

기독교 윤리적 관점에서 본 공유경제* **

이종원 (계명대학교, 조교수)***

- I. 들어가는 말
- II. 공유경제의 대두
 1. 공유의 기독교적 전통
 2. 공유경제의 현황
- III. 공유경제의 사상적 기반
 1. 지식의 공유와 확산
 2. 협력적 생산과 소비
 3. 신뢰를 통한 선순환 경제
- IV. 공유경제의 현실적인 문제
 1. 기존 경제구조와의 갈등
 2. 부스러기 경제
- V. 하나님 나라의 관점에서 본 공유경제
 1. 희년 사상
 2. 나눔과 누림의 경제
 3. 아가소토피아의 경제공동체
- VI. 나가는 글

DOI: <http://dx.doi.org/10.21050/CSE.2021.50.01>

* 본 연구는 2020년 계명대학교의 비사연구비로 조성된 연구임.

** 이 논문은 2021년 6월 14일 한국성서학회 정기학술대회에서 발표한 논문을 수정, 보완 하였음.

*** 주저자, jwlee7@kmu.ac.kr.

• ABSTRACT •

Sharing Economy through the viewpoint of the Christian Ethics

Prof., Lee, Jong-Won (Keimyung Univ.)

This research examines the sharing economy that draws attention as new innovative power in the digital era through the the viewpoint of the Christian Ethics. The ideal model on the viewpoint of the kingdom of God is the community of the liberty and equality sharing, dividing and enjoying together. Through this, I want to evoke the value of sharing and to suggest the desirable direction which the sharing economy will go forward. The sharing economy promotes effective value and produces profit by sharing us with the assets which we don't use frequently. The sharing economy attracts our attentions as the collaborative consumption movement which emphasizes the social relations and the sharing value on the basis of trust. The real purpose of the sharing economy must be the more essential social exchange than pursuit the profit through the economic exchange. Thus, the philosophy of sharing economy increases the value as we can share and circulate goods and service more and also spread the culture of sharing.

Key words: Sharing Economy, Ethics of Sharing, Collaborative Consumption, Reciprocity, Share Value, Gift Economy.

I. 들어가는 말

오늘날 4차산업혁명 시대에 제품이나 재화를 여러 명이 공유하면서 함께 사용하는 추세가 새로운 소비 트렌드로 자리 잡고 있다. 공유경제는 협력적 소비를 통해 유휴자산(遊休資産, unused property)을 효율적으로 활용하는 경제행위로서 소유가 소비의 기본원리였던 것과는 달리 자주 사용하지 않는 자산을 타인과 함께 나누어 사용함으로써 효용가치를 증진하고 수익을 창출하는 수단이 된다. 공유경제는 소유 중심의 경제에서 사용자의 경험 중심의 경제로 소비가 변화하고 있는 현상과 맞물려 있다.

온라인 플랫폼은 공유를 통한 경제활동의 한계비용을 제로화하면서 공유경제를 촉진하는 매개체가 되고 있다.¹⁾ 공유경제는 인터넷 정보기술을 지렛대로 삼아 남아도는 재화와 서비스를 분배하여 재사용할 수 있게 한다. 공유경제는 서비스 공급자와 소비자 간의 관계 형성이 활성화되고 투명해짐에 따라 전 세계적으로 빠르게 퍼져나가고 있다. 공유경제는 차량²⁾, 공간(숙박)³⁾, 가전제품, 의료, 금융, 교육⁴⁾, 물류, 명품, 의류 등 다양한 산업 분야와 소비생활로 확산되면서 미래가치를 확산시키는 새로운

1) 이민화, 『호모 파덴스』 (서울: 서울신문 KCERN, 2017), 62 참고.

2) 차량공유(car-sharing)는 두 가지 방식이 있는데, B2C 자동차 공유는 회사가 자동차를 구입하여 도시 전역에 배치하여 대여하는 것(쏘카)이고, P2P 자동차 공유는 개인이 소유한 자동차를 대여하는 유형이다.

