

http://dx.doi.org/10.17703/JCCT.2017.3.4.35

JCCT 2017-11-4

편향의 관점에서 본 한국의 속담과 수수께끼

The Significance of Korean Proverb and Riddle in the sense of Bias

김경섭*, 김정래**

Kyung-Seop Kim*, Jeong-Lae Kim**

요약 행동경제학(Behavior Economics)은 인간이 합리적인 의사결정을 한다고 가정하는 전통경제학을 부정하고, 경제학에 심리학 기반의 인지적 원리를 적용하여 개인의 의사결정이 어떻게 이루어지는지 설명하기 위해 발전해 왔다. 개인은 의사결정에 있어서 효용을 극대화하기 위한 정보와 시간이 부족하며, 정보를 처리하기 위한 인지적 능력에도 한계가 있다. 따라서 인간의 합리성이란 제한된 합리성일 수밖에 없다.

제한된 합리성으로 인해 인간은 최선의 선택을 하지 못하고 자신이 충분하다고 생각하는 만족할 만한 수준에서 사고를 멈추고 단순한 모형이나 대략적인 추측에 의존하여 의사결정을 하게 된다. 이 단순화되는 의사결정 과정에 작용하는 것이 바로 휴리스틱(Heuristic)이다. 휴리스틱은 기존 경험이나 특정 정보만을 이용하기 때문에 의사결정이나 행동에 편향(Bias)이 생기게 된다.

구비문학은 언어 대중의 어림짐작과 사고의 편향성에 기반을 두고 전승되어 온 특징이 있기에, 행동경제학의 휴리스틱과 편향의 개념을 구비문학에 접합해 논의할 여지는 충분하다. 이 글은 대중의 사고유형과 행동양식을 단문으로 표현한 속담, 민속적인 언어 놀이인 수수께끼를 휴리스틱에 기반한 편향의 관점에서 논의했다. 그 결과 속담은 인간 행동에서 드러나는 편향의 문제점을 지적하는 측면이 강했던 반면, 수수께끼는 편향을 적극적으로 이용하는 면이 더 우세한 것을 알 수 있었다.

주요어 : 행동경제학, 휴리스틱, 편향, 속담, 수수께끼

Abstract Behavior Economics, a branch of social sciences, which seeks to find the answers about why man sometimes does absurd economy-related things, came into existence through combining economics and psychology. To the contrary of the traditional economics', behavior economics has developed by explaining how man makes economy-related choices by means of applying their own cognitive principles. Individuals lack the information on the goods and services in the market, and don't know how to make best use of the obtained information, failing to achieve maximum utility. Therefore, man's rationality is meant to be confined to bounded rationality. It is the very Heuristic that does work in the process of this simplified decision making process. Heuristic utilizes established empirical notion and specific information, and that's why there can be cognitive biases sometimes leading to inaccurate judgment.

As Oral Literature is basically based on heavy guesswork and perceptual biases of general public, it is imperative to contemplate oral literature in the framework of Heuristic of behavior economics. This thesis deals with thinking types and behavioral patterns of the short-piece proverbs, folklore language-game riddles on the basis of personal or public memory. As a result, it is evident that proverbs point out biases arising from human behaviors, while riddles make full or active use of biases.

Key Words : Behavior Economics, Heuristic, Bias, Proverb, Riddle

*정회원, 을지대학교 교양학부 (주저자)

**중심회원, 을지대학교 의료공학과(교신저자)

접수일: 2017년 8월 16일, 수정완료일: 2017년 9월 12일

게재확정일: 2017년 10월 7일

Received: 16 August, 2017 / Revised: 12 September, 2017

Accepted: 7 October, 2017

**Corresponding Author : jlkim@eulji.ac.kr

Dept. of Biomedical Engineering, Eulji University

1. 서론

행동경제학(Behavior Economics)은 경제학과 심리학을 통합하는 과정에서 인간이 수행하는 불합리한 경제 행위에 대한 해답을 얻고자 생겨난 학문이다. 인간이 합리적인 의사결정을 한다고 가정하는 전통경제학을 부정하고 경제학에 심리학 기반의 인지적 원리를 포함하여 개인의 의사결정이 어떻게 이루어지는지 설명하기 위해 발전하였다. 그러므로 행동경제학은 기존의 전통적인 주류경제학에서 주장하는 경제적 합리성이 현실적으로 불가능함을 전제로 한다[7].

