

기후변화 문제에 대한 다양한 시각과 연구과제

이정전 (서울대학교 환경대학원 명예교수)

1. 기후변화 대책, 왜 이렇게 지지부진한가?

유엔과 세계기상기구(WMO)가 1988년 공동 설립한 IPCC는 기후변화에 관해서 세계 최고 권위 기관이라고 할 수 있는데, 이 IPCC가 2007년 발표한 바에 의하면, 지금과 같은 상태가 계속될 경우 2100년에는 1990년에 비해서 대기온도가 4도 상승할 것이라고 한다. 얼핏 보면, 4도 상승이 대수로워 보이지 않는다. 하지만, 영국 재무부가 발표한 스텐보고서에 의하면 4도 상승할 경우, 최대 3억 명이 해일로 인한 피해를 입게 되고, 아프리카와 지중해에서 이용 가능한 물의 양이 30~50% 감소하며, 툰드라의 반이 소멸되는 등 갖가지 끔찍한 환경재앙이 발생한다고 한다.¹⁾ 5도 상승할 경우에는 해수면 상승으로 뉴욕, 런던, 도쿄 등 바다에 가까운 거대도시들이 물에 잠길 위험에 처하게 되고, 5도 이상 높아질 경우, 인류의 대이동을 포함, 상상을 초월하는 대재앙이 예상된다.²⁾

IPCC의 발표가 나온 이후에도 기후변화에 대한 과학적 근거들이 쌓이면서 이제는 인간의 활동에 의한 지구온난화가 인류의 생존을 위협할 정도로 심각해지고 있다는 데에 과학계의 압도적 합의가 형성되어 있다.³⁾ 그럼에도 불구하고 현실에 있어서는 전 세계적으로 지구온난화에 대한 대책은 큰 힘을 받지 못한 채 답답할 정도로 지지부진하다. 2012년 우리나라 대통령선거 유세에서 지구온난화 문제를 핵심 공약으로 내세워 강력한 대책을 약속한 대선주자는 없었다. 지구온난화 문제에 관한한 미국은 세계에서 비난을 가장 많이 받는 나라다. 애당초 미국은 유럽연합과 함께 지구온난화에 대한 국제적 공조를 약속하는 교토의정서를 추진하였으면서도 공화당의 부시정부가 들어서자마자 교토의정서 자체를 전면 부정하고 아예 탈퇴해버렸다.⁴⁾ 전통적으로 공화당은 석유제벌의

1) Stern, Nicholas(2007), *The Economics of Climate Change*, Cambridge: The Cambridge University Press

2) 기후변화로 인한 환경재앙에 관한 구체적 내용은 다음 문헌 참조: 김해창(2013), 『저탄소 경제학』, 부산: 경성대학교 출판부

3) 김해창(2013), 『저탄소 경제학』, 부산: 경성대학교 출판부

4) 김흥균, 이호생, 임종수, 홍종호(2013), 『환경경제학』, 서울: 피어슨에듀케이션코리아

입김이 강하게 작용하는 정당으로 알려져 있다. 공화당 출신 레이건 대통령이 백악관에 들어가자마자 카터 대통령이 백악관 지붕에 설치한 태양에너지 panel을 철거한 조치는 기후변화 문제에 대한 미국 입장의 한 상징으로 받아들여졌다.⁵⁾ 문제는, 이 지구에서 온실가스를 가장 많이 배출하는 미국이 이렇게 미온적인 태도를 취하는 한 중국을 비롯한 다른 나라들도 미온적일 수밖에 없고 따라서 기후변화 문제의 해결은 요원하다는 것이다. 그러니 미국이 주목을 받을 수밖에 없다.

그렇다면, 지구온난화에 대한 대응이 미국을 비롯한 여러 나라에서 왜 이렇게 지지부진할까? 기후변화 문제에 대한 논의는 바로 이 질문으로부터 시작해야 한다. 예상대로, 이 질문에 대하여 다수의 연구들이 업계의 강력한 반발 때문이라는 대답을 내놓는다.⁶⁾

“즉, 경제를 볼모로 한 업계의 정치적 압력이 효과적인 기후변화 대책의 수립과 그 실천에 가장 큰 걸림돌이라는 것이다.”

비단 기후변화 문제뿐만이 아니라 다른 많은 경제 현안에 관해서도 업계는 아주 다양한 방법을 통해서 조직적으로 정치권에 큰 영향력을 행사한다. 2008년 미국의 금융시장 붕괴가 금융업계의 부조리에서 비롯되었다는 점이 속속들이 밝혀졌음에도 불구하고 금융업계의 집요한 반발이 금융개혁의 발목을 잡고 있는 것이 오늘의 미국의 현실이다. 우리나라에서도 2012년 대통령선거 유세기간 내내 박근혜 후보가 경제민주화를 그토록 강력하게 외쳤지만, 당선된 후 업계의 반발이 거세지면

서 경제민주화는 흐지부지되어 버렸다.

업계가 정치권에 영향력을 행사하는 첫걸음은 여론의 관리다. 막강한 홍보 조직을 이용해서 업계는 기후변화에 관한 기존의 과학적 근거에 흠집을 내는 자료와 정보를 퍼뜨린다. 여론 관리를 위한 업계의 자금동원 경로를 소상히 밝혀낸 연구에 의하면, 진상을 잘 모르는 일반대중들이 업계의 이런 조직적 홍보활동에 매우 취약하다고 한다. 미국의 경우, 일반대중의 절반 정도가 기후변화의 심각성을 잘 모르고 있다는 조사결과도 있다. 기후변화뿐만 아니라 업계는 다른 환경파괴의 악영향을 축소하거나 왜곡하는 자료를 유포하고 그림으로써 결과적으로 환경 관련 규제나 입법을 방해한다. 미국의 경우에는 석유재벌이 그 선봉에 포진하고 있으며 보수 성향 언론매체가 이에 가세하고 있다. 이들의 전략적 목적은 이미 확립된 과학적 근거들이 의심스럽고 따라서 더 많은 과학적 토론이 필요한 것처럼 포장함으로써 시간을 질질 끌고 대중을 혼란에 빠뜨리는 것이다.

업계는 단순히 홍보활동만을 펴는 것으로 그치지 않는다. 로비활동의 천국으로 알려진 미국의 경우, 업계는 막대한 선거자금과 광범위하고 조직적인 로비활동을 통해서 직접적으로 정치권에 막강한 영향력을 행사하면서 기후변화 및 환경 관련 규제와 정책의 입법화를 저지하는 것으로 알려져 있다. 2003년 미국 상원의원이었던 J. Inhofe는 지구온난화 주장이야말로 “미국 국민을 상대로 저질러진 최대의 사기극(the greatest hoax)”이라고 일갈하였는데, 과학을 잘 모르는 이 상원의원의 발언에 미국 의회의 다수가 동조하고 있다는 데에 문제의 심각성이 있다.⁷⁾ 선거자금과 로비활동을 통한 업계의 정치적 영향력이 의외로 위력적임을 밝혀낸 Larry Bartels의 연구는 기후변화

5), 6), 7), 8) Sachs, J.(2011), *The Price of Civilization*, London: The Bodley Head.

