “투기 불패” 신화가 만들어졌고 정부의 강력한 대응에도 불구하고 투기는 잡히지 않았다. 왜 그런가? 양도소득세 인상이나 개발이익환수의 강화로 인한 경제적 부담은 곧장 부동산가격으로 전가되며, 부동산거래에 대한 각종 규제는 공급을 위축시킴으로써 오히려 부동산 가격을 부추긴다는 사실을 투기자들은 잘 알고 있기 때문이다. 달리 말하면 투기자들은 과거의 추세뿐만 아니라 정부정책의 효과까지 내다보고 합리적으로 기대를 형성한다는 것이다.

물론, 그렇다고 사람들이 항상 미래를 올바르게 예측하고 올바른 기대만을 형성한다고 말하는 것은 아니다. 합리적 기대이론가들도 이 점을 인정한다. 다만, 사람들이 체계적인 오류를 범하지 않는다는 점을 지적할 뿐이다. 사람들은 실수를 통해서 배우는 까닭에 한두 번 실수를 할 수는 있어도 같은 실수를 거듭하지는 않는다는 것이 합리적 기대이론의 중요한 내용이다.

#### **IV. 완전한 정보의 상황과 불완전한 정보의 상황**

완전정보 가정의 비현실성 관하여 경제학자들이 위안으로 삼고 있는 이런 여러 가지 전통적인 생각들은 희망사항들일 뿐이다. 최근에 크게 발달한 소위 정보경제학은 완전정보의 가정 그리고 이에 입각한 주장들을 주의 깊게 파헤치고 있는데, 이 분야의 연구는 이런 전통적인 생각들이 크게 잘 못되었음을 보이고 있다. 우선, 정보경제학의 연구가 내린 중요한 결론의 하나는, 정보가 약간 부족한 상황에서 나타나는 경제현상은 완전한 정보의 상황에서 나타나는 경제현상과 약간 달라지는 것이 아니라 질적으로도 현저하게 달라질 수 있다는 것이다. 우선 독점의 경우부터 살펴보자. 흔히 독점을 바람직하지 않게 생각한다. 경제학자들은 특히 더 그렇게 생각한다. 독점기업은 의도적으로 공급량을 줄임으로써 시장에서 높은 가격이 형성되도록 여건을 조장해놓고 독점이윤을 추구하기 때문에 사회적 손실을 초래한다고 경제학자들은 늘 주장하며, 경제학 원론교과서에도 이런 내용이 으레 나타난다. 그러나 완전한 정보를 가정하면서 동시에 독점에 대해서는 이런 주장을 할 수는 없다. 앞뒤가 맞지 않는다. 경제학의 가정처럼 만일 모든 고객에 대하여 완전히 알고 있다고 하면, 독점기업은 돈을 많이 낼만한 고객에게는 높은 가격을 부르고 돈을 적게 낼 고객에게는 낮은 가격을 부를 것이다. 다시 말해서 정보가 완전하면, 지불용의액에 따라 모든 고객을 구

분하고 각기 다른 가격을 부과하는 가격차별을 실시한다는 것이다. 그렇다면 독점기업은 굳이 공급량을 줄일 필요가 없고 따라서 사회적 손실도 발생하지 않는다. 단지 소비자잉여가 독점기업으로 흘러들어갈 뿐이다.

그러나 고객에 대한 정보가 불충분할 경우, 독점기업은 이와 같이 가격차별을 할 수 없다.<sup>9)</sup> 따라서 경제학 원론교과서에서 설명하듯이 모든 고객에게 단일 가격을 무차별하게 적용할 수밖에 없다. 소비자잉여를 100% 흡수할 수 없는 상황에서 독점기업은 공급량 감축으로 시장에서 높은 가격이 형성되게 함으로써 독점이윤을 취득하려고 할 것이고 따라서 사회적 손실이 발생한다. 그러므로 완전정보를 가정하면서 동시에 독점의 사회적 손실을 얘기하려면, 독점기업이 가격차별을 하지 않는다고 가정해야 하는데, 이 경우에 독점기업이 가격차별을 하지 않는 명확한 이유를 밝혀야 함은 물론이다. 그럼에도 불구하고 통상 경제학자들은 그 이유를 분명히 밝히 않는다.<sup>10)</sup> 어쨌든, 정보가 완전한 상황의 결과와 정보가 불완전한 상황의 결과는 질적으로 달라진다.

정보가 완전한 상황에서 나타나는 중요한 경제현상은 일물일가의 법칙이요 수요와 공급이 맞아떨어지는 균형상태다. 예를 들면, 노동시장에서 정보가 완전하다는 것은 모든 고용자가 피고용자의 생산성을 훤히 파악하고 있으며, 또한 모든 피고용자는 각 고용자가 지불하는 임금수준을 훤히 파악하고 있다는 뜻인데, 이럴 경우 노동시장에서는 동일한 노동에 대해서는 동일한 임금이 주어지며, 노동에 대한 수요와 공급이 일치할 것이다. 실업이란 있을 수 없다. 그러나 현실에서는 거의 동질의 노동자들에 대하여 거의 동질의 기업들이 각기 크게 다른 임금을 지불하는 현상을 흔히 볼 수 있으며, 또한 한 쪽에서는 높은 실업률이 계속되고 있음에도 불구하고 다른 쪽에서는 최저임금보다 높은 고임금이 계속 유지되는 현상이 특히 대도시에서 많이 나타난다. 왜 이런 이상한 현상이 나타나는가? 여러 가지 원인이 있겠지만, 한 가지 중요한 원인은 정보부족이다. 만일 각 노동자에 대하여 기업의 정보가 완전하다면, 기업은 노동자들의 생산성이나 노력에 비례해서 정확하게 임금을 지급할 것이다. 즉, 임금과 생산성 및 노력 사이에 정확한 상응관계가 성립한다. 그러나 기업은 노동자들의 생산성이나 노력에 대하여 대략적으로만 알고 있을 뿐이다. 따라서 생산성 및 노력에 정확하게 비례해서 임금을 지불하기 매우 어렵다.

이에 더하여 정보경제학이나 심리학 분야에서 밝혀낸 한 가지 중요한 사실은 임금수준이 생산성이나 노력에 상당한 영향을 준다는 것이다. 사람들은 자신이 공정하게 대우받고 있는지 아닌지에 매우 민감하다는 것은 이미 심리학의 많은 연구들이 실증적으로 밝혀낸 바이다. 그렇다면, 높은 임금은 노동자의 사기를 높이며, 노동자의 높은 사기는 생산성을 높일 것이라고 생각해볼 수 있다. 높은 임금이 노동자들의 높은 생산성 및 노력을 유도해낸다는 것은 실험경제학의 연구에 의해서도 확인되고 있다. 그래서 어떤 경제학자는 기업과 피고용자 사이의 관계를 선물교환의 관계로 볼 수 있다는 주장을 제기하였다. 기업은 피고용자가 열심히 일함으로써 보답해주기를 기대하고 높은 임금을 지불한다는 것이다. 실험결과에 의하면, 기업주의 자발적 뜻에 따른 높은 임금은 높은 생산성으로 보답되는 반면, 낮은 임금은 낮은 생산성으로 응징되는 경향을 보인다. 이와 같이 노동자의 고용에 필요한 최소한

9)정보부족 때문에 설령 독점기업이 가격차별을 한다고 하더라도 불완전하게 한다. 대체로 구매량에 따라 가격차별을 한다.