3) 에어비앤비(Airbed and Breakfast)는 2008년 8월 브라이언 체스키, 조 게비아, 네이션 블레차르치크 등 3명이 공동 창업했으며, 그 가치는 100억 달러 이상으로 평가된다. 각각 약 15%의 지분을 보유한 공동 창업자 세 사람은 공유경제계 최초의 억만장자가 되었다. Alex Stephany, 『공유경제는 어떻게 비즈니스가 되는가』, 168.

4) 공유는 대학에도 확산되고 있다. 2017년 7월에는 서울지역 대학 간 수업과 학점교류를 위해 서울시의 지원을 받아 서울지역 공유대학 플랫폼이 출범한 바 있으며, 부산지역 6개 대학은 2020년 9월 '부산권 LINC+ 공유대학 플랫폼 구축 MOU'를 체결했다. "코로나19로 확산 기류 탄 '공유대학'...성공사례 나올까" 한국대학신문 <http://news.unn.net/news/articleView.html?idxno=235765> (검색 2020년 10월 21일)

성장동력으로 주목받으면서 다양한 산업과 소비 분야에서 사업모델을 넓혀가고 있다.⁵⁾ 기업가치가 10억 달러 이상인 스타트업 기업을 유니콘(Unicorn) 기업이라고 하는데, 2017년 상위 10개 유니콘 기업 중 4개가 공유경제 기업이 차지할 정도로 공유경제는 시장의 핵심 가치로 떠오르고 있다.

공유경제는 온라인 플랫폼상에서 제품과 서비스를 제공하고 취득하는 P2P(peer to peer)기반 활동으로, 공유를 통한 이윤 창출을 위한 목적으로 급속히 증가하고 있다. 4차산업혁명으로 인한 정보통신기술(ICT)의 발전으로 확장된 온라인 플랫폼을 통해 공급자와 소비자 간 관계 형성이 더욱 활성화되고 투명해짐에 따라, 공유경제는 빠르게 확산되면서 새로운 부가가치를 창출하는 성장동력으로 주목받게 되었다.⁶⁾

공유경제는 사회적 신뢰를 기초로 개인이 통제할 수 있는 자원을 가지고 생산활동에 효과적으로 관여하는 경제행위이다. 공유경제는 깃 경제(gig economy), 플랫폼 경제(platform economy), 접근기반 경제(access economy)로 불리며, 모든 것을 해결해 준다는 의미에서 컨시어지 경제(concierge economy), 모바일 등을 통해 수요자가 원하는 형태로 서비스를 즉각 제공하는 측면에서 주문형 경제(on demand economy)라고 불리기도 한다. 공유경제는 과정을 공유하는 'sharing economy'와 결과를 공

5) 2011년 <Times>지는 세상을 바꿀 10개의 아이디어 중 하나로 공유(Sharing)를 주목하면서, 공유경제와 비즈니스의 혁신을 전망한 바 있다. 또한 글로벌 컨설팅업체인 PwC는 2015년 150억 달러에 불과했던 공유경제시장의 규모는 2025년에는 약 3,350억 달러까지 증가할 것으로 전망하였다. Alex Stephany, 『공유경제는 어떻게 비즈니스가 되는가』, 20.

6) 일반 차량의 이동 경로상에 택배를 전달하는 로디(Roadie), 전 세계 스타트업들의 사무실을 공유하는 위워크(Wework), 아이를 돌봐주는 어반시터(UrbanSitter), 애완동물 돌봐주는 로버(Rover), 대리주차 서비스를 제공하는 럭스(Luxe), 의사와 환자를 실시간으로 연결하는 닥터온디맨드(Doctor on Demand)와 메디캐스트(Medicast), 법률적 조언이 필요한 사람과 변호사를 연결해주는 퀵리걸(Quicklegal) 등이 대표적인 공유 업체들이다. 같은 책, 7.