와 같이 업계의 이해관계가 크게 걸려 있는 이슈에 관한 한 미국 국회의원들은 업계나 고소득계층의 견해에 압도적으로 높은 가중치를 부여하는 반면, 저소득 계층 유권자의 견해를 심각하게 고려한다는 증거는 찾아볼 수 없었다.⁹⁾ 이와 같이 선거자금 제공자에게 상대적으로 더 우호적으로 반응하는 정치가들의 행태는 이른바 대표성 편향(representation bias)을 낳고 이것이 결국 부자감세, 사회복지지출 삭감, 무모한 전쟁, 환경 파괴, 기후변화 문제에 대한 소극적 정책 등으로 반영된다. 허나, 이 대표성 편향은 결국 정치권 전체에 대한 국민의 불신을 초래하는 주된 요인이 된다. 2011년에 실시된 갤럽 여론조사에 의하면, 미국인의 71%가 중앙정부는 주로 사익을 추구하는 특수 이해단체로 보고 있다.⁹⁾

Larry Bartels의 연구는 우리에게도 많은 것을 시사한다. 그동안의 각종 여론조사 결과에 의하면, 정치에 대한 우리 국민의 불신이 무척 심하다. 최근의 한 여론조사에서도 매우 좋지 않은 결과가 나왔다.¹⁰⁾ “정치가 국민을 행복하게 했다고 생각하십니까?”라는 질문에 우리 국민의 70.5%가 그렇지 않다고 응답하였으며, 우리 국민의 거의 80%가 정치인은 자신들의 명예와 권력욕만 채우는 사람들이거나 자리를 유지하기 위해서 분쟁만 일삼는 사람이라고 생각하고 있다. 정치권에 대한 우리 국민의 이런 부정적 인식은 정치권이 국민의 여망에 제대로 부응하지 못한 채 업계와 특수 이익집단에 휘둘린 결과라고 할 수 있다.

이와 같이 정치권이 업계의 영향력에 휘둘리는 현실을 Jeffrey Sachs는 ‘기업국가(corporatocracy)’로 표현하고 있다.¹¹⁾ 현실이 이러하니 아무리 학계가 기후변화에 대하여 많은 연구를 수행하고 효과적인 대책을 강구한들 이것이 정치권을 통해서 정책으로 이어지기가 매우 어려울 수밖에

없다. 미국에는 범지구적 추세를 깊이 있게 다루는 세계 최고 수준의 연구기관들이 많이 있고 이들이 기후변화에 대하여 많은 우려를 쏟아내고 있다. 이처럼 도처에서 경보가 울리고 있지만, 업계의 눈치를 보는 미국 정치권이 이를 외면하고 있다. 우리나라라고 해서 크게 다르지 않다.

그러므로 효과적으로 그리고 강력하게 기후변화 문제에 대처하기 위해서는 우선 업계의 반발 및 그 정치적 영향력을 효과적으로 무마하는 일이 필수적이다. 이를 위하여 학계가 할 수 있는 첫 번째 과업은 기후변화에 관한 자료와 지식을 계속 발굴하고 정리하고 발표할 뿐만 아니라 이를 널리 알림으로써 일반대중으로 하여금 기후변화 문제를 보다 더 잘 이해하게 만들고 이를 바탕으로 정치권에 기후변화에 대한 적극적 자세를 촉구하는 것이다. 이와 병행하여 기후변화에 관한 업계의 주장을 면밀하게 분석하여 그 진위를 대중에게 알리는 일도 중요하다. 업계의 홍보자료를 모아서 분석해본 연구에 의하면, 전문성이 부족하거나 기초적 사실조차 잘못 사용하는 경우가 많았다고 한다. 따라서 그만큼 학계가 할 일도 많다고 할 수 있다.

2. 세상을 지배하는 큰 사상과 기후변화 문제

물론, 업계가 사실을 은폐하거나 왜곡된 자료로 기후변화에 대한 과학적 근거를 흔드는 일만 하는 것은 아니다. 고도의 이념적 논리를 펴는 수법을 병행한다. 그 논리의 중심에는 시장주의 논리가 있다. 시장주의는 시장의 원리를 굳게 신봉하며

9) Sachs, J.(2011), *The Price of Civilization*, London: The Bodley Head, 제1장 참조.

10) 한국기독교언론포럼이 2012년 11월 22일 한국프레스센터 “열린 토론마당 심포지엄”에서 발표한 여론조사 결과임.

11) Sachs, J.(2011), *The Price of Civilization*, London: The Bodley Head, 제 7장 참조.

효율을 으뜸으로 생각하는 사상이다. 최소의 자원으로 최대한 경제성장을 달성하면 낙수효과를 통해서 국민 모두가 골고루 잘살게 되며, 또한 자원 고갈 및 환경파괴도 최소화된다. 그러므로 효율을 통해서 공평과 지속가능성을 모두 달성할 수 있다고 시장주의자들은 주장한다. 그리고 시장이 바로 이런 효율을 가장 잘 달성하는 제도라고 믿는다. 따라서 이들은 “작은 정부”를 내세우면서 되도록이면 많은 사회문제를 시장을 통해서 해결할 것을 촉구한다. 기후변화 문제도 시장에 맡기거나 혹은 시장의 원리를 최대한 활용함으로써 얼마든지 해결할 수 있으므로 굳이 정부가 적극적으로 나설 필요가 없다는 것이다. 심지어 기후변화가 재앙보다는 혜택을 더 많이 가져다준다고 주장하는 시장주의자들도 있다. 시장주의자들의 이런 주장은 조목조목 업계의 구미에 딱 맞는 것들이다. 따라서 업계는 자신들의 요구를 늘 시장주의 논리로 잘 포장함으로써 듣기 좋게 만든다.

그러나 2008년 미국 금융시장의 붕괴에 이은 세계경제위기는 시장주의 논리가 옳지 않았음을 명백히 보여주면서 자유방임 자본주의 시장에 대한 심각한 회의를 불러일으켰다.¹²⁾ 이와 동시에 시장주의자와 대립의 각을 세우던 진보진영의 목소리가 부쩍 커졌다. 이들은 낙수효과가 날로 약해지고 있으며, 참된 효율은 공평을 바탕으로 이루어지는 것이라고 주장한다. 소득이 공평하게 분배되어야만 큰 사회적 갈등 없이 국민 모두가 의욕을 가지고 열심히 일하게 될 뿐만 아니라 시장의 수요도 커지고 그럼으로써 경제성장이 촉진된다는 것이다. 진보진영은 소득분배와 환경문제 사이에도 밀접한 관계가 있다고 본다. 현실적으로 보면, 극심한 빈부격차가 환경문제의 주된 원인이 되고 있으며 동시에 환경문제의 효과적 해결을 가로막는 주된 장애라는 것이다.¹³⁾ 따라서 기후변화를

포함한 환경문제의 효과적인 해결을 위해서라도 국가 간 빈부격차 그리고 한 나라 안에서의 빈부격차를 줄이는 일이 최우선적으로 이루어져야만 한다고 진보진영은 역설한다.

진보진영의 주장들이 옳기는 하지만 시장의 원리로부터 결코 자유롭지 못하다는 점이 가장 큰 한계라는 지적이 나온다. 환경운동가와 환경보전주의자들도 이런 지적에 동조하면서 지속가능성을 최우선적 가치로 내세운다. 환경이 지속가능하지 않으면, 효율이고 공평이고 모두 쓸모없는 것들이다. 지구가 너무 뜨거워져서 인류와 동식물의 생명이 위협받고 있는 상황에서는 경제성장도 공평한 부의 분배도 이루어질 수가 없다. 많은 환경보전주의자들이 현 자본주의 시장경제가 결코 지속가능하지 않다고 경고하고 있는데, 환경관련 많은 과학적 증거들이 이들의 경고에 점점 더 큰 힘을 실어주고 있다.