사람은 합리적인가라는 질문에 대해 행동경제학은 다양한 실험과 방법을 통해 제한된 합리성, 즉 신과 같은 인간이 아니라 좀 더 겸손한 경제적 인간상을 제시한다. 인간은 자신을 둘러싼 환경이나 상황에 따라 적합한 결정을 한다는 것이다. 이 이론은 대니얼 카너먼(Daniel Kahneman)과 아모스 트버츠키(Amos Tversky)가 1979년에 전망이론(Prospect Theory)을 창시하면서 본격화되었는데, 이후에 발견된 수많은 ‘휴리스틱’과 ‘편향’이론은 그들의 이론에 뿌리를 둔 것이다.

트버츠키가 먼저 사망한 수 카너먼이 2002년 노벨 경제학상을 수상하면서 행동경제학의 권위는 더욱 높아지게 되었고, 올해 2017년 노벨 경제학상 수상도 행동경제학자인 리처드 탈러(Richard H. Thaler) 시카고 대학 교수가 수상하면서 행동경제학은 4차 산업혁명시대를 관통하는 중요한 경제학으로 자리매김 되고 있다.

개인은 의사결정에 있어 효용을 극대화하기 위한 정보가 부족하고, 정보를 수집하기 위한 시간도 부족하며, 정보를 처리하기 위한 인지적 능력에도 한계가 있다. 따라서 인간의 합리성이란 제한된 합리성(Bounded Rationality)일 수밖에 없다. 제한된 합리성으로 인해 인간은 최선의 선택을 하지 못하고 자신이 충분하다고 생각하는 만족할 만한 수준에서 사고를 멈추고 단순한 모형이나 대략적인 추측에 의존하여 의사결정을 하게 된다[3].

이 단순화되는 의사결정 과정에 작용하는 것이 바로 휴리스틱이다. 휴리스틱이란 말은 그리스어 어원으로 ‘heutiskein’으로 이는 ‘찾다·발견하다(to find)’의 뜻이다. 교수법이나 교육학에서는 경험, 체험으로 복잡한 문제를 푸는데 있어 시행착오를 반복 평가하여 발견적으로 문제를 해결하는 일종의 ‘발견법’을 의미하기도 한다. 사람

들이 휴리스틱을 사용하는 것은 생각하기를 싫어하는 ”인지적 구두쇠(cognitive miser)”로서의 특성 때문이다. 그 결과 휴리스틱은 편리성과 편향성을 함께 안고 있다. 휴리스틱은 기존 경험이나 특정 정보만을 이용하게 되고, 그 결과 의사결정이나 행동에 편향(Bias)이 생기게 된다.[8] 휴리스틱에 의해 나타나는 인간 의사결정 상의 대표적인 편향(Bias)들은 다음과 같다.(표1)

표 1. 휴리스틱에 의해 나타난 편향의 종류
Table 1. The type of biases shown by the heuristic

구분	내용
낙관주의 편향	• 계획이 성공할 것이라고 지나치게 낙관하는 경향 (optimism bias)
사후 판단 편향	• 사후 성공·실패 가능성을 역추정 하면서 사건에 예측하지 못했음에도 불구하고 그 사건을 예측 가능했거나 발생할 확률이 매우 높았다고 사후에 느끼는 경향 (hindsight bias)
닳내림 효과	• 초기에 제시된 정보나 강렬한 정보가 전체적인 판단에 매우 강력한 영향을 미치는 현상 (anchoring effect)
충격 선입관	• 사건들이 실제보다 더 강하고 지속적인 영향을 미칠 것이라고 믿는 경향 (impact bias)
손길 기피	• 손실을 기피하기 때문에 어떤 대상물을 포기하는 비용이 동일 재화를 획득하는 비용 대비 더 크다고 생각하는 경향 (loss aversion)
현상유지 편향	• 현재 상태를 특별한 이득이 주어지지 않는 한 바꾸지 않으려는 경향 (status quo bias)
클러스터 착각	• 연관성 없는 연속적 사건 간의 연결고리를 찾으려고 하는 착각 (cluster illusion)
틀짜기 효과	• 정보의 제시 방식과 순서에 따라 다른 결론을 내게 되는 경향 (framing effect)
과대 할인	• 현재를 미래에 비해 훨씬 더 중요하다고 느끼며, 현재와 멀어질수록 중요도가 떨어진다고 믿는 경향 (hyperbolic discounting)
플라시보 효과	• 실제 효과는 전혀 없는데도 기대하는 효과가 나타날 것이라고 믿는 경향 (placebo effect)
밴드왜건 효과	• 다수가 혹은 다른 사람이 생각하고 행동하는 방향으로 자신도 따르게 되는 현상 (bandwagon effect)

소유 효과	• 자신이 가지지 못한 것보다 가진 것에 더 많은 가치를 부여하는 경향 (endowment effect)
-------	--

그러므로 휴리스틱은 인간이 의사결정을 하기 위해 사용하는 도구나 수단이고 편향은 그 결과로 볼 수 있다. 또는 휴리스틱에 의해 내린 판단이 합리적인 판단과는 상반될 때, 바이어스가 동반되었다고 간주하면 된다.