유하는 ‘shared economy’로 나눌 수 있다. 전자는 플랫폼을 통하여 경제 객체를 공유하는 시장 경제의 진화이고, 후자는 결과를 공유하려는 사회적 경제의 한 형태이다.⁷⁾

공유경제라는 용어가 등장하기 이전부터, 벼룩시장이나 두레, 품앗이 등과 같은 공유와 협력을 특징으로 하는 경제활동은 이전에도 존재하였다. 하지만 이러한 활동은 상호 간 신뢰할 수 있는 소규모의 공동체 내에서 비영리적 차원에서 이루어져 왔다는 점에서 오늘날의 공유경제와는 그 성격이 조금 다르다.

최근 공유경제가 빠르게 확산하게 된 계기는 첫째, 전 세계적 금융위기로 인한 저성장, 고실업률로 인해 소비패턴이 변화되었고, 둘째, 정보통신 기술의 발달과 온라인 플랫폼의 성장으로 인해 잉여 및 유휴자원의 활용이 가능하게 되었기 때문이다.⁸⁾ 공유경제를 통해 잉여 재화와 유휴자원을 유용하게 활용할 경우, 시장 자본주의로 인한 대량생산과 과잉 소비로 인한 자원의 낭비를 효과적으로 해결할 수 있다.

본 소고에서는 4차산업혁명이 주도하는 디지털 시대에서 부가가치를 창출하는 새로운 혁신동력으로 주목받고 있는 공유경제를 하나님 나라 경제운동의 관점에서 고찰하고자 한다. 공유와 협력을 강조하는 전통은 기독교적 세계관과 밀접하게 연관된다.⁹⁾ 정의와 공평에 기초한 하나님 나라의 관점에서 바라보는 이상적인 경제공동체는 효율성만 추구하는 차원을 넘어서 공유와 협력을 통해 자유와 평등을 구현하는 공동체임을 밝히고자 한다. 아울러 공유경제가 지닌 현실적인 한계점을 살펴보면서 공유경제가 나아가야 할 바람직한 방향을 모색하고자 한다.

7) 이민화, 『공유 플랫폼 경제로 가는 길』 (서울: KCERN, 2018), 221.

8) 김학천, 『공유경제시대의 네트워크 마케팅』 (인천: 책연, 2019), 159.

9) 공유경제와 직접 연관된 기독교 신학계의 논의는 미진한 상황인데, 그런 점에서 본 소고는 공유경제와 기독교 신학과의 학제 간 논의를 촉발하는 계기가 될 것으로 기대한다.

II. 공유경제의 대두

1. 공유의 기독교적 전통

공유는 최근 부상한 경제개념이지만, 이미 오래전부터 베흥시장, 두레 등과 같이 나눔과 협력을 특징으로 하는 경제활동이 있었다. 삼한 시대에는 마을 공동체의 공동 노동을 위해 두레가 존재했다. 두레가 농업에서 활용되는 공유경제라면, 상인들도 보부상이라는 또 다른 형태의 공유경제 활동을 했다. 보부상은 고대부터 있었으나 조선 시대에 전국적인 조직을 갖추면서 발달했다.¹⁰⁾ 또한 중세 유럽의 상인들은 자신들의 기술이나 돈을 보호하기 위한 목적으로 길드(guild)를 만들어 운영하기도 했다.

이보다 더 오래된 공유의 전통은 구약시대에서부터 찾을 수 있다. 출애굽 이후 가나안 정착 이전까지의 이스라엘은 공동체를 중심으로 경제생활이 이루어졌다. 그들의 생활환경이 광야였기에 공유와 나눔은 생존을 위한 필수 불가결한 조건이었다.¹¹⁾ 공동체를 형성하여 함께 공유하는 전통은 신약시대 초대 예루살렘 교회에서 잘 드러난다. 예수 그리스도의 부활 승천 후 성령 강림으로 시작된 예루살렘 교회는 경이적인 성장을 이루었다.

그들이 사도의 가르침을 받아 서로 교제하고 떡을 떼며 오로지 기도하기를 힘쓰니라(행 2:42)

성도들은 사도의 가르침 후 함께 음식을 나누었다. 각자 가져온 음식을

10) 보부상의 정확한 명칭은 부보상이지만, 통상적으로 보부상으로 알려져 있기에, 본 논문에서는 보부상으로 표기한다. 이민화, 『공유 플랫폼 경제로 가는 길』, 서울: KCERN, 2018), 13.