10)Stiglitz, J. E. (2004), "Information and the Change in the Paradigm in Economics", in *New Frontiers in Economics* ed. by M. Szenberg & L. Ramrattan, Cambridge, U.K. : Cambridge University Press.

도의 임금을 초과한 임금을 흔히 효율임금(efficiency wage)라고 부른다.

높은 임금수준이 생산성을 높인다는 점은 기업도 잘 알고 있을 것이다. 다만, 생산성이 어느 정도로 높아질 지에 대해서는 아마도 기업마다 생각이 다를 것이다. 크게 높아질 것이라고 굳게 믿는 기업은 아마도 높은 임금을 지불할 것이고 그렇지 않은 기업은 낮은 임금을 지불할 것이다. 만일 높은 임금이 생산성을 높이는 효과가 전혀 없다면, 효율임금을 지불할 필요도 없고, 따라서 전통적인 경제이론이 시사하는 대로 실업률이 높을 때에는 완전고용이 달성될 때까지 기업의 임금수준은 전반적으로 낮아질 것이다. 그러나 높은 임금이 노동자의 생산성을 높이는 데에 매우 효과적이라면, 한쪽에서는 실업자들이 존재하는데 다른 한쪽에서는 최저임금을 크게 초과하는 높은 임금을 지불하는 기업들이 존재하게 된다. 즉, 고임금과 고실업률이 공존하게 된다. 가격이 신축적으로 변함으로써 시장에서 수요와 공급이 균형을 이루게 된다는 정통 경제학의 주장은 정보가 불완전한 할 경우 맞지 않는 주장이다.

물론, 기업이 효율임금을 지불하는 데에는 다른 이유도 있다. 낮은 임금은 피고용자들의 이직률을 높이는 경향이 있는데, 높은 이직률은 기업에게 적지 않은 경제적 부담을 줄 수 있다. 효율임금이 과연 생산성 제고에 어느 정도 기여하는지는 상황에 따라서도 다를 것이다. 완전고용상태에서는 해고되거나 이직한 노동자들이 즉시 다른 곳에 취직할 가능성이 높지만, 실업률이 높을 때에는 해고되거나 이직한 노동자가 새로운 직장을 얻는 데에 많은 어려움을 겪게 될 것이다. 따라서 높은 임금이 노동자의 근로의욕을 높일 가능성은 실업률이 낮을 때보다는 높을 때에 상대적으로 더 클 것이다. 이런 저런 연유로 해서 한편에서는 실업자들이 우글우글하는데, 다른 한편에서는 남보다 현저하게 높은 임금을 받는 노동자들이 존재하게 된다.

이 예에서는 임금과 생산성의 관계에 대하여 기업이나 노동자 모두 똑같은 정도로 잘 모르고 있다고 가정하였다. 다시 말해서 이해관계자 모두가 다 같은 정도의 불확실성에 당면하고 있다는 것이다. 그러나 현실에서는 그렇지 않은 경우가 무척 많다. 늘 그렇듯이 세상살이를 빠삭하게 아는 사람들이 있는가 하면 정보가 어두운 사람들이 있기 마련이다. 상품의 가격이나 질에 대해서도 마찬가지다. 거래대상 상품에 대한 정보가 거래당사자 한 쪽에 치우쳐 있는 현상을 경제학에서는 정보의 비대칭성이라고 한다. 정보가 편중되는 원인에 따라 세 종류의 정보 비대칭성이 있을 수 있다. 그 첫째는 자연발생적 비대칭성으로서 말 그대로 자연적으로 발생하는 비대칭성이다. 예컨대, 각 개인에 대해서는 본인이 다른 사람들보다도 더 잘 알고 있음이 보통이요 지극히 당연하다고 할 수 있다. 그 둘째는 내생적 비대칭성으로서 시장 내부에서 조장되는 비대칭성을 말한다. 예컨대, A회사의 노동자에 대해서는 다른 어떤 사람들보다 이 회사의 직속상관이나 직장동료들이 가장 잘 알고 있을 것이며, 운행 중인 자동차에 대해서는 차 주인이 그 차에 대하여, 특히 자동차의 결함에 대하여 가장 잘 알고 있을 것이다. B회사에 납품하는 업체들에 대해서는 B회사가 다른 회사보다 더 잘 알고 있을 가능성이 높다.

그 셋째는 인위적 비대칭성으로서 말 그대로 인위적으로 조장되는 비대칭성을 말한다. 달리 말하면, 인위적으로 정보의 희소성을 높임으로 인한 비대칭성이다. 통상, 다른 사람들이 가지지 못한 정보를 더 많이 가지고 있다는 것은 그 만큼 더 많은 영향력을 행사할 수 있고 협상에 있어서 더 유리한 입장에 설 수 있음을 의미한다. 따라서 경제적 이해가 걸린 상황에 있는 사람들은 정보를 독점하려고 하며, 알고 있는 정보를 다른 사람들과 공유하지 않는 경향이 생긴다. 정보공유나 노출을 꺼려하는 기업들 혹은 기업의 부서들의 얘기는 일

상생활에서 흔히 듣게 된다. 밀실행정에 대한 비판이 드높지만, 관료들은 여전히 행정의 투명성을 꺼려한다. 투명성을 높이다가는 자칫 실정 및 부패를 노출함으로써 스스로 활동 영역의 제한을 받을 뿐만 아니라 나아가서 치명적 손상을 입을 수도 있다. 대체로 보아 인위적으로 창출되는 비밀은 정치권과 결탁한 특혜를 추구하는 행위, 즉 지대추구행위와 결부되고 따라서 부정부패를 낳는 원인이 된다.

정보가 비대칭적일 경우, 시장에서의 왜곡이 더 심해진다. 즉, 정보가 비대칭적일 경우, 각 개인들이 합리적으로 행동한 결과는 완전정보의 상황에서 나타나는 결과와 크게 달라질 뿐만 아니라 왜곡으로 인한 사회적 손실의 문제까지 겹치게 된다. 중고자동차 시장을 예로 들어보자. 자동차전문가가 아닌 보통 사람이 자동차에 대하여 자동차를 만든 사람이거나 자동차수리공 만큼 훤히 알 수는 없다. 중고시장에 나온 자동차에 대하여 차를 사려간 사람은 차 주인만큼 잘 알 수는 없다. 잘 알려져 있듯이 중고시장에 나온 차들은 겉으로는 멀쩡하지만 실제성능은 천차만별이다. 차 주인이 정기적으로 점검하고 안전하게 차를 운행했던 탓으로 높은 성능을 유지하는 차가 있는 반면, 험하게 몰고 다녀서 속이 곱을 대로 곱은 차도 있다. 중고차를 사러 시장에 나간 사람은 이런 내력을 알지 못한다. 중고차의 성능은 “감추어진 특성”이다. 차를 팔려고 내놓은 사람은 자신의 차의 성능을 잘 알고 있지만, 나쁜 차를 내놓은 차주인치고 자신의 차가 나쁜 차라고 솔직하게 말하는 경우는 아마도 극히 드물 것이다. 솔직하게 말했다가는 영원히 차를 팔지 못할지도 모른다. 이 경우 솔직하게 말하는 것은 비합리적이다.