휴리스틱과 편향은 불완전한 정보 수집 및 처리 그리고 성급한 분석으로 경제적 의미에서 보자면 무의미한 것처럼 보일 수 있다. 하지만 정보의 홍수와 인간의 인지적, 유전적, 사회적, 감정적 제한을 고려할 때 매우 유용한 도구임에 틀림없다. 휴리스틱과 편향이 배제된 의사결정을 상상해 보자. 불확실성에 압도되어 정보 분석이나 의사결정 자체를 못하고 허둥지둥하는 경우가 과다할 것이다[4]. 오히려 정확한 분석과 의사결정 과정에 수반되는 시간과 노력이 현저하게 늘어남으로써 생기는 비효율성이 엄청날 것이다.

휴리스틱과 편향은 불완전한 인간의 한 단면이기도 하지만 불완전한 인간이 불완전성을 보완하고자 만들어 낸 자기방어적 도구이기도 한 것이다. 휴리스틱이 비합리적 판단과 선택을 유도하는 것 같지만, 오히려 어떤 경우는 신중하고 정상적인 인지과정을 거치거나 사고와 행동에 긍정적이 영향을 미치기도 한다. 예를 들어 낙관주의 편향이 도출하는 긍정적 성격은 일의 성과를 높이고, 성과가 높지 않을 때도 다양한 자기방어 기제를 작동시켜 실망과 낭패감으로부터 개인을 보호할 수 있도록 한다[5].

속담은 의사소통에서 중요한 역할을 담당하는 구술 전승 표현이다. 기본적으로 속담은 메시지의 효과적인 전달과 관련이 있다. 속담 사용의 목적이 화자가 자신의 언술 논리를 강화하기 위한 것이며, 상황의 집약이나 명료화를 위한 것이라 정리하는 것은 속담이 소통의 효율성에 주안점을 둔 표현법이라는 점을 상기시킨다. 아울러 속담이 그 내용에 대한 언중의 신뢰성이 높고, 그 분포의 영역이 수수께끼나 속신보다 광범위하다는 사실은 속담이 다른 구술단문보다는 좀 더 현실성이 높으며 인간 경험에 대한 한 차원 높은 보편성을 지니고 있음을 반증한다[1].

그러므로 속담은 언중의 사고유형, 의식구조, 언어 표현양식 등이 집약되어 있는 중지(衆智)의 성격이 농후한

것이므로 휴리스틱과 편향성의 관점에서 논의할 여지도 충분하다.

II. 속담에 나타난 휴리스틱과 편향

휴리스틱과 편향의 관계는 과정과 결과의 관계로 볼 수 있다. 특정 휴리스틱이 작동한 결과, 서로 다른 편향성이 나타날 수 있는 것이다. 그러므로 의사결정이나 사고 패턴을 특징짓는 광범위한 휴리스틱이 여러 가지 편향으로 나타날 수도 있고, 특수한 경우에는 편향성을 설명하는 하나의 개념만 있을 수도 있다. 카너먼과 트버스키에 의해 제시된 인간 사고경향의 대표적인 휴리스틱은 가용성의 휴리스틱(Availability heuristics), 대표성의 휴리스틱(Representative heuristics), 준거와 조정의 휴리스틱(Anchoring and adjustment heuristics) 등 3가지이며 이 안에 여러 편향의 개념들이 포함된다. 우리 속담과 행동경제학에서 거론하는 편향(Bias)의 관련성을 나타내면 다음과 같다. 여기 거론하는 것보다 많은 속담들을 예로 들 수 있겠지만 우선 대표적인 것들의 실례를 들기로 한다.(표 2)