11) 이윤재, 『성경 속의 경제학』 (서울: 숭실대학교출판부, 2004), 74 참고.

나누면서 공동체의 결속을 다졌고, 사랑으로 공동체를 든든히 세워나갔다. 공동체의 규모가 커지자 궁핍한 이들의 필요를 채우기 위해 자발적인 기부가 이어졌다.

민는 사람이 다 함께 있어 모든 물건을 서로 통용하고 또 재산과 소유를 팔아 각 사람의 필요를 따라 나눠 주며 날마다 마음을 같이하여 성전에 모이기를 힘쓰고 집에서 떡을 떼며 기쁨과 순전한 마음으로 음식을 먹고 하나님을 찬미하며 또 온 백성에게 칭송을 받으니 주께서 구원받는 사람을 날마다 더하게 하시니라(행 2:44-47)

초대 교회 성도들은 물건을 공유하고, 각자 재산과 소유를 팔아 공동체의 필요를 채웠다. 그들은 함께 예배드리며 떡을 떼며 기쁨과 순전한 마음으로 이상적인 공동체를 만들었다. 이로 인해 온 백성들에게 칭송을 받게 되었고, 교회는 더욱 성장하게 되었다.

민는 무리가 한마음과 한뜻이 되어 모든 물건을 서로 통용하고 자기 재물을 조금이라도 자기 것이라 하는 이가 하나도 없더라 사도들이 큰 권능으로 주 예수의 부활을 증언하니 무리가 큰 은혜를 받아 그중에 가난한 사람이 없으니 이는 밭과 집 있는 자는 팔아 그 판 것의 값을 가져다가 사도들의 발 앞에 두매 그들이 각 사람의 필요를 따라 나누어 줌이라(행 4:32-35)

성도들은 공유하기 위해 자기 소유를 아낌없이 내어놓았다. 밭이나 집이 있는 자들은 팔아 공동체의 필요를 채웠다. 각자의 필요에 따라 나누었으며, 공평하게 누리는 자유롭고 평등한 공동체를 구축하였다. 이로 인해 공동체 안에는 가난한 사람이 하나도 없었다. 예루살렘 교회는 예수가 선포했던 하나님 나라를 이상적으로 구현하였다.¹²⁾

공동재산과 공동작업을 통한 공유의 전통은 중세의 수도원 운동을 거쳐 종교개혁 시기에도 종종 시도되었다. 후터파(Hutterites)는 16세기 모라비아 지방에 정착한 재세례파(Anabaptist)의 한 분파로서, 초대교회의 이상을 실현하고자 했다. 후터파 공동체는 사적 소유를 사랑의 가장 큰 적으로 간주하면서 사유재산을 인정하지 않고 공동생활 방식을 고수했다.¹³⁾

수평파(Levellers)는 영국의 청교도혁명 시기인 1645에서 1646년에 민주적이고 공화주의적인 체제를 추구하였다. 이들은 국가의 주권이 국왕과 귀족들에게서 하원으로 이양되어야 한다고 주장하면서 완전한 평등, 상거래에서의 독점 폐지, 엔클로저 운동으로 집중된 토지의 재개방과 소작농에 대한 농지 임대기한의 보증 등을 주장했다. 이들의 개혁 사상은 평민들과 사병들의 지지를 받았으나, 1647년 4월에 진압되면서 막을 내렸다. 또한 디거파(Diggers)는 1649년에서 1650년 공화정 시기의 혁명적 분위기 속에서 세인트조지힐(St. George's Hill), 서리(Surrey), 코범(Cobham) 등에서 공동으로 토지를 경작하다가, 정부의 법적인 제재와 군대의 무력에 의해 진압되었다.¹⁴⁾