허나, 이들의 경고가 시장주의의 벽에 가로막혀 있는 것이 현실이다. 비록 2008년 미국 금융시장 붕괴로 큰 타격을 받았다고는 하지만, 시장주의가 죽은 것은 결코 아니다. 시장주의는 막대한 재력을 바탕으로 하는 업계와 보수진영의 절대적 지지를 받고 있기 때문에 여전히 큰 영향력을 행사하고 있다. 따라서 시장주의, 진보진영의 사상, 그리고 환경보전주의, 이 세 가지 큰 생각들 사이의 첨예한 대립이 아직도 계속되고 있다고 할 수 있다. 문제는, 세상을 지배하는 이 세 가지 큰 생각들이 극단적으로 엇갈리고 첨예하게 대립하는 상황에서는 효과적인 기후변화 정책이 만들어지기도, 추진되기도 어렵다는 것이다. 그렇다고 그 어느 한 생각이 전적으로 옳고 다른 것은 틀렸다고 단정하고 매도할 수는 없다. 각각의 큰 생각에 충분히 일리가 있다. 그렇다면, 과연 어느 상황에서 어느 생각이 어느 정도로 타당한가를 밝히고 이를 바탕으로

12) Stiglitz, Joseph E.(2011), *Freefall*, New York: W. W. Norton & Co.

13) 이에 대한 자세한 논의는 이정전(2011), 『환경경제학 이해』(서울: 박영사) 참조.

로 어떤 구심점을 찾아야 한다. 이런 방면으로 앞으로 많은 연구가 있어야 할 것이다.

이와 함께 시장주의로 포장된 업계의 요구와 주장에 대한 면밀한 분석도 절실히 요구된다. 업계가 금과옥조로 삼는 주장은 환경에 관한 정부의 각종 규제나 법이 기업에 심각한 경제적 부담을 지움으로써 결과적으로 경제에 큰 타격을 줄 수 있다는 것이다. 그렇다면, 과연 그 경제적 부담이 어느 정도인지를 구체적으로 규명하는 연구가 앞으로 더욱더 많이 나와야 하고 이 결과가 널리 유포되어야 할 것이다. 이제까지 미국이나 유럽에서 수행된 연구결과를 보면, 환경규제나 법으로 인한 경제적 부담을 업계가 너무 과장하고 있는 것으로 나타났다. 일단 규제나 법이 실행되면, 업계는 최소의 비용으로 이에 대처하는 방안들을 재빨리 강구하기 마련이다. 따라서 장기적으로 보면 경제적 부담이 경미해진다는 것이다.

3. 경제적 인센티브를 둘러싼 논쟁

금융시장과 배출권거래 시장

기후변화 문제에 관해서 경제학자들이 가장 빈번히 그리고 적극적으로 권고하는 정책 대안은 탄소세와 배출권거래제도다. 탄소세는 이산화탄소를 배출하는 화석연료의 사용량 단위당 일정 요율의 금액을 국가가 세금으로 징수하는 방안이다. 배출권거래제도에 여러 가지 유형이 있지만, 현재 가장 많이 거론되는 제도는 온실가스를 배출할 권리를 법적으로 인정한 다음 공식적으로 시장에서 이 권리를 사고팔게 허용하는 방안이다. 예를 들어서, 만일 어떤 업체가 일천 톤의 탄소를 배출하

고 있다고 하면, 정부가 이 업체에 배출량을 줄일 것을 일방적으로 강요할 것이 아니라 오히려 앞으로 계속 그 1,000톤을 배출할 수 있는 권리를 법적으로 인정해서 공식화하자는 것이 배출권거래제도의 취지다.

탄소세와 배출권거래제도, 이 두 가지 방안 중에서 어느 것이 더 좋은가에 대해서는 경제학자들 사이에 의견이 엇갈린다. 시장주의자들은 배출권거래제도를 더 선호하는 편이다. 탄소세는 정부 주도로 시행되지만, 배출권거래제도는 시장의 수요공급 원리에 맡겨지는 부분이 많다. 비록 기후변화의 문제가 정부의 개입이 불가피한 문제라고 하더라도 시장의 원리를 최대한 활용해서 문제를 해결해야 한다는 것이 시장주의자들의 기본 입장이다. 업계 역시 탄소세의 실시에 강한 거부감을 보이는 반면, 배출권거래제도에 대해서는 우호적이다. 탄소세가 실시될 경우에는 이산화탄소를 배출할 때마다 돈을 지불해야 하지만, 배출권거래제도의 경우에는 이제까지의 배출량을 법적으로 허용받기 때문에 별 경제적 부담 없이 종전의 경제 활동을 계속할 수 있기 때문이다. 사실 업계의 강한 반발 탓으로 제대로 된 탄소세 제도를 강력하게 실시하는 나라는 드물다. 따라서 앞으로 기후변화에 좀 더 강력하게 대처하기로 국제사회의 뜻이 모인다면, 업계가 지지하는 배출권거래제도의 실시가 대폭 확대될 가능성이 높다.

순전히 경제학의 입장에서 보면, 배출권거래제도의 성공 여부는 배출권 시장에서 자유경쟁이 얼마나 잘 이루어질 것인가에 달려 있다. 가장 먼저 우려되는 것은 독과점인데, 이제까지의 연구 결과만을 놓고 볼 때 이것이 그리 큰 문제가 되지 않는다고 생각하는 경제학자들도 있다. 하지만, 이렇게 장담하기에는 아직 이르다. 설령 자유경쟁이 잘 이루어지고 거래가 활발해진다고 해도 절대 안심할 수 없다. 그렇게 활발하고 탄탄해 보였던 미국의 금융시장이 하루아침에 붕괴되는 참상을 바

로 얼마 전에 우리 눈으로 보지 않았던가. 1990년 대 일본의 금융시장이 무너졌을 때 미국의 시장주의자들은 이를 비웃으면서 미국식 금융시장의 채택을 강권하기까지 하였다. 그들이 그토록 자랑스럽게 생각하던 미국의 금융시장이 그렇게 맥없이 무너질 것을 경제학자들조차 전혀 예상하지 못해서 큰 망신을 당했다.

미국 금융시장이 붕괴된 요인으로 흔히 투기 과열, 정보의 비대칭성, 근시안적 기업행태, 불확실성에 대한 지적 오만, 업계 비리, 과소비, 탐욕, 등 여러 가지가 꼽힌다. 예상대로, 시장주의자들은 금융시장에 대한 규제 완화와 정부의 감독소홀을 가장 큰 원인으로 지목하면서 그 책임을 정부에 뒤집어씌웠다. 마치 미국의 금융시장에는 아무런 문제가 없었는데, 정부의 무능 탓으로 금융시장이 망했던 것처럼 말한다. 그러나 이는 현실을 호도하는 억지 주장일 뿐이다. 정부가 감독을 소홀히 하고 규제를 완화할 수밖에 없도록 금융업계가 로비와 선거자금을 통해서 정치권에 엄청난 영향력을 행사하였음은 이미 잘 알려진 사실이다. 바로 이와 비슷한 일이 배출권거래시장에서 일어나지 않는다는 보장은 전혀 없다. 정부의 감독과 규제의 철저한 실사가 특히 배출권거래시장의 성공에 필수적이기 때문에 업계의 정치적 압력은 배출권시장 그 자체를 무의미하게 만들 수 있다. 이런 점에 비추어 보면, 배출권거래제도보다는 탄소세가 훨씬 더 나아 보인다. 어쨌든 미국의 금융시장을 붕괴시킨 여러 요인들이 배출권거래시장에서는 어떻게 작용할 것인지를 깊이 짚어보는 것은 학술적으로도 흥미있는 일이다. 이 방면으로 앞으로 많은 연구가 있어야 할 것이며, 또한 이를 바탕으로 탄소세와 배출권거래제도의 장단점을 좀 더 과학적으로 분석하는 연구도 필요하다.