표 2. 한국 속담에 나타난 편향
 Table 2. The biases of the Korean proverb

	속담
①	하나를 보면 열을 안다 • 어떤 사건이 전체를 대표한다고 판단하고 빈도와 확률을 무시하여 판단하는 편향성 기저율 무시 편향(Neglect of base rate Bias)
②	개똥밭에 굴러도 이승이 좋다 • 현재를 미래에 비해 훨씬 더 중요하다고 느끼며, 현재와 멀어질수록 중요도가 떨어진다고 믿는 편향성 과대 할인 편향(Hyperbolic discounting Bias)
③	친구따라 강남 간다 • 다수의 사람이 혹은 다른 사람이 하는 행동을 무턱대고 믿고 따르는 편향성 밴드웨건 효과(Bandwagon Effect)
④	잘되면 내 탓, 안 되면 남의 탓 • 긍정적 요인은 자신의 능력이고 부정적 요인은 다른 곳으로 치부하는 편향성 자기귀인 편향(Self-Attribution Bias)

⑤	<p>평계 없는 무덤 없다</p> <p>• 이미 일어난 사건, 결론이 난 일들에 대해 사전에 예상한 것처럼 혹은 갖은 이유를 대며 사고하는 편향성 사후판단 편향(Hindsight Bias)</p>
⑥	<p>내 눈에 물대기</p> <p>• 자신의 의사를 결정하면 반대정보라도 자신의 의견을 보완하는 정보로 해석하는 편향성 확증 편향(Confirmation Bias)</p>
⑦	<p>까마귀 날자 배떨어진다</p> <p>• 서로 상관없는 두 사건의 관련성을 각각의 사건이 별도로 발생할 가능성보다 높게 두는 편향성 결합 편향(Conjunction Bias)</p>
⑧	<p>팔도 안으로 굽는다</p> <p>• 자신이 속한 집단 혹은 자신의 생각과 비슷한 성향 쪽으로만 편드는 편향성 홈팀 편향(home-team bias)</p>

속담 ①은 행동경제학에서 휴리스틱을 설명하면서 가장 먼저 제시하는 휴리스틱이다. 이 속담은 비합리적이고도 비논리적인 편향인 대표성의 휴리스틱(Representativeness heuristics)을 나타내는 속담인 것이다. 우리 속담에도 행동경제학이 강조하는 인간의 편향성이 그대로 표현되고 있는 것이 주목된다.

행동경제학에서 제시한 휴리스틱의 예는 ②번 속담에서도 나타난다. 이들 속담은 모두 인간의 의사결정 과정에서 발생할 수 있는 편향을 구체적으로 보여주는 좋은 예이다. 적은 예로 전체를 판단하거나, 현세중심의 가치에 매몰되는 사고유형의 위험성을 내포하고 있지만 이런 속담 혹은 편향이 현실에서 꼭 가치가 없는 것도 아님을 우리는 잘 알고 있다.

그런데 이 속담이 흥미로운 것은 우리에게서 <보기 좋은 떡이 먹기도 좋다>처럼 ①번 속담과 동일한 편향성을 드러내는 속담이 더 있기도 하지만, <가마가 검기로 밥도 검을까>처럼 대표성의 휴리스틱을 경계하는 속담도 동시에 존재한다는 점이다. 즉 우리 속담에는 주먹구구나 어렵셈의 결과로 우리가 의사결정 과정에서 실수할 수 있는 태도가 구체적으로 형상화되기도 하지만, 휴리스틱이 실수할 수 있음을 꼬집는 속담도 있다는 점이 특기할 만하다.

반면 <아내가 귀여우면 처갓집 말뚝 보고도 절을 한다>의 예에서는 이 속담이 휴리스틱의 편향을 드러내는

것인지 편향을 경계하는 것인지는 맥락과 문맥에 달려 있는 것도 있다. 이 속담은 “이 사람이, ‘아내가 귀여우면 처갓집 말뚝 보고도 절을 한다’고 장모님께 좀 잘해” 처럼 사용할 수도 있고 “이 사람이, ‘아내가 귀여우면 처갓집 말뚝 보고도 절을 한다’고 무턱대고 처갓집 편만 들어서야 되나”와 같이 사용할 수도 있기 때문이다. 이는 화용론 차원에서 검토되어야 할 것으로, 그만큼 속담의 활용도는 사용 맥락에 달려있는 것이 많다. 이점은 즉흥성과 현장성을 중시하는 구비문학의 특징으로서, 이들 속담이 다분히 현실의 맥락에 깊이 의존해 있다.