이들 소종파 형태의 공동체들은 비록 작은 규모로 잠시 존재했다 사라졌지만, 공유의 경제를 실현하고자 시도했다는 점에서 의미가 있다. 후터파는 소수지만 지금까지 공유공동체로서의 삶의 방식을 유지하고 있으며, 이스라엘의 키부츠(kibbutz)와 같은 공유공동체로 그 정신이 계승되고 있

12) 이상적인 공유공동체인 예루살렘 교회는 오래 가지 못했는데, 그 이유는 첫째, 재화를 생산하는 데 관심을 두지 않는 소비 공동체였기 때문이다. 벌지는 않고 쓰기만 했기에 오래 존속하지 못했다. 둘째, 외부사회에 개방적이었는데, 이러한 개방성으로 인해 오래 지탱할 수 없었다.

13) 강정희, “기독교윤리적 관점에서 본 공유의 경제와 협동조합,” 『신학과사회』 30/4 (2016), 93 참고.

14) 같은 책, 94 참고.

다.

최근에는 성전을 공유하는 사례가 늘어나고 있다. 김포시 구래동에서 처음 시작된 공유교회는 성공적인 모델로 정착되어 김포시 풍무동에 두 번째로 설립되어 5개 교회가 성전을 공유하고 있다.¹⁵⁾ 운영, 관리, 지원은 어시스트 미션이 담당하며, 임대료는 참여교회가 나누어 분담한다. 작은 교회일수록 건물 유지비 부담이 큰데, 성전 공유를 통해 지속가능성이 생기게 되었고, 사역의 패러다임 또한 바뀌게 되었다.¹⁶⁾ 또한 수서교회는 2016년 2월 약 500m 떨어진 새 성전으로 옮겨가며, 구 성전은 개척교회와 선교단체 등 5곳을 위해 청소비만 내고 공유예배당으로 사용하도록 하였으며, 고양 번두리교회와 은혜교회는 한 예배당을 함께 공유하고 있다.¹⁷⁾

2. 공유경제의 현황

호혜에 기반을 둔 전통적인 공유경제 활동은 비영리적 성격을 지니면서 상호 신뢰가 담보된 소규모 공동체 안에서만 이루어져 왔다면, 새롭게 부상하는 공유경제는 영리적 성격을 띠면서 온라인 플랫폼을 통해 불특정 다수를 대상으로 폭넓게 확장되고 있다.¹⁸⁾

15) 7개 교회가 건물을 공유하면서 한 층(60평)은 예배당으로 사용하고, 다른 층(30평)은 커뮤니티 공간으로 사용하고 있다.

16) <https://www.youtube.com/watch?v=ifrXT3Qh1Ac> “건물 아닌 사람 중심, 예배당 나눠 쓰는 교회들” GOODTV NEWS 20201229 (검색 2021년 6월 9일)

17) <http://news.kmib.co.kr/article/view.asp?arcid=0924186725&code=23111113&sid1=chr> “임대료 부담... ‘예배당 공유’가 대안될 수도” 국민일보 2021년 4월 12일 (검색 2021년 6월 8일)

18) 1960년대 별장처럼 비싸지만 자주 쓰지 않는 자산을 함께 공유하지는 생각에서 공동소유자들이 일정 기간 순서대로 자산을 이용하는 공동 소유(Time Share) 개념이 등장했다. Alex Stephany, *The Business of Sharing*, 위대선 옮김, 『공유경제는 어떻게 비즈니스가 되는가』 (서울: 한스미디어, 2015), 20.

최근 공유경제가 주목받은 이유는 세계 경제 위기로 인해 촉발된 소유 중심의 경제가 지닌 한계를 자각하게 된 결과이다. 세계적인 경제 위기를 경험하면서 기존의 소유 모델이 지닌 문제점을 인식하게 되었고, 공유가 치에 주목하면서 적은 비용으로 더 큰 가치와 유용성을 창출할 수 있게 되었다. 또한 기후 변화와 자원 고갈로 인해 늘어나는 인구에 비해 한정된 자원은 턱없이 부족하게 될 것이므로, 소유하고 소비하는 데 치중하기 보다는 한정된 자원을 공유하면서 효율적으로 이용하는 것이 더 바람직하다는 인식 때문이다. 공급자에게는 새로운 수익확보의 수단이 되며, 이용자에게는 상대적으로 저렴한 가격과 접근의 편리함 때문에 공유경제가 활성화되었다.