도덕불감증

경제학자들의 입장에서는 공정한 자유경쟁이 잘 이루어지는 한 배출권거래제도의 개념 그 자체에는 이상할 것이 없어 보인다. 그러나 환경보전 주의자나 사회학자, 심리학자, 철학자 등 좀 더 근원적인 것을 보는 학자들에게는 상당히 거슬릴 수도 있다. 실제로 이 제도에 큰 거부감을 보이는 환경단체도 많다. 배출권이라는 명칭이 함의하듯이 이 제도는 사회적 지탄의 대상이 되는 환경파괴자에게 환경을 오염시킬 권리를 노골적으로 부여하는 제도이다. 마치 도둑에게 적당히 도둑질할 권리를 부여하는 격이다. 사회적으로 응징받아 마땅한 행동을 오히려 법적으로 인정한다면 장기적으로는 도덕불감증을 유발함으로써 환경파괴가 더 심해질 수 있다는 것이 환경운동가들의 우려다. 당장, 배출권을 구매한 사람은 돈만 있으면 환경을 얼마든지 마음대로 이용할 수 있다는 생각 또는 돈을 주고 샀는데 환경을 파괴하면 어떠한 생각을 가지게 될 것이다.¹⁴⁾

비단 배출권거래제도만이 문제가 되는 것이 아니다. 일반적으로 경제학자들이 제안하는 환경정책 대안들은 주로 경제적 인센티브를 활용하는 것들이다. 경제학자들이 가장 빈번히 제시하는 배출부과금제도(환경오염물질 배출에 대하여 일정 비율의 벌금을 부과하는 제도)가 그 대표적인 것이다. 배출부과금을 기업에게 부과하면 이 기업은 부과금 지불액을 최소화하기 위해서 오염물질 배출량을 줄이려는 경제적 인센티브를 가지게 된다. 일반적으로 경제학자들은 이런 경제적 인센티브가 사람이나 기업을 움직이는 가장 강력하고 효과적인 동인이 된다고 믿는다.

그러나 일부 심리학자들이나 행태경제학 학자

14) 이정전(2011), 『환경경제학 이해』, 서울: 박영사

들은 경제적 인센티브가 오히려 역효과를 낼 수 있다고 주장하면서 일상의 증거들을 줄줄이 제시하고 있다. 가장 많이 알려진 실험 결과는 유아원에 대한 것이다. 저녁 정해진 시간에 부모들이 유아원에 와서 맡겨 놓은 아이들을 찾아가야만 유아원 직원들도 퇴근할 수 있는데, 시간을 잘 지키지 않는 부모들이 늘 있어서 유아원의 골칫거리였다. 이 문제를 해결하기 위해서 늦게 아이를 찾으러 오는 부모에게는 벌금을 부과하였다. 그랬더니 시간을 지키지 않는 부모의 수가 줄기는커녕 오히려 종전보다 더 크게 늘어났다. 심리학자가 그 이유를 캐본 결과, 돈만 내면 되는데 좀 늦으면 어떠한 태도가 부모들의 행동을 바꾸었다는 것이다. 아이를 늦게 찾으러 오는 것에 대한 미안함이나 죄책감이 아예 없어져 버린다.

더욱더 우려되는 것은, 한번 돈으로 문제를 해결하고 나면 그다음부터는 돈만 내면 그만이라는 사고방식이 굳어지면서 죄책감이나 미안한 마음도 영원히 사라진다는 것이다. 위의 유아원에 대한 후속 실험이 이를 뒷받침한다. 벌금이 오히려 역효과를 내자 유아원은 벌금을 폐지하여 보았다. 원래의 상태로 되돌아간 셈인데, 그렇다면 늦게 아이를 찾으러 오는 부모의 수도 원래대로 줄어야 한다. 그러나 실험 결과에 의하면 전혀 줄어들지 않았다. 심리학자들이 밝혀낸 바로는 부모들이 이미 도덕불감증에 젖어버렸기 때문이다. 유아원에 늦게 오는 것에 대한 죄책감이나 미안한 마음이 아예 없어져 버렸기 때문이다. 경제적 인센티브 제도로 인해서 일단 도덕불감증에 걸리면 그 도덕불감증은 영속적임을 유아원 실험 결과가 보이고 있다.

대체로 보면, 경제학자들은 경제적 인센티브의 효과만을 염두에 두고 이를 최대한 잘 활용하는 정책대안의 개발에만 관심을 집중할 뿐 경제적 인센티브가 인간성에 악영향을 미치고 이 악영향이 다시 경제에 악영향을 미치는, 이른바 되먹

임 효과(feedback effect)를 무시하는 경향이 있다. 사실, 주류경제학에 대하여 마르크스가 가장 강도 높게 비판하였던 것도 바로 이 부분이다. 마르크스의 논리를 따르면, 경제학자들이 제안하는 경제적 인센티브 제도들은 잘 해야 단기적으로 반짝 효과만 낼 뿐이다. 장기적으로는 되먹임 효과를 통해서 국민을 타락시키며, 국민이 타락하면 그 사회는 희망이 없다. 오늘날 심리학자와 행동경제학자는 이 되먹임 효과에 주목하기 시작하였다. 앞으로 마르크스가 말하는 되먹임 효과에 대한 연구들이 많이 나와야 하고 또한 그럴 것이다.

4. 근본적 문제: 한정된 지구촌, 급속하게 늘어나는 “미국인”

시장의 원리가 최대한 지켜지도록 시장을 잘 보완한다면 환경문제가 잘 해결될 수 있다는 경제학자들의 사고방식에도 2008년 미국 금융시장 붕괴는 경종을 울렸다. 아무리 금융시장이 효율적으로 잘 작동하더라도 금융시장이 소화할 수 있는 한계 이상으로 과부하가 걸리면 금융시장이 절단날 수 있다. 아무리 각 개인들이 합리적으로 행동하더라도 그 총량적 결과는 사회적으로 비합리적일 수 있다는 사실을 게임이론이 잘 증명해주고 있다. 오늘날 지구온난화를 비롯한 범지구적 환경 문제는 자본주의 시장에 과부하가 걸림으로 인해서 발생하는 문제라고 보는 학자들이 많다. 설령, 경제적 인센티브를 잘 활용한 결과 기업들이 환경친화적으로 바뀌었다고 해더라도 해마다 생산되고 소비되는 물량 그 자체가 총량적으로 워낙 커서 환경에 떨어지는 부하가 그 수용능력을 현저하게 초과한다면 그 결과는 환경재앙이다. 그러므로 기후변화를 포함한 오늘날의 환경문제를 근

본적으로 해결하기 위해서는 소비의 총량을 합리적으로 줄여나가야 한다는 주장이 나온다. 이것이 1992년 리우지구정상회의에서 천명된 지속가능발전 원칙의 속뜻이기도 하다.