만일 모든 중고차의 성능이 완전하게 알려져 있다면, 당연히 성능이 좋은 차의 가격은 비싸고 속이 곱은 차의 가격은 뚱값이 될 것이다. 하지만, 좋은 차와 나쁜 차가 구별이 잘 안 되는 상황에서는 좋은 차나 나쁜 차나 동일한 가격이 적용되리라고 생각할 수밖에 없다. 그러면 그 “동일한 가격”이 어떤 가격인가? 어떤 차가 좋은 차이고 어떤 차가 나쁜 차인지 모르는 상황에서는 중고차 구매자는 자신이 구매하려는 차가 중고차시장 전체에서 대략 평균수준의 성능을 가진 차 일거라고 생각하게 될 것이다. 따라서 평균수준의 가격을 지불하려고 할 것이다. 결과적으로 일단은 중고차시장 전체에 걸쳐 일종의 평균가격이 형성될 것이다. 하지만, 평균보다 더 높은 질의 중고차를 소유하고 있는 사람은 억울해서 이 가격에는 차를 팔지 않을 것이다. 다시 말해서 중고차시장에서 차를 회수해 버린다. 결국 중고차시장에는 나쁜 차만 득실득실하게 된다. 굳이 이런 경제학이론을 들먹거리지 않더라도, 대체로 보면, 중고차시장에는 좋은 차는 잘 나오지 않는 반면, 나쁜 차는 많이 나오는 경향이 있다는 것쯤은 쉽게 생각할 수 있다. 결국 중고차 시장을 찾는 사람은 시가보다 훨씬 질이 나쁜 고물차를 살 가능성이 매우 높아진다.

누구나 질 좋은 상품을 사기를 원하고 질 나쁜 상품을 기피한다. 질이 좋은 상품이 있고 질이 나쁜 상품이 있을 때 그리고 비대칭적인 정보로 인해서 상품의 질이 감추어져 있을 때, 정보를 갖지 못한 측의 입장으로 보아 바람직하지 못한 상품을 선택하는 현상을 경제학에서는 역선택(adverse selection)이라고 한다. 역선택은 흔히 일어나는 현상이며, 따라서 역선택은 수많은 사람들에게 손실을 안겨준다. 위의 중고자동차의 예는 설명의 편의상 현실을 너무 단순화시킨 것이지만, 예를 들어서 다수의 다양한 성능의 중고차가 존재하는, 좀 더 복잡한 경우에도 나쁜 차가 좋은 차를 축차적으로 시장에서 몰아내는 까닭에 시장에서 수요와 공급을 조화시키는 가격이 잘 형성되지 않는다는 것을 수학적으로 증명한 논문도 있다.<sup>11)</sup> 이 논문의 제목이 “레몬시장”이다. 여기에서 “레몬(lemon)”이란 걸로만 번지르

11)Akerlof, G. A.(1970), "The market for lemons: Qualitative uncertainty and the market

르한 불량품을 지칭하는 속어다. 우리말로는 “개살구“라고 한다.<sup>12)</sup>

역선택과 비슷한 현상이 도덕적 해이(moral hazard)인데, 이것 역시 정보의 비대칭성으로 인하여 나타나는 현상이다. 화재보험이나 도난보험을 예로 들어보자. 우리는 평소 화재가 나지 않도록 조심하고 도난당하지 않으려고 조심한다. 그러나 일단 화재보험이나 도난보험에 들고 나면, 화재나 도난에 더 이상 조심하지 않게 된다. 왜냐 하면, 화재나 도난으로 인한 피해를 보험회사가 다 보상해주기 때문이다. 그래서 화재나 도난에 대한 보험서비스의 제공은 오히려 화재와 도난을 부추임으로써 사회적 손실을 가중시킨다. 그렇다고 피보험자가 화재예방과 도난방지를 게을리 하는지 않는지를 보험회사가 일일이 알 수는 없다. 굳이 알려고 하면 알 수도 있겠지만, 돈이 많이 든다. 화재와 도난에 대한 피보험자의 태도에 관해서는 피보험자 자신이 가장 잘 안다. 보험회사의 입장에서 보면, 피보험자의 태도는 “감추어진 행동”이다. 역선택이 “감추어진 특성”으로 인한 사회적 손실을 초래한다면, 도덕적 해이는 “감추어진 행동”으로 인한 사회적 손실을 초래한다는 점에서 약간의 차이가 있다. 중고자동차 시장의 예나 보험의 예는 정직하지 못한 행위가 결국 시장을 통해서 정직한 사람들에게 여러 가지 피해를 주는 수많은 사례들 중의 일부에 불과하다.<sup>13)</sup> 역선택과 도덕적 해이는 부정직한 사람들(저질상품을 비싼 값에 팔려고 하는 사람들)이 정직한 사람들(정직한 거래를 하려는 사람들)을 몰아내는 현상이 현실 시장에서는 광범위하게 나타나고 있음을 보인다.

이상에서 살펴본 바와 같이 완전한 정보의 상황에서 나타나는 결과와 불완전 정보의 상황에서 나타나는 결과가 현저하게 달라질 수가 있는데, 여기에는 물론 여러 가지 이유가 있을 수 있다. 정보경제학이 주목하는 가장 근본적인 이유는 행위 그 자체가 정보를 전달하며, 사람들이 이런 사실을 잘 알고 있어서 이들의 행동이 그 정보의 영향을 받는다는 점이다. 예를 들면, 품질보증서를 첨부하면 해당 상품의 질에 대하여 기업이 상당히 자신만만한 것으로 소비자들에게 비추어지면서 이들은 그 상품을 믿을 만 한 것으로 생각하기 쉽다. 학력이 높으면, 대체로 능력도 높은 경향이 있음은 잘 알려져 있다. 따라서 고등교육을 받는 행위는 남보다 더 유능하다는 간접적 정보가 될 수 있다. 화재보험에 들려고 하는 사람이싼 보험을 찾으면, 피보험 물건이 싸구려이거나 화재가 발생할 확률이 매우 낮음을 암시한다. 노동자가 해고당했다면, 그 자체가 당사자의 자질에 대한 정보를 제공하는 역할을 한다.