로런스 레식(Lawrence Lessig)은 『리믹스(Remix, 2008)』에서 경제 위기 시대에 협력을 통해 물품을 교환·공유하고, 커뮤니티를 만들어가는 새로운 시대의 등장을 주장했다.¹⁹⁾ 제러미 리프킨(J. Rifkin)은 공유를 새로운 삶의 방식으로 정의하면서 협력적 공유사회(collaborative commons)라는 개념을 제시하였다. 그는 공유경제는 보이지 않는 시장의 힘보다 신뢰와 같은 사회적 자본에 의해 네트워크로 연결된 공유(networked commons) 형태를 띠는 것으로 보았다. 그는 기술이 혁명적으로 발전하게 되면 생산비용은 급격하게 떨어지고 재화와 서비스의 가격은 거의 공짜 수준으로 하락하여 소유 중심의 자본주의 시스템이 약화되고 협력적 공유사회(collaborative commons)가 새로운 경제 패러다임으로 자리잡을 것으로 예측하였다.²⁰⁾

19) Lawrence Lessig, *Remix : making art and commerce thrive in the hybrid economy*, New York: Penguin Press, 2008.

20) 재화나 서비스를 한 단위 더 생산하는 데 들어가는 추가 비용을 뜻하는 한계비용(marginal cost)이 제로 수준이 되면, 상품의 가격을 거의 공짜로 만드는 상황이 발생하는데, 한계비용 제로 혁명은 재생 에너지와 3D 프린팅 제조, 온라인 고등교육 등을 포함하는 산업에 영향을 미치게 된다. Jeremy Rifkin, *The Zero Marginal Cost Society*,

제프 자비스(Jeff Jarvis)는 정보의 공유를 강조하면서 ‘공유재’라는 개념 대신 ‘공공화’라는 새로운 개념을 제안하면서 공개를 통해 정보를 얻고 결정을 내리는 데 도움을 받을 수 있으며, 더 많이 공유할수록 더 많은 혜택을 누릴 수 있음을 역설하였다.²¹⁾ 또한 벤클러(Yochai Benkler)는 공유경제의 기본은 경제적 교환이 아니라 사회적 교환이 핵심임을 강조하면서 구성원들은 공동체가 만들어낸 상호 의존적 관계 속에서 집단 구성원으로서의 소속감을 바탕으로 협력적 행동을 계속한 대가로 혜택을 얻는다고 주장하였다.²²⁾

공유를 기반으로 하는 사회적 경제 모델의 특성은 첫째, 소유 중심의 교환가치가 아니라 공유를 바탕으로 한 사용 가치에 초점을 맞춘다. 둘째, 자발적인 참여를 바탕으로 한 협력을 통해 생산이 이루어진다.

III. 공유경제의 사상적 기반

전통적인 경제관에서 볼 때 인간의 공유 속성은 설명하기가 쉽지 않다. 공유는 독점욕구에 따른 경제적 합리성과는 역행하기에 편치 않은 개념이며, 심지어 거부감마저 들기도 한다. 하지만 스마트 세상에서는 과거에 누릴 수 없었던 엄청난 자원을 소유할 수 있는데, 이런 자원의 소유는 공유로 가능하다.²³⁾ 기존의 자원은 공유에 제약이 많았지만, 다양한 전자상거래 플랫폼이 구축됨에 따라 공유가 활성화되는 계기가 되었다.

안진환 옮김, 『한계비용제로사회』 (서울: 민음사, 2018), 12-13 참고.

21) Jeff Jarvis, *Public parts : how sharing in the digital age improves the way we work and live*, 위선주 옮김, 『공개하고 공유하라』 (서울: 청림출판, 2013).

22) Yochai Benkler, *The Wealth of Network : how social production transforms markets and freedom* (New Haven : Yale University Press, 2006), 59-63 참고.