《Hot, Flat, and Crowded》의 저자, T. L. Friedman은 이 지구촌이 엄청난 딜레마에 빠져 있다고 단언한다. 2022년 월드컵축구대회를 유치한 카타르의 수도, 도하를 방문한 그는 모래 위의 이 도시를 뉴욕 맨해튼의 축소판으로 묘사하였다.¹⁵⁾ 뉴욕의 맨해튼은 미국에서도 손꼽히는 부자 동네요, 전형적인 미국식 생활양식과 도시화가 호화롭게 펼쳐지는 곳이다. 미국식 생활양식이란 어떤 것인가? 식구 수대로 방이 있고 방마다 에어컨이 설치되어 있는 큼지막한 저택, 조그마한 영화관 같은 거실, 집집마다 두서너 대씩의 자동차, 어른 손바닥보다 큰 스테이크와 기름진 식사, 각종 최첨단 가전제품 등으로 상징되는 미국식 소비문화가 구체화된 것이다.

그러나 이런 미국식 소비문화는 석유를 물 쓰듯 하고 이산화탄소를 소방차 호수처럼 뿜어내는 환경 파괴적 소비문화이며, 맨해튼은 석유를 먹는 하마다. 미국인들이 이런 생활을 하고 있으니, 세계인구의 4.6%밖에 되지 않는 미국의 이산화탄소 배출량이 세계 총배출량의 20%를 차지하는 기현상이 벌어지고 있다. 그런데도 세계의 모든 나라가 미국처럼 부자나라가 되려고 경제성장에 박차를 가하고 있으며, 미국의 소비문화를 선망하고 있다.

아마도 세계에서 중국처럼 미국식 생활양식과 도시화가 급속도로 확산되는 곳은 없을 것이다. 요즘 중국 대도시의 길모양은 맨해튼과 별로 다르지 않다. 고층건물, 백화점, 아파트, 코카콜라 광고, 명품 상가, 햄버거가게 등이 즐비하고, 아

스팔트 도로에는 자동차들이 홍수를 이루고 있으며, 넥타이에 양복을 입은 중국 남자와 미니스커트를 입은 중국여인들이 거리를 활보하고 있다. 중국 사람들 역시 석유를 물 쓰듯 하고 이산화탄소를 소방차호수처럼 뿜어대는 미국식 소비문화를 추구하다 보니 1인당 국민소득이 미국의 10분의 1도 안 되지만 이산화탄소 배출량이 미국에 이어 세계 2위를 달리고 있다. 어디 중국뿐이랴. 인도, 남미 등 세계 곳곳에 미국식 소비문화가 급속히 퍼지고 있고 카타르 같은 곳이 우후죽순처럼 들어서고 있다. 그래서 Friedman은 미국식 생활양식과 도시화로 세계가 점차 획일화(flat)되고 있다고 말한다.¹⁶⁾

Friedman의 말처럼 이제 미국식 소비문화와 도시화는 전 세계의 규범이 되고 있다. 하지만, 이렇게 지구촌의 모든 사람들이 미국식 소비문화를 추구하면 이 지구가 어떻게 될 것인가? 자원은 급속도로 고갈되고 대기 중에 축적되는 이산화탄소의 양은 견잡을 수 없이 늘어나면서 지구의 온도는 빠르게 높아갈 것이다. 이런 재앙의 걱정 없이 지구촌 모든 사람들이 현재 미국인처럼 잘 살기 위해서는 지구가 7개 있어야 한다고 한다. 그렇다면, 지구촌 모든 사람이 미국식 생활양식으로 맨해튼과 같은 곳에서 산다는 것은 사실상 불가능하다는 얘기가 된다. Friedman은 이 한정된 지구촌에 ‘미국인’이 급속하게 늘어나고 있다는 것, 바로 이것이 기후변화를 포함한 지구촌의 가장 근본적인 문제이면서 또한 가장 다루기 어려운 문제라고 말한다.

15) Friedman, T. L.(2006), *Hot, Flat, and Crowded*, New York: Farrar, Straus and Girous, p. 54.

16) Friedman, T. L.(2006), *Hot, Flat, and Crowded*, New York: Farrar, Straus and Girous.

5. 과소비, 기후변화와 세계 금융위기의 공통 요인

Friedman의 이 말은 결국 ‘과소비(overconsumption)’가 기후변화의 주된 원인이라는 뜻이다. 문제는 바로 이 과소비가 2008년 미국 금융시장을 붕괴시킨 주된 요인이기도 하다는 것이다. 누구나 소득의 범위 안에서 소비하고 생활하는 것이 상식이다. 이 상식이 지켜져야만 개인의 경제는 물론 국가의 경제가 안정을 유지할 수 있다. 하지만, 2000년대의 미국인들은 이 상식을 무시하였다. 중산층은 물론이고 심지어 저소득 계층까지 저마다 부동산을 담보로 빚을 얻어서 흥청망청 돈 쓰기 바빴다. 그러다가 결국 빚더미에 눌려서 개인들도 망했고 금융기관들도 망했다. 이것이 2008년 미국 금융시장 붕괴의 전말이다. 물론, 미국 정부가 천문학적 금액의 구제 금융을 퍼부어 망한 금융기관을 살려주었지만, 망한 개인들은 그대로 내팽개쳐졌다. 수백만 명의 미국인들은 집을 잃고 길거리로 내몰렸고 이보다 더 많은 미국인들이 빚에 쪼들려 살고 있다. 이렇게 수많은 개인들을 망하게 만들고 경제를 위기로 몰아넣는 소비를 어떻게 합리적이라고 할 것인가.

“과소비가 미국의 금융시장을 망친 근본적 요인이었음에도 불구하고 아직까지도 많은 경제학자들이 과소비의 개념을 매우 거북스럽게 여기고 있다. 경제학 사전에는 과소비라는 말 자체가 없다.”

그 대신 경제학자들은 “소비자는 왕이다.”라는 말을 자주 한다. 이 말은 시장에 어떤 상품이 얼마나 많이 공급될 것인가는 전적으로 소비자의 선택에 달려 있음을 뜻한다. 이 말의 밑바탕에는 인간의 욕망을 주어진 것으로 절대시하는 시장주의의 희망적 믿음 그리고 인간은 합리적으로 행동하는 존재라는 경제학의 대전제가 깔려 있다. 그러나 이 믿음과 대전제는 심리학자들과 행태경제학자들의 거센 도전을 받아왔다. 이들은 오래 전부터 합리적이라고 보기 어려운 일상생활의 사례들을 무수히 많이 발굴한 다음 첨단 두뇌과학 및 신경과학에 입각해서 그 원인을 밝혀냈으며, 원인별로 그 사례들을 분류함으로써 체계적 연구를 위한 토대를 닦았다.