③번 속담은 ‘자신은 별로 하고 싶지 않은 일을 남이 하는 대로 덩달아 하게 됨을 비유적으로 이르는 말’로 해석되는 속담이다. 그러므로 이 속담은 편향을 경계하는 속담으로 해석할 수 있다. 이런 측면은 ④~⑦번까지의 속담에도 드러난다 (참고로 ⑦번 속담은 ‘우연히 동시에 일이 생겨서 둘 사이에 무슨 관계라도 있는 것처럼 의심을 받을 수 있는 경우를 비유적으로 이르는 말’이다). 이들 속담은 우리가 의사결정이나 상황판단을 할 때 휴리스틱에 의존하여 편향을 저지를 수 있음을 경계하는 속담으로 읽히기 때문이다.

⑧번 속담은 또다시 맥락에 의존해야 하는 속담이다. <고슴도치도 제 새끼는 함함하다 한다>와 같은 편향을 지닌 이 속담은 휴리스틱의 편향을 나타내기도 하고, 그것을 비꼬는 맥락으로도 쓰일 수 있기 때문이다. 홈팀 편향은 최근 SNS 상에서 흔하게 발생한다. 가령 트위터의 경우 팔로잉과 팔로워에 홈팀 편향의 성향이 짙게 나타나기에 본인 계정의 트위터만 보게 되면 세상이 벌써 자기가 원하는 대로 어떻게 되는 줄 착각하게 된다.

이와는 별도로 포괄적인 휴리스틱으로 자주 언급되어, 어렵셈과 추측의 편향성을 뜻하는 가용성의 휴리스틱(Availability heuristics)과 <우선 먹기엔 곳감이 달다> 같은 속담을 관련시킬 수도 있다. 이 속담은 ‘나중에 어찌되든 당장 좋은 것만을 취하는 태도를 경고하는 속담인데, 여기서 당장 좋은 것으로 곳감을 차용한 것은 가용성의 휴리스틱과 관련이 있다. 가용성의 휴리스틱은 기억의 친숙성을 토대로 어떤 사건에 대한 가능성을 판단하는 편향이다. 이 휴리스틱은 중요하지만 기억나지 않는 정보보다 중요하지 않지만 기억나는 정보에 의존하게 되는 어렵셈법이다.

그러므로 <우선 먹기엔 곳감이 달다>는 가용성의 휴리스틱이 범할 수 있는 오류를 경고하는 속담인 셈이다.

속담의 경우 일반적으로 그 비유나 언어 구사 측면에서 가용성의 휴리스틱이 활용될 여지가 다분하다고 하겠다. 우리 일상생활에서 많이 그리고 자주 일어나는 사건이 기억에 남을 확률이 크기 때문이다.

마지막으로 거론할 것은 휴리스틱의 관점에서 서로 반대되는 속담의 의미를 살피는 것이다. <고기는 씹어야 맛있요, 말은 해야 맞이하>는 속담과 <가루는 칠수록 고와지고, 말은 할수록 거칠어진다>는 속담은 ‘말’에 대한 태도를 드러내고 있는 것으로는 동일하지만 뜻은 정반대이다. 우리가 할 말은 하고 살아야 하는지, 아니면 하고 싶은 말이라도 절제하며 살아야 하는지를 두고 정반대의 해석을 내리고 있는 것이다.

속담에 이렇듯 서로 반대 의미의 내용들이 담긴 것은 그만큼 속담이 휴리스틱의 속성을 내포하고 있기 때문이다. 어림셈의 지혜, 주먹구구의 해안들이 모여 의미를 획득하는 과정에서 서로 모순적으로 충돌하는 말들이 각각의 영역을 차지하고 관용구로 정착된 것으로 보인다.

흥미로운 것은 이들 속담이 휴리스틱의 결과로 나타난 일종의 편향이지만, 우리는 둘 모두를 나름의 의미가 있는 것으로 인식하고 있으며, 이들 속담을 실생활에서 활용할 때 또다시 휴리스틱을 발동해 이들 속담 중 하나를 취사선택해 사용한다는 점이다.

III. 수수께끼에 나타난 휴리스틱과 편향

수수께끼는 전 세계인이 사용하는 일종의 언어 놀이며 문화적 소통행위이다. 이런 수수께끼의 광범위성 혹은 세계성과는 별도로, 수수께끼는 의사소통의 평범성을 의도적으로 일탈하는 별스런 문답인 것 또한 사실이다.

수수께끼가 일반적인 소통의 방식과 정반대의 길을 걷고 있기 때문이다. 일반적인 문답(問答)의 의사소통은 ‘질문 → 대답’의 방식이고, 질문자가 당연히 대답해 줄 사람보다 정보의 양이 부족한 상태이다. 정보량에서 부족을 느끼기에 질문을 택한 것이고, 상대방은 해당 질문이 담고 있는 문제에서 정보량의 측면에서 우위에 위치하는 것으로 상정되기 마련이다.