이와 같이 행동이 정보의 원천이 될 수도 있기 때문에 현실에서는 행위를 관찰함으로써 많은 정보를 얻을 수 있다. 예컨대, 양질의 보험고객을 가려내기 위해서 보험회사는 고의로 5층에 사무실을 차리는 방법을 사용할 수도 있다. 5층까지 걸어 올라온 고객은 건강할 가능성이 높다. 그러므로 5층까지 걸어 올라온 고객은 자신의 행동을 통해 자신의 건강에 대한 정보를 노출하는 셈이다. 혹은 보험회사가 저렴한 가격에 헬스클럽을 차림으로써 고객의 건강을 직접 관찰할 수도 있다. 물론, 헬스클럽의 적자는 높은 보험료를 부과함으로써 충당할 것이다.

행위 자체가 정보를 전달한다는 사실은 두 가지 결과를 낳는다. 첫 번째 결과는, 어떤 행동을 취할 것인가를 결정함에 있어서 각 개인은 자신이 무엇을 선호하는지를 알아야 할

---

mechanism", Quarterly Journal of Economics, vol.84, pp.488-500.

12)이준구·이창용(1999), 『경제학원론』, 서울:범문사

13)이에 대한 자세한 논의는 다음 문헌 참조:

이정전(2002), 『시장은 정말 우리를 행복하게 하는가』, 서울: 한길사

뿐만 아니라 또한 나의 행동이 나에게 대한 다른 사람들의 신념에 영향을 준다는 점에 유념해야 한다. 음란물을 사려는 사람을 예로 들어보자. 정통 경제학은 이 사람이 그 음란물로 부터의 이익과 음란물의 가격을 비교한 다음 살 것인가 말 것인가를 결정한다고 본다. 만일 이익이 가격보다 크면 이 사람은 그 음란물을 살 것이다. 그러나 현실에서는 사람들이 그렇게 간단하게 결정하지 않는다. 내가 음란물을 사는 행위를 남들이 보았을 때 이들이 나를 어떻게 생각할 것인가에 대해서도 크게 신경을 쓴다. 가격에 비해서 이익이 아무리 크더라도 남들의 시선을 강하게 의식한다면 그 상품을 사지 않을 수도 있다. 또 다른 예로, 고등교육을 받을 것인가 말 것인가를 결정한다면 두 가지를 고려해야 할 것이다. 고등교육이 나에게 제공하는 내용에 대한 평가 그리고 다른 사람들의 내 능력에 대한 평가. 사람들이 이와 같이 두 가지를 모두 고려해서 행동한다면, 전통적으로 소비자와 기업에 대한 경제학의 주장이 크게 빗나갈 수 있다. 왜냐 하면, 전통적으로 경제학은 소비자와 기업이 이 둘 중에 한 가지만 고려해서 행동한다고 가정하기 때문이다.

두 번째 결과는, 각 개인은 거짓 행동을 할 인센티브를 가진다는 것이다. 교육내용보다는 순전히 남들의 인정을 받고 싶어서 고등교육을 받는 사람들이 많아질 것이다. 순전히 건강을 과장함으로써 좋은 조건으로 보험에 들기 위해서 일부러 5층까지 걸어 올라갈 수도 있다. 이와 같이 행동 그 자체가 정보를 제공할 경우, 사람들 사이의 상호영향관계가 발생한다. 행동들이 상호영향관계에 있을 경우에는 이를 설명하기 위한 이론을 구축하기 무척 어려워진다. 내 행동이 정보를 제공함으로써 다른 사람들의 행동에 영향을 준다는 사실을 알고 있으면, 이를 잘 활용하려 할 것이며, 상대방도 이를 역이용한다면 실로 상호관계가 발생하여 사실상 이론화가 불가능할 수도 있다. 예를 들어 소비자를 현혹시키기 위해서 고의로 강한 보증서를 발행할 수도 있고, 소비자도 이를 알고 보증서를 잘 믿지 않을 수도 있다.

## V. 정보의 탐색과 처리

정통 경제학은 합리적 신념의 형성에 대하여 지나칠 정도로 낙관적이다. 정보가 불완전한 상황에서도 각 개인들이 합리적으로 행동한 결과는 자원이 효율적으로 잘 이용되는 상황이라는 경제학의 전통적인 생각은 각 개인들이 합리적으로 정보를 수집하고 획득한다는 경제학의 전통적 정보탐색이론을 바탕으로 한다. 이 이론에 의하면, 사람들은 적절한 양의 정보를 취득하려고 노력하며, 또한 구득 가능한 모든 정보를 가장 적절한 방법으로 활용함으로써 미래를 비교적 정확하게 예상하고 행동한다고 본다. 그러나 심리학이나 인지과학의 연구들은 이런 전통적인 정보탐색이론에 구조적인 문제가 있음을 보이고 있다. 예를 들면, 정보탐색이론이 큰 발전을 이루었다고 하나, 소위 “해묵은 수수께끼(the old conundrum)”로 잘 알려진 정보취득의 난관에 대하여 시원한 대답을 내놓고 있지는 못하다.<sup>14)</sup>

경제학은 정보도 일종의 상품이라고 보며, 정보탐색이론은 이런 생각을 바탕으로 하고 있다. 그러나 정보는 보통 상품과 성격이 사뭇 다르다는 점에 유념할 필요가 있다. 따라서 정보에 대해서는 전통적인 경제논리를 적용하려는 시도 자체가 우스운 일이 될 수도 있다. 정보탐색이론이 말하는 정보수집의 적정수준이 아예 존재하지 않을 수도 있다. 보통

14) 이에 대한 자세한 논의는 다음 문헌 참조:

Heap, S. H.(1989), Rationality in Economics, New York: Basil Blackwell Inc.

상품, 예컨대 사과를 사려고 하는 사람은 그 사과가 얼마나 즐거움을 주는지, 다시 말해서 그 사과의 가치가 어느 정도인지를 구매 전에 이미 잘 알고 있다. 그렇기 때문에 그 사과의 가치와 사과의 가격을 비교해서 살 것인가 말 것인가 혹은 몇 개를 살 것인가를 합리적으로 결정할 수가 있다. 그러나 탐색을 통해 획득하게 될 정보의 가치는 사전에 알 수 없음이 보통이다. 예를 들어서 투기꾼에게 어떤 사람이 접근해 와서 모 재벌기업에 관한 내부 정보를 팔겠다고 제의했다고 하자. 만일 투자가가 이 내부정보의 내용이 무엇인지를 잘 알고 있다면 돈을 주고 살 필요가 없다. 그런 정보는 사실상 정보도 아니다. 만일 그 내부정보의 내용이 무엇인지 전혀 모른다면 그것의 가치도 알 도리가 없다. 알지 못해야 정보로서의 가치를 가진다. 하지만, 알지도 못하는 것의 가치를 어떻게 안단 말인가. 바로 이와 같이 알면 살 가치가 없고 모르면 살 가치를 알 수 없는 정보취득의 문제 때문에 정보 탐색에 관하여 일반적인 최적화 기준을 제시한다는 것은 불가능하다는 주장이 나온다.<sup>15)</sup>

그렇다고 정보의 가치를 항상 알 수 없다는 것은 아니다. 아주 틀에 박힌 상황, 매우 정형화된(stereotyped) 상황이 아니면, 더 많은 정보를 수집함으로써 우리가 무엇을 추가적으로 알게 될 것인지를 사전에 알기 어렵고 따라서 득과 실을 계산하는 합리적 행동이 어렵다는 것을 말하고 있을 뿐이다. 과거의 경험이 별 도움이 되지 않는 새로운 상황이 자주 전개되고 있다. 상황이 매우 빨리 바뀌기 때문에 기존의 정보들이 쓸모없어지는 경우도 많이 발생한다.