이들의 연구 결과에 의하면, 우리 인간의 욕망이나 선호는 쉽게 바뀌거나 조작된다. 의사가 암환자에게 수술 받을 것을 권고할 때, “수술 받은 환자의 90%가 5년 이상 오래 삽니다.”라고 말하면 거의 대부분의 환자들이 가벼운 마음으로 수술에 동의하지만, “10%가 5년 이내에 죽습니다.”라고 말하면, 거의 대부분의 환자들이 수술을 매우 꺼린다. 90%가 5년 이상 산다는 말이나 10%가 5년 이내에 죽는다는 말은 표현만 다를 뿐 내용은 같다. 따라서 합리적이라면 반응도 같아야 하지만, 실제로 있어서는 대부분의 경우 그렇지 않다. ‘5% 당분 포함’주스나 ‘95% 무가당’주스는 당도가 동일한 주스임에도 불구하고 대부분의 소비자들은 95% 무가당 주스를 선택한다. 이와 같이 내용은 같지만 표현을 달리함에 따라 사람들의 행동이 바뀌게 되는 효과가 심리학자들의 반복된 실험에서 밝혀지면서 프레임 효과(frame effect)라는 전문용어가 나왔고 이에 대한 연구가 행태경제학에서 중요한 한 분야가 되었다. 하지만 업계는 이미 오래전부터 이 효과를 알고 있었으며 아주 자

17) 이에 대한 자세한 논의는 이정전(2012), 『우리는 왜 행복해지지 않는가』(서울: 토네이도미디어그룹) 참조.

18) Thaler, R. H. and C. R. Sunstein(2008), *Nudge*, New York: Penguin Books.

주 써먹고 있었다.

심리학자들과 행태경제학자들은 프레임효과 이외에 공짜효과, 미끼효과, anchoring 효과 등 여러 가지 흥미 있는 효과들을 발견하였는데, 어떤 든 상품의 질이나 가격과 전혀 관계가 없는 아주 하찮은 요인에 의해서 소비자들의 선호가 이리저리 바뀌고 그 결과 소비자들의 선택도 확실히 바뀐다는 사실을 확인시켜준다.¹⁷⁾ 어느 행태경제학자는 소비자와 기업가 사이의 거래는 아마와 프로 사이의 게임과 같다고 말한다.¹⁸⁾ 프로는 초보 아마를 마음대로 요리하기 때문에 상대가 되지 못한다. 소비자와 기업가도 마찬가지다. 기업의 온갖 판촉 수법에 소비자들은 맥없이 당한다. 그 판촉 수법들이 인간의 보편적 성향에 대한 과학적 근거를 바탕으로 하기 때문이다. 이와 같이 온갖 판촉 수법에 휘둘리는 소비자들을 보고 과연 합리적이라든가 ‘소비자는 왕’이라는 말을 할 수 있을 것인가? 설령 합리적이라고 한들 경제학자들의 말대로 그런 조작 가능한 소비자의 선택을 절대적으로 신성시해야 할 것인지, 고개를 가우뚱하게 된다.

더욱이나 업계는 광고와 상술을 비롯한 각종 과학적 판촉수법을 총동원해서 인간의 욕망을 끊임없이 부풀리면서 지속적으로 과소비를 조장하고 있다. 환경운동가나 환경보전주의자들은 미국발 경제 위기가 오기 훨씬 전부터 그와 같이 끊임없이 부풀어 오르는 인간의 욕망 그리고 이로 인한 과소비가 오늘날 지구 온난화를 비롯한 환경 문제의 근본 원인이라고 주장해왔다. 이와 같이 인위적으로 부풀려진 인간의 욕망을 충족시키기 위해서 시장은 너무나 많은 자연자원을 소모하고 있으며 또한 너무나 많은 환경오염 물질을 배출시키고 있다. 그래서 지구가 뜨거워지고 있으며 환경 위기가 오고 있다는 것이다.

요컨대, 과소비가 2008년 미국발 금융위기의 근본 원인이요, 또한 기후변화의 근본원인이라는 것이다. 그러므로 과소비를 효과적으로 대폭 줄

이는 것이 자본주의 시장을 안정시키면서 동시에 지구온난화를 방지하는 첩경이라는 결론에 이르게 된다.

6. 과소비 억제가 지속가능발전을 위한 근원적 대책이다

낭비적 소비: 적응성 소비와 과시적 소비

사실, 과소비라는 개념이 모호하지만, 합리적이지 못한 탓으로 현저한 낭비를 초래하는 소비를 과소비라고 일단 정의해두자. 소비는 결국 소비자 개인의 행복을 위한 것이다. 따라서 행복의 관점에서 보면, 과소비란 소비자 자신의 행복을 크게 증진시키지 못한 채 헛돈을 쓰는 낭비적 소비라고 정의할 수 있다. 이렇게 정의하면 인간의 합리성을 굳게 믿는 경제학자들은 그런 낭비적 소비는 사소하고 예외적이기 때문에 학문적 연구 대상도 정책 대상도 될 수 없다고 주장할 것이다. 그러나 2008년 미국발 세계경제위기는 현실이 그렇지 않음을 여실히 보이는 계기가 되면서 낭비적 소비의 일상성을 실증적으로 그리고 이론적으로 밝힌 심리학자나 행태경제학자의 연구가 더 큰 힘을 얻게 되었다.

“가장 빈번히 거론되는 낭비적 소비는 이른바 충동구매다.”

합리적 손익계산 없이 순간적 기분 따라 상품을 구매하다 보면 금방 싫증이 나서 내팽개치게 된다. 이렇게 금방 싫증이 나서 행복감이 짧은 소비를 심리학자들은 ‘적응성 소비’라고 부르기도 한다. 대체로 가전제품과 같은 대량상품들은 우

리가 빨리 적응하며 쉽게 물리는 것들이다. 어떤 든 구매 당시에 생각한 만족감이나 행복감이 구매 후에 급속도로 떨어진다는 것을 충분히 헤아리지 못하고 충동구매를 하다 보면 실제로 얻는 것보다 더 많은 돈을 치르게 된다. 그만큼 돈을 낭비하게 된다. 그러므로 적응성 소비는 낭비로 끝나게 되며, 개인의 낭비가 누적되어 사회적으로 큰 낭비를 낳는다.

“낭비의 원인이 되는 또 다른 유형의 소비로 이른바 ‘과시적 소비’가 꼽힌다. 통상 과시적 소비는 사치성 소비의 한 유형으로 간주되는데, 사치풍조를 좋지 않게 보는 것이 다수 국민들의 정서이기도 하다.”

그러나 경제학자들의 주장은 좀 다르다. 예를 들어서, 명품을 사는 이유는 나름대로 손익계산을 해본 결과 이익이 비용(가격)보다 더 크기 때문이다. 따라서 명품 구매는 합리적 소비행위요, 따라서 비난받을 이유가 없다는 것이다. 여기에서 논쟁이 시작된다.

과연 사치성 소비가 합리적일까? 소비행태에 대한 연구에 의하면, 여러 가지 유형의 사치성 소비에 한 가지 공통적인 사항은 남을 강하게 의식한다는 점이다.¹⁹⁾ 남을 너무 의식하다 보면 무심코 남 따라 하기 십상이다. 남들이 명품을 사니까 덩달아 명품을 사는 경우가 우리 주위에 흔하다. 이렇게 무심코 남 따라 하는 소비를 합리적 소비라고 말하기는 어렵다. 바로 이 ‘남 따라 하기(herd behavior)’가 2000년대 미국 사회를 휩쓴 투기열

풍, 그리고 1980년대 일본과 우리나라를 휩쓴 투기열풍에 불을 지른 요인이었음이 밝혀지면서 근래에는 이에 대한 연구가 많이 나오고 있고, 앞으로도 많은 연구가 있어야 할 것이다. 경제학자들이 남 따라 하기 현상을 너무 경시하다가 2008년 미국발 금융 붕괴를 예측하지 못했다는 질타도 있다.