하지만 수수께끼는 묻는 사람이 대답하는 사람보다 정보량에서 우위에 있다. 놀이라는 맥락을 전제로 한 일종의 어휘(語戲)로서, 수수께끼는 대답하는 사람이 일반적으로 불리한 상황에 처하도록 의도적으로 의사소통을

조작하고 있는 셈이다.

그러므로 수수께끼는 화자의 의도를 이해시킨다는 정보를 원활하게 전달하는 데에 전혀 관심이 없다는 점에서 속담과는 정반대의 의사소통이다. 오히려 수수께끼는 의사소통 상의 지연과 정보전달 상의 소음을 조작하는 유별난 전달 체계를 채택하고 있는 것이다. 이런 소통방식이 언어유희를 이용한 언어 교육이나 어휘 학습에 이용됨은 쉽게 예상할 수 있거니와, 수수께끼는 지금도 활발하게 수행되고 있는 살아있는 민속언어인 것이다.

수수께끼 질문과 대답이 일단 시작되면 수수께끼의 놀이적 맥락은 질문자와 대답자로 하여금 언어에 대한 어떠한 조작도 연행의 맥락 내에서 수용하도록 분위기를 형성하게 된다. 이 ‘말장난·말놀이’적 요소에 대한 연행 참여자들의 수용은 ‘언어 조작’에 대한 허용이 핵심이며, 조작의 허용은 조작이 실현되는 場이 다만 ‘놀이’라는 점이 항상 상기되기 때문이다.

수수께끼의 조작은 일반적인 의사소통 모델에서 가장 기본이 되는 전언(Message), 약호(Code), 맥락(Context)의 세 층위에서 주로 발생하게 된다. 수수께끼의 조작이 이런 세 가지 층위에서만 발생하는 것은 아니지만 언어적 소통의 측면에서 바라볼 때는 유의미한 분류라 할 수 있다.(표 3)

표 3. 조작의 측면에서 본 수수께끼의 종류
 Table 3. The Types of Riddle Viewed from the Manipulation

전언 조작의 수수께끼	약호 조작의 수수께끼	맥락 조작의 수수께끼
- 꺾을수록 길어지는 것은? - 주교도 가지는 것은? - 감감할수록 잘 보이는 것은?	- 하늘과 땅 사이에 무엇이 있나? - 가도 가도 오리 밖에 못가는 것은? - 감을 줄만 알고 딸 줄 모르는 것은?	- 백설공주는 왜 죽었을까? - 서울에서 가장 큰 모자를 쓴 사람은? - 돈을 내지 않고 택시 타는 방법은?

휴리스틱과 수수께끼의 관련성은 주로 맥락 조작의 수수께끼에서 거론할 수 있다. 전언과 약호를 조작한 수수께끼는 언어와 밀접한 관련이 있는 의사소통 항목들이므로 이들이 관여된 수수께끼를 휴리스틱으로 논의하기에는 무리가 따르기 때문이다.

그만큼 수수께끼가 어휘의 측면이 강하기 때문이기

도 하다. 문제는 ‘맥락 조작의 수수께끼’인데, 맥락 (Context)을 조작한다는 것은 수수께끼 발화에 나타난 언어적 측면에 조작이나 트릭이 가해지는 것이 아니라, 수수께끼 질문이 청자로 하여금 다른 맥락을 연상케 하여 오답을 유도한다는 말이다.(표 4)

표 4. 편향을 이용한 한국 수수께끼
Table 4. The Korean riddle using biases

수수께끼	
①	서울에서 가장 큰 모자를 쓴 사람은?
②	숨 한 근하고 쇠 한 근하고 어느 것이 더 무거운가?
③	돈을 내지 않고 택시를 타는 방법은?

휴리스틱의 결과로 나타나는 편향 중의 하나인 닳내림 효과(Anchoring effect)는 초기에 제시된 정보나 강렬한 정보가 전체적인 판단에 매우 강력한 영향을 미쳐 생기는 편향이다[2].

‘준거점 편향·정박 편향’으로도 불리는 이 휴리스틱은 배가 닳을 내려 해류에 구애 받지 않고 정박을 한 다음 출항을 대비하듯이, 인간도 인지 닳을 어떤 준거점에 내려 의사 결정을 시도하는 편향을 뜻한다. 일정한 사람들 두 집단으로 나누어 각각 ‘1×2×3×4×5×6×7×8’과 ‘8×7×6×5×4×3×2×1’을 빨리 계산하라는 질문을 했을 때, 전자의 평균값은 512였고 후자의 평균값은 2,250이었다는 실험이 이 휴리스틱의 편향을 잘 보여준다.