정보탐색이론과 관련된 좀 더 구조적인 문제는, 설령 추가 정보의 내용을 정확하게 안다고 하더라도 그것의 가치를 추정한다는 것이 사실상 불가능할 수도 있다는 점이다. 새롭게 얻은 정보가 한 사람의 신념체계를 송두리째 흔들어 놓을 수도 있고, 한 사람의 선호체계 그 자체를 뒤흔들어 놓는 정보도 있을 수 있다. 이럴 경우 그 정보의 가치를 계산한다는 그 자체가 우스운 일이 될 수도 있다. 예를 들어서 자신의 아들은 법 없이도 살 수 있는 모범적인 사람이라고 굳게 믿어온 어머니에게 그 아들이 사실은 화려한 전과기록을 가진 살인강도범이라는 정보는 실로 큰 충격이 아닐 수 없다. 만일 그 어머니가 이 정보를 근거로 득과 실을 꼼꼼히 계산한 다음 자신의 아들을 재평가하고 나아가서 아들과의 관계를 현실적으로 재정립한다고 하면, 대부분의 사람들은 아마도 그 어머니를 이상한 사람으로 볼 것이다. 그 정보를 사실로 인정한다면 그 순간 그 어머니는 큰 충격을 받은 나머지 그 정보의 가치를 판단하는 능력마저 잃을 지도 모른다.

이런 예가 너무 극단적이라면, 좀 비근한 예를 들어보기로 하자. 위생적이기로 정평이 나 있는 어떤 식품회사가 생산한 생선묵이 사실은 쥐가 들락거리고 파리, 바퀴벌레가 득실거리는 더러운 창고에서 만들어진 비위생적인 제품이라는 정보가 검찰조사 결과 확인되었다고 하자. 이런 정보는 이 회사를 굳게 믿던 단골고객들에게 큰 충격을 준다. 이 충격은 단순히 그 회사의 생선묵에만 국한되지 않는다. 어떤 고객들의 경우에는 이 정보가 그 회사의 생선묵뿐만 아니라 다른 회사의 생선묵, 나아가서 대한민국 모든 식품회사들의 제품에 대한 기존의 신념들을 뿌리 채 흔들어버릴 수도 있다. 이럴 경우 정보의 가치를 추정하는 일은 결코 쉬운 일은 아니다. 정보의 가치를 제대로 추정할 수 없다면, 정보탐색이 합리적으로 이루어질 수 없고 따라서 합리적 신념이 형성되지 못할 수도 있다.

물론, 충격적인 뉴스에 접했다고 해서 사람들이 항상 충격을 받는 것은 아니라고 말할 수 있고 또한 이렇게 말할만한 충분한 근거도 있다. 만일 그렇다면 문제가 더 심각해질 수

---

15) Elster, J.(1986), "Introduction" in Rational Choice(edited by J. Elster) New York: New York University Press.

있다. 심리학자들의 말을 들어보면, 사람들은 기본적으로 보수적이다. 사람들은 나름대로 자신의 신념들을 체계화하며, 일단 체계화된 신념은 좀처럼 바꾸지 않는 강한 경향이 있다는 것이다.<sup>16)</sup> 위에서 예를 든 범죄자 어머니의 경우, 자신의 아들이 상습적 살인강도범이라는 정보는 아들에 대한 자신의 기존 신념과 정면으로 배치된다. 따라서 새로운 정보를 받아들이면 기존의 신념체계를 뒤바꾸는 아픔이 뒤따른다. 그 어머니의 자연스런 제1차적 반응은 그 정보를 전면 부인하는 것이다. 특정 회사의 생선묵을 애용하던 단골고객은 이 회사의 생선묵이 비위생적으로 생산된다는 정보를 인정하면 기존의 신념체계를 재정리해야 하는 고통을 겪게 된다. 따라서 이 단골고객은 그 정보를 무시하거나 격하하려고 든다는 것이 심리학자들의 얘기다.

이런 현상은 산업현장에서도 확인되었다. 예를 들면, 확률적으로 보아 사고의 위험이 매우 높은 직업에 종사하는 노동자들을 조사해 보면, 이들은 의외로 자신의 직업이 그렇게 위험하다고 생각하지 않는다. 이들에게 자신의 직업이 얼마나 위험한가를 정확하게 알리는 정보는 무척 기분 나쁜 정보다. 위험을 사실대로 인정하면 매일 매일 불안에 떨면서 밥벌이를 해야 한다. 이것은 이들에게 참을 수 없는 고통이다. 따라서 이들은 기분 나쁜 정보는 사전에 차단해버림으로써 마음의 평온을 유지할 수 있다.

어떻든 사람들은 새로 수집한 정보의 시사점이 기존의 신념이나 옳다고 믿고 싶어 하는 신념 혹은 기존의 선호와 일치하면 더 이상 증거수집에 나서지 않는 현상이 실증연구에서 보편적으로 관측된다. 만약 이 관측이 옳다면, 이런 현상은 지나치게 적은 양의 정보만 수집하는 비합리성을 초래하게 된다. 경우에 따라서는 행위자가 옳다고 믿고 싶어 하는 신념이 정당화될 때까지 무작정 정보를 수집함으로써 과도한 정보수집행위를 낳을 수도 있다. 이와 같이 사람들은 자신이 옳다고 믿고 싶어 하는 신념 혹은 기존의 신념이나 선호에 부합하는 정보는 높게 평가하고, 이것에 부합하지 않는 정보는 무시하는 경향을 가진다는 심리학적 통찰은 경제학 탐색이론의 현실성을 대단히 의심스럽게 한다.

현실적으로는 정보의 수집뿐만 아니라 정보의 처리도 여간 중요하지 않다. 합리성에 대하여 위에서 정의하였듯이, 어떤 행동이 합리적이기 위해서는 우선 이 행동을 낳은 신념이 구득 가능한 증거에 입각하여 행위자가 형성할 수 있는 최선의 것이어야 한다. 다시 말하면 구득 가능한 정보들이 행위자의 신념 형성에 도움이 될 뿐만 아니라 그 신념이 올바른 방법으로 형성될 수 있게 해주어야 한다. 신념이 올바르게 형성되기 위해서는 수집된 정보가 제대로 처리되어야 한다. 여기에서 정보처리 능력의 문제가 제기된다. 인간의 정보수집 및 처리 능력에는 한계가 있기 때문이다. 이 한계 탓으로 경제적 합리성이 요구하는 최선의 대안을 선택하는 것이 현실적으로 불가능해지는 경우가 많다.