설령 남 따라 하기가 없다고 해도 과시적 소비에는 낭비의 소지가 많다. 과시적 소비가 노리는 ‘과시효과’의 크기는 주로 남들이 얼마나 부러워하느냐에 달려 있다. 남들이 많이 부러워할수록 그리고 부러워하는 사람들이 많을수록 과시효과는 커진다. 그러나 남들 부러워하는 정도나 부러워하는 사람의 수는 너무 유동적이고 불확실한 것이어서 개인의 합리적 손익계산에 잡아넣기가 거의 불가능하다. 대부분의 사람들은 구입할 당시에 느끼는 과장된 과시효과만을 생각하고 돈을 지불하며, 따라서 헛돈을 쓸 가능성이 그만큼 높아진다.

물론, 과시성이 강한 상품의 경우 생산자가 의도적으로 공급량을 제한함으로써 시장에서 높은 가격이 유지되게 하여 과시효과를 지켜줄 수도 있다.²⁰⁾ 만일 그렇다면, 이것은 전형적인 독과점의 행태다. 독과점은 경제학 교과서에서도 사회적 낭비의 전형적인 예로 꼽힌다. 과시적 소비의 경우, 공급이 늘어나면 과시효과가 없어지고 공급을 제한하면 독점이익이 발생한다. 이래저래 과시적 소비 역시 우리의 행복을 별로 증진시키지 못하면서 돈을 낭비한다는 점에서 위에서 살펴본 적응성 소비와 비슷한 사회적 문제를 안고 있다.

그렇다면, 적응성 소비나 과시적 소비 등으로 인한 사회적 낭비는 얼마나 클까? 근래 이를 알아보려는 시도들이 많이 눈에 띈다. 애당초부터 한 두 번 쓰고 구석에 처박아 둘 요량으로 물건을 사

19) 김난도(2007), 『럭셔리 코리아』, 서울: 미래의 창.

20) 김난도(2007), 『럭셔리 코리아』, 서울: 미래의 창, p.168.

21) 애니 레너드(2011), 『물건 이야기(The Story of Stuff)』(김승진 옮김), 서울: 김영사.

22) 김난도(2007), 『럭셔리 코리아』, 서울: 미래의 창.

는 사람은 별로 없을 것이다. 그러므로 각 가정의 구석구석에 쓸모없이 처박힌 그 많은 물건들은 우리가 얼마나 생각 없이 쇼핑을 하며, 얼마나 많은 돈을 낭비하는지를 잘 보여준다. 소비의 천국, 미국에서는 각 가정마다 쓰지 않고 방치된 물건을 쌓아두기 위한 창고가 늘어나고 있으며, 창고를 빌리는 일이 잦아지고 있다고 한다. 그래서 창고대여업이 가장 번창하는 사업이 되고 있다. 1985년과 2008년 사이에 미국에서 창고대여업은 인구보다 세 배나 빠르게 성장하였으며, 1인당 창고 공간 면적은 633배 증가하였다.²¹⁾ 우리나라의 사치성 소비를 연구한 어느 교수는 우리나라를 “사치의 나라”로 표현하고 있다.²²⁾ 그만큼 우리 사회에 사치성 소비로 인한 낭비가 심하다는 뜻이다. 어쨌든 이런 사실들을 바탕으로 낭비적 소비로 인한 낭비의 규모가 추정된다면, 지구온난화를 완화하고 나아가서 경제를 안정화시키기 위한 정책의 개발과 추진에 큰 도움이 될 것이다. 따라서 앞으로 이 방면으로도 많은 연구가 나와야 할 것이다.

과소비와 관련하여 앞으로 검증되어야 할 한 가지 재미있는 가설은, 소득수준이 높아질수록 합리적 소비가 어렵다는 것이다. 가난한 사람들은 그들이 살기 위해서 무엇이 얼마나 필요한지를 잘 알고 있고, 이것들이 얼마나 자신들을 행복하게 하는지를 절실히 느끼기 때문에 손익계산이 비교적 뻔하다. 하지만, 생계수준을 넘어서 소비가 늘어나면서부터는 무엇이 얼마만큼의 행복을 가져다 주는지를 계산하기 어려운 소비품목들이 늘어나기 시작하면서 손익계산이 감당할 수 없을 정도로 복잡해진다. 위에서 언급하였듯이, 과시 효과를 노린 상품의 경우 합리적 손익계산을 하기 매우 어렵다. 이 가설이 증명된다면, 낭비성 소비를 줄여야 한다는 논리가 더욱더 큰 힘을 받게 될 것이다.

과소비 대책

과소비라는 말에 거부감을 보이는 경제학자들도 인정하는 낭비적 소비가 한 가지 있다. ‘녹색 소비’와 반대되는, 이른바 환경 파괴적 소비가 그것이다. 보통 사실 거의 모든 소비가 환경 파괴적이지만, 경제학자들이 말하는 환경 파괴적 소비는 각 소비자의 잘못된 손익계산 탓으로 적정 수준 이상 환경오염물질을 많이 배출하거나 폐기물을 많이 남기는 소비를 말한다. 일회용 상품, 과대 포장된 상품의 소비, 전기를 많이 소모하는 소비 등이 그 대표적인 예다. 대체로 환경 파괴적 소비의 사회적 폐해는 비교적 잘 알려져 있다. 따라서 일회용상품 안 쓰기 운동, 폐기물 재활용운동 등 시민단체들의 자발적 활동도 활발하다. 정부 차원의 대책으로 가장 많이 추천되는 것은 환경세의 부과다.

환경 파괴적 소비에 비하면, 과시적 소비나 적응적 소비가 사회적 낭비라는 사실은 그리 잘 알려져 있지 않다. 그래서 최근 소비와 행복을 전문적으로 연구하는 많은 학자들이 한결같이 올바른 소비양태에 대한 교육과 홍보의 중요성을 강조한다. 적응성 소비와 과시적 소비가 구체적으로 왜 그리고 어느 정도로 사회적 낭비를 초래하는지를 대중들에게 잘 알려야 한다는 것이다. 그러나 교육과 홍보만으로는 적응성 소비와 과시적 소비를 충분히 감축하기는 어려워 보인다. 그래서 별도의 대책이 필요하다는 주장이 많이 제기되고 있다. 그 중의 하나는 조세구조 개편의 일환으로 소득세 대신 이른바 ‘누진 소비세(혹은 지출세)’를 부과하는 것이다.²³⁾ 즉, 총소득에서 저축액을 뺀 나머지를 연간 총 소비액으로 간주하고 여기에 누진세율을 적용한다는 것이다. 이 누진소비세는 소비에 직접 부과된다는 점에서 진짜 소비세라고 할 수 있다.

23) Frank, R. H.(1999), *Luxury Fever*, Princeton: Princeton University Press.