정답(40,320)을 감안하면 두 평균은 모두 과소평가되었지만, 첫 번째 평균값이 두 번째의 1/4에도 미치지 못한 것은 대부분의 사람들이 문제의 초깃값에 인지 닳을 내리고 어렵셈했기 때문이다.

이를 염두에 둔다면 맥락 조작의 수수께끼에서 사람들의 휴리스틱을 이용해 닳내림 효과가 나타나도록 질문을 조작하게 됨을 알 수 있다. ①에서는 서울이라는 공간, ②에서는 숨과 쇠라는 물질, ③에서는 ‘돈과 지불’이라는 준거에 인지 닳을 내리는 까닭에 이들 문제가 수수께끼로 성립하는 것이다. 각각의 해답이 ‘머리가 큰 사람’, ‘무게는 같다’, ‘내릴 때 낸다’ 임을 생각한다면, 수수께끼 질문이 우리 사고를 한 쪽에 정박해 두고 있음을 알 수 있다.

또한 맥락 조작의 수수께끼는 틀짜기 효과(Framing

effect)와도 얼마간의 관련성을 지니고 있다. 이는 의사 전달을 어떤 틀 안에서 하느냐에 따라 전달받는 사람의 태도나 행동에 편향이 발생하는 현상을 말한다[6]. 즉 정보를 제시하는 방식과 정보의 순서에 따라 사람들이 서로 다른 결론을 내리는 휴리스틱이 발생하게 되는데 그것이 바로 틀짜기 효과의 편향이다.

가령 ‘지방 10%’나 ‘무지방 90%’ 혹은 ‘실패율 1%’나 ‘성공률 99%’는 동일한 정보라 할 수 있지만, 이 말들이 짜놓은 틀에 맞춰 사람들은 상황에 따라 상이한 결론에 도달하게 된다. 보통 사람들은 ‘10%의 치사율’보다 ‘90%의 생존율’로 표시된 의약품이 더 안전하다고 여기는 이유도 여기에 있다. 행동경제학에서 제시하는 편향의 이런 측면이 맥락을 조작하는 수수께끼와 관련이 있다는 것이다.

IV. 고찰 및 결론

지금까지의 논의를 정리하자면, 속담은 휴리스틱의 결과로 나타나는 편향의 문제점을 지적하는 측면이 강했던 반면 수수께끼는 휴리스틱의 어떤 측면을 드러내기 보다는 휴리스틱의 편향을 적극적으로 이용하는 면이 더 우세한 것임을 알 수 있다.(그림 1)





구분	속담	수수께끼
사용 맥락	일상적 대화	언어 놀이
의사소통의 효율성 측면		
편향성(Bias) 이용의 측면		

그림 1. 속담과 수수께끼의 사용상 차이
Figure 1. The difference between proverbs and riddles

속담은 일상적인 대화 상황에서 인용되어 자유롭게 사용되고, 수수께끼는 놀이라는 맥락을 전제로 펼쳐지는 일종의 어희(語戲)이기 때문이다. 따라서 이 두 구비전승 장르는 의사소통 면에서 정반대의 길을 걷고 있는 셈이다.

속담은 의사전달의 명확성과 효율성에 목적이 있는 기제이지만 수수께끼는 소통의 원활함에는 전혀 관심이 없다. 애초에 소통을 방해하는 일종의 놀이 기능이 우세한 수수께끼는 우리의 주먹구구와 어림셈(휴리스틱과 편향)을 교묘하게 이용하여 재미를 배가하고 있으며, 속담은 언중에게 지혜와 경중을 울리는 목적이 강하기 때문에 편향을 나타낼 수 있는 인간의 행동과 사고를 경고하는 내용을 담고 있는 것이다.(그림 2)

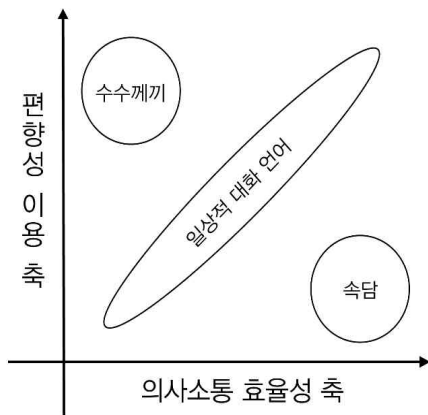


그림 2. 편향과 의사소통 축에 나타난 속담과 수수께끼
 Figure 2. Proverbs and riddles on bias-communication axis