예를 하나 들어보자. 경제학에 의하면 소비자는 만족(효용)의 극대화를 추구하는데, 예컨대 30가지의 상품을 놓고 각각에 대하여 살 것인가 말 것인가를 결정해야 하는 소비자가 있다고 가정하자. 이 소비자는 각 상품으로부터 얻는 만족을 전부 합친 총 만족이 극대화되도록 구매량을 결정해야 한다. 그 30가지를 모두 구매하는 방법, 하나도 구매하지 않는 방법, 반만 구매하고 나머지는 구매하지 않는 방법 등 무수히 많은 방법들이 있고 각 방법별로 구매상품의 조합이 결정된다. 이 각 조합들 중에서 예산의 범위에 있는 것들을 골라내고 이 각각의 조합이 주는 총만족감(총효용)을 계산한 다음 가장 큰 총효용을 가져다주는 조합을 찾아내면 이것이 곧 경제적 합리성의 주문에 부합하는 선택이 된다. 경제학은 이 조합

16)이훈구(2000), 『인간시장』, 서울: 법문사, 제2장.

을 ‘최적해’라고 부르는데, 그 30가지의 상품을 놓고 최적해를 계산해내는 데에는 컴퓨터를 이용해도 최소한 17분이 소요된다고 한다. 상품의 가지 수가 40개라면 설령 컴퓨터를 이용하더라도 최적해를 계산하는 데에만 최소한 12일이 소요되고 50개라면 최소한 35년이 걸린다고 한다.<sup>17)</sup> 시골구석의 웬만한 구멍가게라도 보통 수백 개의 상품이 진열되어 있다. 컴퓨터가 있어도 이 지경이니 컴퓨터가 없으면 더 말할 나위가 없다. 시장에서 상품을 구매할 때 최적해를 찾기 위해서 일일이 컴퓨터를 두드리는 소비자가 과연 얼마나 될 것인가.

경제적 합리성이 요구하는 대로 진정 행동하고 싶어도 많은 경우 정보수집 및 처리능력의 한계 탓으로 이는 현실적으로 불가능하다. 보통사람들은 고사하고 전문가들에게도 최선의 선택을 알아내는 자체가 결코 쉬운 일이 아니다. 따라서 사람들은 최선의 수단을 추구하지 않고, 충분히 좋다고 생각하는 수단 혹은 그런 대로 괜찮다고 생각되는 수단을 찾는 것으로 만족한다고 H. Simon은 주장한다. 이 주장이 그가 말하는 절차적 합리성 개념의 출발점이다.<sup>18)</sup> 예를 들면, 그가 보기에 실제에 있어서 기업의 행태는 끊임없이 이윤극대화를 추구한다는 경제학의 주장과 크게 다르다. 사실 대부분의 기업들은 경제학이 말하는 이윤을 정확하게 파악하고 있지도 않다. 통상 기업은 나름대로 설정한 수준의 이윤이 확보되면 굳이 더 이상 노력하지 않는다. 다만, 이윤이 그 수준 이하로 떨어질 경우에는 이윤증대를 위한 새로운 노력을 경주한다. 그러므로 기업은 이윤극대화를 위한 계산을 끊임없이 수행하지도 않는다. 그 대신 개략적인 주먹구구식 방침(rules of thumb)이나 절차를 채택한다.

치열한 경쟁의 세계에 있는 기업이 그러하니 보통 사람들은 더 말할 나위가 없다. “인간이 심리학적으로도 이성적이고 지성적인 것은 아니다. 예컨대, 인간은 사실을 규명하고자 하는 욕구가 있다. 그러나 많은 인간은 사실규명을 합리적으로 하지 않는다. 대충 대충하고 허술한 결론을 그대로 받아들인다.”라는 어느 심리학자의 말은 대체로 사람들은 주먹구구식으로 정보를 처리하는 현실에 바탕을 둔다.<sup>19)</sup> 현실에서 이런 주먹구구식 방침이 많이 시행되는 이유는 그것이 욕망이나 이윤을 극대화하기 때문이 아니라 단순히 그런 대로 잘 먹혀 들어가기 때문이다. 따라서 더 우수한 규칙이 나오더라도 기존의 규칙을 바꾸지 않게 된다. 단지 기존의 규칙이 잘 작동하지 않을 때에만 이를 더 좋은 것으로 바꾸려는 노력이 있게 된다.

사람들이 별 생각이나 계산이 없이 주먹구구 규칙이나 관례, 규범을 따라 행동하더라도 그 행동이 얼마든지 합리적일 수 있다는 생각이 절차적 합리성 개념의 출발점이다. 절차적 합리성이란 행동의 참된 이유로서 절차에 따라서 행동했을 때 달성하게 되는 합리성을 말한다. 절차적 합리성을 입증하는 연구도 많이 있다.<sup>20)</sup> Nelson과 Winter의 연구는 그 한 예이다. 이 연구는 혁신을 통해서 일시적으로 큰 이익을 얻는 기업과 모방을 통해서 이익을 얻으려고 경쟁하는 기업들로 구성된 산업, 다시 말해서 기업이 슈페터(J. A. Schumpeter)

17)시오자와 요시노리(1999), 왜 복잡계 경제학인가(임채성 등 옮김), 서울: 푸른길

18)그래서 H. Simon이 말하는 합리성을 J. Elster는 satisficing rationality이라고 불렀고 G. M. Hodgson은 제한적 합리성(bounded rationality)라고 불렀다. 다음 문헌 참조:

Elster, J.(1986), "Introduction" in Rational Choice(edited by J. Elster) New York: New York University Press:

Hodgson, G. M.(1993), "Calculation, habits and action", in The Economics of Rationality(edited by Bill Gerrard), New York: Routledge.

19) 이훈구(2000), 『인간시장』, 서울: 법문사, 4쪽과 29쪽.

20)이에 대한 구체적 내용은 다음 문헌 참조:

Heap, S. H.(1989), Rationality in Economics, New York: Basil Blackwell Inc.

혁신이론에 따라 활동하는 산업을 상정하였다. 이 산업의 기업들은 다음과 같은 세 가지 주먹구구식 경영방침을 따른다고 가정하고 이 산업에 대한 의사모형(simulation model)을 구축하였다:

1. 가격에 관계없이 생산능력(capacity)까지 생산한다.
2. 계획된 마진보다 더 많은 이익이 남을 정도로 가격이 올라가면 투자한다.
3. 자본규모의 일정비율을 R&D에 투자한다.