23) 이민화, 『호모 모빌리언스』 (서울: 북콘서트, 2012), 288.

1. 지식의 공유와 확산

우리는 각자 단편적인 지식만을 갖고 있는데, 다양한 소통과 공유는 흩어져 있는 단편적인 지식을 효과적으로 활용하는 수단이 된다. 그런데 지식의 활용이 기존 자본주의의 문제점을 고착화하는 경우가 있다. 자본주의의 모순 중 하나는 생산은 집단적인 협력과 노동으로 이루어지는 공동체적인 성격을 띠지만, 소유는 개인적이고 사적인 경향이 강하다는 점이다. 이로 인해 공동의 노력으로 생산된 성과를 소수 자본가만 취득하는 경우가 많다.

지식 또한 사회적 과정을 통해 구축되지만, 그 결과물은 지적 재산권을 통해 소수만이 독점하는 경우가 많다. 전문직 종사자들이 지식을 배타적으로 독점하고 그에 따른 이익을 취하는 경우가 이에 해당한다. 선택받은 소수만이 전문 교육기관에서 교육받고, 졸업과 자격시험을 통과하여야 자격을 부여한다. 이러한 폐쇄적인 구조는 관련 지식의 남용을 방지하고 전문 지식의 깊이를 더하면서 지식산업을 발전시키는 데 중요한 역할을 하였다. 하지만 지식과 정보에 대한 배타적인 독점을 통해 과도하게 권리를 요구하거나 창작자가 아닌 기업의 이익을 대변하는 것은 문제시된다.

지적 재산권이나 특허 관련 주장은 지식의 불평등을 심화하는 등 여러 부작용을 낳는데, 최근 들어 기술 개발 건수의 증가율보다 기술 관련 특허 건수의 증가율이 현저하게 증가하는 추세가 이를 방증한다.²⁴⁾ 과거에는 특허를 출원하지 않았을 기술도 지적 재산권으로 편입됨에 따라 비싼 비용을 부담하게 되었고, 그 수익은 극소수에게만 돌아가는 부작용을 낳는다. 실례로 특허를 통한 지식의 독점은 소프트웨어의 가격을 상승시켰는데, 그 이득은 소프트웨어 완제품 판매에 의존하는 소수에게만 주어진

24) 최영, 『공유와 협력, 소셜 미디어 네트워크 패러다임』 (서울: 커뮤니케이션북스, 2013),

다.

대학 또한 특허 이용에 따른 로열티 지불로 인해 특허권 취득 경쟁에 뛰어들었으며, 특허가 당장 필요 없는 기업조차 경쟁 기업에 의한 잠재적인 소송 위협을 대비하는 차원에서 엄청난 비용을 들여가며 특허 포트폴리오를 구축하고 있다.²⁵⁾ 이처럼 지적 재산의 과도한 권리 주장은 이해당사자는 물론 산업 전체의 성장을 가로막는 부작용을 빚는다. 상표권, 라이선스, 특허권 등 지적 재산권의 과도한 적용으로 눈에 보이지 않는 울타리가 쳐지고, 이로 인해 지적 재산에 접근할 수 없는 이들은 지식 경제 시스템에서 소외될 수밖에 없다.

앨빈 토플러(Alvin Toffler)는 지식의 특성을 다음 열 가지로 분석하였다. 첫째, 지식은 본질적으로 비경쟁적이다. 둘째, 지식은 형태가 없다. 셋째, 지식은 비선형적이다. 넷째, 지식은 관계적이다. 다섯째, 지식은 다른 지식과 짝을 이룬다. 여섯째, 지식은 다른 어떤 상품보다 이동성이 크다. 일곱째, 지식은 상징이나 추상적인 개념으로 압축할 수 있다. 여덟째, 지식은 점점 더 작은 공간에 저장할 수 있다. 아홉째, 지식은 명시적일 수도 있고 암시적일 수도 있으며, 표현될 수도 표현되지 않을 수도 있으며, 공유하거나 아니면 자신만 간직할 수도 있다. 열 번째, 지식은 밀봉하기가 어려워 퍼져나간다. ²⁶⁾