속담이나 수수께끼는 그것들이 발화되는 현장의 맥락을 복원한 논의를 하기가 매우 어렵다는 한계가 있다. 그만큼 이들 장르는 생활현장과 밀착되어 있기 때문이다. 속담이나 수수께끼는 발화현장에서 원래의 맥락에서 벗어나 자유자재로 변형되는 속성이 있기도 하기 때문에 이런 성격들이 휴리스틱의 관점에서 모두 언급될 수 있다면 더욱 효과적인 논의가 가능하리라 본다. 이런 점에서 본 논의는 휴리스틱과 편향의 관점에서 구비문학을 논의하는 기초적 성격으로서의 의의와 한계를 동시에 지니고 있다.

구비문학 내의 여러 장르들은 창조의 충동으로부터 발생하기보다는 전달과 재창조의 충동에서 발생하는 것이 대부분이다. 속담이나 수수께끼는 이러한 맥락에 특수한 성향이나 환경이 더해져서 진행되는데, 이 과정에서 앞서 살핀 것과 같은 자신의 ‘경험을 어림잡아 재단하고, 주먹구구식으로 재해석’하는 휴리스틱이 생기게 될 수밖에 없다.

따라서 행동경제학에서 주로 다루는 휴리스틱과 편

향의 문제는 구비문학의 각 영역에서 포착되는 작은 현상들을 설명하는 데 유용한 시사점을 지니고 있다. 그 작은 현상들은 때로는 실수로 때로는 대수롭지 않게 취급되어 논의의 대상에서 제외되곤 했지만, ‘말’이라는 일회성, ‘어림셈’이라는 현장성, ‘대중의 지혜’라는 집합성을 기반으로 하는 구비문학의 중요한 지표임이 분명하다. 문제는 구비문학의 이러한 특성이 구비문학의 정체성을 드러내는 중요한 지점임에도 불구하고 학문적인 기반을 두고 제대로 논의되고 있지 못하는 데 있다.

구비문학은 과거지학으로서의 의의 못지않게 현재지학으로서의 의의도 충분히 갖추고 있다. 그렇다면 지금 현재 현장에서 활발하게 진행되고 전승되고 있는 구술담화에 대한 학문적인 접근이 절실한 실정이다. 다양하게 생산되는 구술담화에 대해 새로운 시각으로 접근하여 그간 다루지 못했던 사안들을 효과적으로 논의하는데 앞서 거론한 휴리스틱과 같은 관점들이 기여할 수 있다고 본다.

아울러 속담과 수수께끼와 같은 구비전승물을 경제학적 관점에서 접근하는 논의는 문학과 경제학 간의 접합점을 시론적으로 검토한다는 의미가 있으며, 그동안 어문학적인 연구 방법론에만 매몰되었던 언어텍스트를 인간의 인지적인 활동영역으로 상정함으로써 인간과 문화, 문화와 기술의 층위까지 확대할 수 있는 기초작업이 될 것이다.

이러한 시도는 미시적이고 구심적인 문학연구에서 거시적이고 원심적인 문화연구로의 가능성을 타진함으로써, 문학과 문화를 학제적이고 융·복합적인 관점에서 논의하는 데에 기여하는 바가 있을 것으로 기대한다.

References

- [1] DH Kang, Type and Function of Korean Proverb, *Journal of Korean Oral Literature*, 6;433-443. 1998.
- [2] HH Kong, Studies on the Application of Behavioral Economics to Design Process, *Journal of Digital Design*, 14(1);191-200, 2014.
- [3] JS Kwak, Behavioral Economics and Marketing, *Excellence Marketing for Customer*, 43(9);43-49, 2009.
- [4] SW Kwak, JS Park, The Dynamic Relationship between Behavioral Traits and Economic Decision Making, *Korean Management Consulting Review*, 15(3);121-132, 2015.
- [5] JS Shim, MJ Kim, Bureaucrat's Judgment and Decision Making: Heuristics and Biases, *Korean Public Management Review* 20(2);33-68, 2006.
- [6] KH Lee, KJ Kim, Korean Culture and Behavioral Economics, *Journal of Culture Industry*, 14(1);91-101. 2014.
- [7] Daniel Kahneman, 『Thinking Fast and Slow』, Kimyoungsa, 1-555, 2012.
- [8] Domono Norio, 『Behavioral Economics』, Jihyung, 1-346, 2007.