소득세에 여러 가지 문제가 있다는 것이 드러나면서 이 소비세나 지출세를 지지하는 경제학자들이 늘어나고는 있지만, 아직까지도 어떤 조세가 더 좋은지에 대해서 학자들 사이에 논쟁이 계속되고 있다. 소비를 미덕으로 삼는 자본주의 사회에서 소득 대신 소비에 세금을 부과하는 것에 대한 반발도 만만치 않다. 하지만, 지속가능발전의 이념이 범지구적 규범이 되고 있는 상황에서 이제 소비를 더 이상 미덕으로 삼을 수는 없다. 그러므로 기후변화 문제의 해결을 비롯한 지속가능발전을 위해서 낭비적 소비를 어떻게 효과적으로 줄일 것인가에 대한 많은 심층 연구가 필요하고 이런 연구의 일환으로 조세구조의 개편 문제에도 주목해야 할 것이다.

7. 맺는 말: ‘세련된’ 정책

『자본주의 4.0』의 저자, Kaletsky는 1930년대 대공황 이전의 자본주의(자본주의1)가 자유방임과 보이지 않는 손을 특징으로 하는 “작은 정부, 큰 시장”의 시대였고, 대공황 이후 1970년대까지의 자본주의(자본주의2)가 시장에 대한 정부의 적극적 개입을 특징으로 하는 “큰 정부, 작은 시장”의 시대였으며, 신자유주의 바람이 거세게 불었던 1980년부터 2007년까지의 자본주의(자본주의3)가 “작은 정부, 큰 시장”의 시대였다고 구분하면서 2008년의 엄청난 시장의 실패가 필연적으로 “큰 정부, 작은 시장”의 시대를 불러온다고 주장하였다.²⁴⁾ 허나, 현실은 그의 말과 좀 다른 것 같다. 말만 “큰 정부”의 시대가 왔다고 할 뿐 실제에 있어서는 주요 선진국 정부들이 큰 정부 노릇을 하

기 어려운 처지에 있다. 부채에 짓눌려 있는데다가 증세에 대한 거부감이 워낙 커서 각국 정부들이 ‘큰 정부’에 걸맞게 큰돈을 쓰기 어렵게 되었기 때문이다. 기후변화 문제에 대해서도 정부가 많은 돈을 쓰기 어려운 상황이다.

그렇다면, 정부의 정책도 이런 시대적 흐름에 맞게 재단되어야 한다. 앞으로는 돈을 덜 쓰면서도 더 큰 효과를 내는 ‘세련된 정책’이 많이 개발되어야 한다. 아주 간단한 예를 하나 들어보자. 2002년 월드컵대회를 앞두고 우리나라에서는 깨끗하고 쾌적한 화장실 만들기 운동이 일어났다. 화장실을 깨끗하게 유지하기 위해서는 청소를 자주 해주어야 하는데, 특히 남자 화장실의 소변 흘리기가 골칫거리였다. 소변 흘리기로 인한 악취와 불결을 막기 위해서 감시체계를 강화하고 인력을 더 많이 배치할 수 있지만 돈이 많이 든다. 그러나 아주 손쉬운, 획기적 방법이 있다. 남자의 소변 변기 가운데에 파리를 그려 넣는 것이다. 그러면 대부분의 남자들은 그 파리를 조준하고 소변을 보기 때문에 소변 흘리기가 크게 줄어든다. 실제로 네델란드 암스텔담 공항에서 이 방법을 실시해본 결과 소변 흘리기가 80%나 줄어들었다. 굳이 공권력을 동원하지 않고 돈도 많이 쓰지 않으면서 그야말로 조용히 소변 흘리기를 대폭 줄일 수 있었다. 아주 사소한 사례이지만, 이 사례에 담긴 정신을 최대한 살린 정책이 새 시대의 정책이다.

또 한 가지 예를 들어보자. 우리나라에서도 최근 전력 낭비의 문제가 심각해지면서 절전이 강조되고 있다. 주민의 절전을 유도하는 한 가지 효과적인 방법은 전기료를 대폭 올리는 것이다. 이 방법은 공권력과 경제적 인센티브를 혼합한 방법이지만, 국민의 반발과 인플레 우려 때문에 정부가 꺼려한다. 무언가 세련된 방법을 강구해야 한다. 미국 서부의 어느 지방정부는 각 가정에 실제 전

24) Kaletsky, Anatole(2010), *Capitalism 4.0*, New York: Public Affairs.

25) Thaler, R. H. and Sunstein, C. R.(2008), *Nudge*, London: Penguin Books Ltd.

기 사용량과 함께 주민 전체의 평균 전기사용량을 알려주었다. 그랬더니 평균보다 전기를 더 많이 쓴 가정의 전기 사용량은 크게 줄었지만, 평균보다 더 적게 사용한 가정의 전기 사용량이 오히려 늘어났다. 그래서 평균사용량을 알려주지 않고 그 대신 평균보다 덜 사용한 가정에는 웃는 얼굴의 그림을 보내고 평균보다 더 많이 사용한 가정에는 찡그린 얼굴의 그림을 보냈다. 이 결과 전기 사용량이 전반적으로 감소하였다고 한다.²⁵⁾

이런 일련의 예에서 보듯이 아주 사소한 것이 사람들의 태도를 크게 바꾼다. 예를 들어서 새로 개발된 에너지절약 방법을 주민들에게 소개할 때, “이 방법을 사용하면 당신은 월 5만 원을 절약할 수 있습니다.”라고 표현하기 보다는 “이 방법을 사용

하지 않으면 당신은 월 5만 원 손해를 봅니다.”라고 표현할 때 효과가 더 큰 것으로 나타났다. 일반적으로 사람들이 이익보다는 손해에 훨씬 더 민감하게 반응하는 경향이 있기 때문이다. 이와 같이 강제나 경제적 인센티브에 의존하지 않고도 사람들을 특정 방향으로 행동하게 만드는 방법과 사례들을 두뇌과학자들이나 심리학자들이 수없이 줄 줄이 늘어놓으면서 학계의 큰 관심을 끌고 있고, 이들의 연구 결과를 일부 경제학자들이 받아들이며 이른바 행태경제학이 근래 크게 각광을 받고 있다. 앞으로 시대의 큰 흐름에 부응하여 두뇌과학, 신경심리학, 행태경제학 등 여러 분야의 지혜를 활용하는 정책이 많이 개발되어야 할 것이다.

〈참고문헌〉

- 김난도(2007), 『럭셔리 코리아』, 서울: 미래의 창.
- 김홍균, 이호생, 임종수, 홍종호(2013), 『환경경제학』, 서울: 피어슨에듀케이션코리아.
- 김해창(2013), 『저탄소 경제학』, 부산: 경성대학교 출판부.
- 애니 레너드(2011), 『물건 이야기(The Story of Stuff)』(김승진 옮김), 서울: 김영사.
- 이정전(2011), 『환경경제학 이해』, 서울: 박영사.
- 이정전(2012), 『우리는 왜 행복해지지 않는가』, 서울: 토네이도미디어그룹.
- Frank, R. H.(1999), *Luxury Fever*, Princeton: Princeton University Press.
- Friedman, T. L.(2006), *Hot, Flat, and Crowded*, New York: Farrar, Straus and Girous.
- Kaletsky, Anatole(2010), *Capitalism 4.0*, New York: Public Affairs.
- Sachs, J.(2011), *The Price of Civilization*, London: The Bodley Head.
- Stern, Nicholas(2007), *The Economics of Climate Change*, Cambridge: The Cambridge University Press.
- Stiglitz, Joseph E.(2011), *Freefall*, New York: W. W. Norton & Co.
- Thaler, R. H. and Sunstein, C. R.(2008), *Nudge*, New York: Penguin Books.