이 의사모형의 운용 결과로 나온 예측들은 산업경제학 분야의 전문적 연구들이 예측하는 것과 일치하였다고 한다. 다시 말해서 주먹구구식 방침에 따라서 기업을 운영한 결과가 경제적(도구적) 합리성의 시각에서 보아도 합리적이었다는 것이다.<sup>21)</sup>

Simon의 절차적 합리성 이론에 대하여 정보탐색이론을 신봉하는 경제학자들이 가만히 있을 리 없는데, 이들이 제기하는 비판들 중에서 대략 두 가지가 주목을 끈다.<sup>22)</sup> 그 첫째는, Simon이 말하는 주먹구구식 정보수집 및 처리방법도 넓은 의미에서 정보탐색이론이 말하는 적정화의 한 행태에 불과하다는 것이다. 즉, 정보의 수집 및 처리비용이 너무 비쌀 경우에는 최선의 대안을 계산해내기보다는 주먹구구식 방침을 이용하는 것이 욕망추구나 이윤극대화에 더 합리적일 수가 있다는 것이다. 그러나 위에서 살펴보았듯이 정보수집에 있어서 “해묵은 수수께끼”라든가 사람들의 신념체계 그리고 심리학자들이 말하는 인지의 보수성 등과 결부된 문제점 제기는 단순히 비용의 문제를 떠나 정보수집 및 처리의 적정화 자체가 사실상 불가능하다는 쪽으로 쏠려 있다. 따라서 정보탐색이론에 입각한 경제학자들의 비판은 일반적으로 불가능성의 측면을 너무 가볍게 본 비판이라는 지적을 받게 된다.

그 둘째는, 자연도태론에 입각한 비판으로서 주로 기업에 관련되는데, 기업이 주먹구구 방침을 준수하는 것은 결과적으로 이윤극대화에 기여하기 때문이라는 것이다. 기업이 의존하고 있는 주먹구구식 방침이 기업마다 다를 터인데, 결과적으로 이윤추구에 도움이 되지 못하는 주먹구구 방침을 채택한 기업은 치열한 경쟁에서 살아남지 못하고 도태될 것이다. 반대로 이윤추구에 크게 기여하는 주먹구구 방침을 채택한 기업은 경쟁에서 살아남게 된다. 현실적으로 관측되는 기업들은 주로 치열한 경쟁에서 살아남은 기업들이고 이들이 준수하고 있는 주먹구구 방침은 결과적으로 이윤극대화에 기여하는 규칙일 것이다. 비록 주먹구구식으로 경영했지만, 결과적으로 이들은 이윤의 극대화를 성공적으로 추구한 기업들이라는 것이다.

매우 설득력 있게 들리지만 곰곰이 생각해보면 이상한 구석이 많다. 우선, 주먹구구 방침에 따른 행위가 결과적으로 주어진 여건에서 최적이기 때문에 합리적이라고 설명하는 것은 위에서 열거한 합리적 신념의 세 번째 조건에 위배된 설명이다. 어찌다 보니 우연히 최선의 결과가 도래된 상황에 대하여 합리성을 얘기하기 곤란하다. 자연도태론에 입각한 비판은 주먹구구행위가 합리적으로 선택되었음을 얘기할 뿐이지 합리성이 요구하는 인과관계의 조건을 충족시키지 못한다. 즉, 어떤 행위가 합리적이기 위해서는 목적과 신념이 참된 원인으로서는 해당 행위를 유발해야 한다.

21) 이 의사모형의 운용결과는 교과서적인 것 이상의 통찰을 제공하기도 함. 예를 들면, 대기업의 시장지배력 증가는 기업집중을 억제하는 요인이 되기도 함.(공격적 투자가 산업집중의 큰 원인인데 큰 시장지배력을 가진 기업은 자신의 생산증가가 시장가격에 미치는 나쁜 영향을 인식. 따라서 투자를 자제.)

22) 여기에서 말하는 경제학자들은 주로 신고전학과 경제학자들이다.

만일 자연도태론이 옳다고 하면, 현실에서 관찰되는 기업들은 모두 이윤극대화에 성공한 효율적인 기업들이어야 한다. 과연 그런가. 예를 들어보자. A라는 상황에서 세 개의 기업 갑, 을, 병이 있다고 하자. 이 상황에서 갑은 이윤추구에 별로 도움이 되지 못하는 주먹구구 방침을 가지고 있는 반면, 병은 그런대로 수지를 맞추는 주먹구구 방침을 가지고 있으며, 을은 상황에 가장 적합한 주먹구구 방침을 채택하고 있어 큰 이윤을 올리고 있다고 하자. 자연도태론에 의하면, 갑은 도태되어야 한다. 그런데, 갑이 망하기 전에 B라는 상황이 도래하여 우연히도 갑이 사용하고 있는 주먹구구 방침이 새로운 상황에 적합한 반면, 을의 주먹구구 방침은 이윤추구에 도움이 되지 않는 규칙이 되어버렸으며, 병은 새로운 주먹구구 방침을 고안하여 잘 나가게 되었다고 하자. B의 상황에서는 을은 곧 퇴출되어야 한다. 그러나 을이 망하기 전에 C라는 상황에 도래하여 우연히도 을이 채택하고 있는 주먹구구 방침이 상황에 적합한 규칙이 되었고, 병이 채택한 방침은 이윤추구에 도움이 안 되는 규칙이 되었으며, 갑은 새로운 상황에 가장 적합한 주먹구구 방침을 새로 개발하였다고 하자. C의 상황에 계속되면 병은 곧 망해나가야 한다. 그런데 D라는 상황이 도래하여 병이 계속 존속하게 되었다고 하자. 상황이 A로부터 D까지 바뀌는 데에 총 6년이 걸렸다고 하자. 그렇다면 결과적으로 이 6년이라는 기간 동안에 자연 도태되는 기업은 하나도 없었다. 그렇다고 기업들이 모두 다 효율적이었는가 하면 전혀 그렇지 않다. 어떤 기업은 대단히 효율적이었는가 하면 어떤 기업은 망했어야 했다. 다만, 상황의 변화가 우연히 망할 기업을 살린 것에 불과하다.

생물학적 적응과정은 이동 타겟을 맞추려는 노력과 흡사하다. 끊임없이 변하는 주위 환경에 적응함에 있어서의 관건은 타겟이 이동할 지점에 화살이 정확하게 떨어져야 한다는 것이다. 하지만 많은 경우 적응속도가 환경의 변화속도를 따라 가지 못하는 것이 우리의 현실이다. 자본주의 시장경제 하에서는 특히 경제와 관련된 환경이 빨리 변한다. 환경이 변하면 주먹구구 규칙도 신속히 변해야 하지만 실제로는 그렇지 못하다. 경쟁에 의해서 비효율적인 기업이 도태되는 속도보다 환경이 변하는 속도가 더 빠르다. 결과적으로 어떤 주어진 시간에 효율적인 기업들과 비효율적인 기업들이 공존하는 현상을 목격하게 된다.

Simon의 이론에도 허점은 있다. 사람들이 만족의 수준 혹은 포부를 가지고 있다고 하면, 사람들이 왜 그것을 가지게 되었는지 그 수준이 어떻게 결정되었는지에 대하여 satisficing 이론은 만족할 만한 대답을 주고 있지 못하다. 만일 satisficing이론이 심리학이나 인지과학과 협력해서 이 문제에 대하여 설득력 있고 체계적인 대답을 주거나, 사회학이 사회규범과 경제적 합리성 사이의 관계에 대한 체계적이고도 설득력 있는 이론을 제시한다면 정통경제학 이론은 더 이상 왕좌의 위치를 유지할 수 없을 지도 모른다.

## VI. 맺는 말

물론, 이상에서 살펴본 바와 같이 정보와 신념에 대한 정통경제학의 주장들이 많은 문제를 안고 있다고 해서 이들을 폐기처분해야 한다는 결론으로 치달아서는 안 된다. 아마도 영역에 따라서 정통 경제학의 주장들이 상당한 정도로 맞아 떨어지는 분야도 있을 것이고 그렇지 못한 분야도 있을 것이다. 그러므로 한편으로는 정보와 신념에 관한 정통경제학의 이론을 과신하거나 무리하게 적용하지 않는 지혜가 필요하며, 다른 한편으로는 경제학 밖의 분야, 예컨대 심리학이나 인지과학 등의 통찰력을 정통 경제학에 접목시키는 노력이 필요하다.

다.

대체로 보면, 신념이 합리적으로 형성될 수 있느냐에 대하여 심리학이나 인지과학은 대단히 회의적 태도를 보이고 있어서 정통 경제학의 낙관적 태도와 아주 좋은 대조를 이룬다.<sup>23)</sup> 흔히 우리는 비행기가 자동차보다 훨씬 더 위험하다고 생각하지만, 확률적으로만 보면 자동차사고로 죽을 확률이 비행기사고로 죽을 확률보다 훨씬 더 높다. 왜 이렇게 실제 확률과 다르게 사람들이 인식하고 있을까? 비행기사고가 자동차사고보다 훨씬 더 충격적으로 보도되기 때문에 사람들의 머리 속에 매우 강하게 각인되어 있기 때문일 것이다. 심리학 연구에 의하면, 사람들은 소수의 사례를 놓고 지나치게 일반화하는 경향이 있다. 인상이 혐악하다고 해서 그가 범죄자일 가능성은 매우 희박하다. 그럼에도 불구하고 인상 혐악한 사람을 만나면 대부분의 사람들은 그가 전과자일지도 모른다는 생각을 쉽게 한다. 이때, 인상 험한 사람이 범죄자일 일반적인 확률을 상기하지 않는다. 이런 경향을 “소수 법칙”으로 인한 왜곡이라고 부른다.

비행기 사례나 범죄자 사례는 정보가 왜곡될 가능성을 시사한다. 여기에는 두 가지 가능성이 있다. 그 하나는 이미 수집된 정보가 존재하는 정보의 대표적 표본이 되지 못할 가능성이요 다른 하나는 마음에 떠올리는 정보가 우리가 이미 가지고 있는 정보의 대표적 표본이 되지 못할 가능성이다. 첫 번째 가능성의 한 원인은 다양한 대중매체들이다. 대중매체는 흔히 우리로 하여금 특정 정보에 지나치게 자주 접하게 한다. 따라서 대중매체가 전하는 정보가 어떤 주제에 관하여 존재하는 정보를 대표하지 못할 가능성이 높다. 또한 대중매체 역시 정치적 이념적으로 편향되어 있을 수 있다. 대중매체들은 흥미롭지 못한 정보의 보도를 기피하는 경향이 있기 때문이다. 우리가 가진 정보를 바탕으로 진실에 대하여 어떤 결론을 내려야 할 것인지는 부분적으로 우리에게 어떤 정보들이 흘러들어오는가에 달려 있다. 사람이나 조직이 정보원인 경우 이 정보원의 동기나 인센티브도 왜곡의 한 요인이 됨을 고려해야 한다. 예컨대, 대중매체의 이윤 동기나 계속 존속하려는 동기가 이들이 공급하는 정보의 성격 및 질에 영향을 미칠 가능성이 농후하다.

두 번째 왜곡 가능성(즉, 마음에 떠올리는 정보가 우리가 이미 가지고 있는 정보의 대표적 표본이 되지 못할 가능성)에 관련된 A. Tversky와 D. Kahneman의 연구는 사람들이 머릿속에 저장되어 있는 것들을 왜곡해서 이용한다는 사실을 밝히고 있다. 어떤 것을 추정할 때, 연상하기 쉬운 사례들에 의거하는 경우가 많다. 어떤 신념을 평가하거나 지지할 때, 사람들은 이것에 관련된 정보들 중에서 대표적인 표본이나 무작위 표본을 이용하지 않는데, 기억으로부터 연상할 때도 그렇다는 것이다. 사람들은 평범한 것이나 옛날 것들보다는 충격적인 것들이나 최근에 경험했던 것들을 더 잘 기억에 떠올린다.

어떻든 경제학 밖에서 나오는 이런 통찰력을 적극적으로 정통 경제학에 통합시키는 새로운 학문 분야가 앞으로 한 시대를 열 것이라고 어느 행태경제학자가 장담하고 있다.

## 참고문헌

- Akerlof, G. A.(1970), "The market for lemons: Qualitative uncertainty and the market mechanism", *Quarterly Journal of Economics*, vol.84,  
Elster, J.(1986), "Introduction" in *Rational Choice*(edited by J. Elster) New York: New York University Press

23)이훈구(2000), 『인간시장』, 서울: 법문사, 44쪽.

Heap, S. H.(1989), *Rationality in Economics*, New York: Basil Blackwell Inc.  
Hodgson, G. M.(1993), "Calculation, habits and action", in *The Economics of Rationality*(edited by Bill Gerrard), New York: Routledge.  
Mueller, D. C. (1987) "Voting Paradox" in C. K. Rowley edited, *Democracy and Public Choice: Essays in Honor of G. Tullock*, , Oxford, UK. Basil Blackwell Inc.  
Rabin, M.(2004), "Behavioral Economics", in *New Frontiers in Economics* ed. by M. Szenberg & L. Ramrattan, Cambridge, U.K. : Cambridge University Press.  
Stiglitz, J. E. (2004), "Information and the Change in the Paradigm in Economics", in *New Frontiers in Economics* ed. by M. Szenberg & L. Ramrattan, Cambridge, U.K.: Cambridge University Press.

시오자와 요시노리(1999), *왜 복잡계 경제학인가*(임채성 등 옮김), 서울: 푸른길  
이정전(2004), "경제적 합리성 비판", 서울대학교 철학사상연구소 주최 심포지움,  
2004년 12월 9일  
이정전(2002), 『시장은 정말 우리를 행복하게 하는가』, 서울: 한길사  
이준구·이창용(1997), 『경제학원론』, 서울 법문사  
이훈구(2000), 『인간시장』, 서울: 법문사,

K C I