토플러에 따르면, 지식은 누구나 이용할 수 있으며, 창조하거나 교환할 수 있다. 지식은 사용하는 이가 많으면 많을수록 집단 지성의 토대가 마련되어 더 많은 지식을 창출할 가능성이 커진다. 지식은 네트워크를 통해

25) 1980년대 제작된 <아이즈 온 더 프라이즈(Eyes in the Prize)>와 같은 다큐멘터리는 촬영에 담긴 모든 장면과 관계된 법적 문제로 인해 오랫동안 공개할 수 없었다. 확장된 지적재산권에 따라 이용 허락을 받아야 했는데, 그 비용은 제작비보다 훨씬 더 많이 들었다. Yochai Benkler, *The Wealth of Network*, 462.

26) Alvin Toffler & Heidi Toffler, *Revolutionary wealth* (New York : Knopf, 2006), 100-101 참고.

동시다발적으로 유통할 수 있기에 시간이 거듭할수록 그 효용가치가 기하급수적으로 늘어나며, 작은 통찰력이 거대한 결과를 낳을 수 있다. 또한 지식은 다른 지식과 연결되어야 비로소 의미를 얻으며, 지식의 양이 많을수록 융합하여 창조성을 극대화할 수 있다.

지식은 독점할 때보다 공유할수록 더 큰 파급효과가 있다. 실례로 영국 학술원의 전신인 17세기 중반의 보이지 않는 대학은 연구 결과를 공유함으로써 화학, 생물학, 천문학, 광학 등 다양한 분야에서 큰 업적을 이루었다.²⁷⁾ 보이지 않는 대학의 구성원들은 창의성과 유연한 사고 그리고 공유에 대한 열린 마음을 갖고 공기펌프, 현미경, 망원경 등 다양한 실험 도구를 발명하고 개선하였다. 따라서 지식은 누구나 쉽게 습득하고 자유롭게 활용할 수 있도록 허용할 때 더 큰 힘을 발휘한다.²⁸⁾ 또한 구글의 엔지니어들은 플루(Flu)라는 검색어를 추적하여 미국 질병통제예방센터보다 더 빨리 전 세계 어느 곳에 이 질병이 퍼졌는지 파악했고, 치료제와 백신의 수요를 예측하는 데 큰 도움을 주었다.²⁹⁾ 이처럼 지식은 공개하고 공유할수록 유용하게 활용할 가능성 또한 커진다.

과도한 지식의 독점이 지닌 문제점을 인식한 이들은 지식 공유를 위해 카피레프트 운동을 펼쳤다.³⁰⁾ 리처드 스톨먼(R. M. Stallman)은 1985년 자유 소프트웨어 재단을 설립하고 카피레프트 개념을 제시했으며, 2001

27) 최영, 『공유와 협력, 소셜 미디어 네트워크 패러다임』, 11 참고.

28) 테슬라 모터스는 자사가 보유한 전기차 핵심 기술인 전기 구동장치와 동력전달장치 관련 특허를 모두 공개하였는데, 이로 인해 전기차 기술이 발전하는 계기를 제공하였다. 차두원·진영현, 『초연결시대, 공유경제와 사물인터넷의 미래』 (서울: 한스미디어, 2017), 36.

29) Jeff Jarvis, 『공개하고 공유하라』, 106.

30) 카피레프트는 독점적인 의미의 저작권인 카피라이트에 반대되는 개념이다. 저작권에 기반을 둔 사용 제한(카피라이트)이 아니라 저작권을 기반으로 한 정보의 공유를 강조하는데, 지식과 정보는 소수에게 독점되어서는 안 되며, 모든 사람에게 열려 있어야 한다고 보기 때문이다.

년부터는 로렌스 레식(Lawrence Lessig)과 함께 일반 공중 사용 허가서(GPL), 소프트 라이선스 개념을 도입하면서 오픈 소스의 대중화를 이끌었다. 오픈 소스 운동을 통한 지식 공유는 혁신적 가치를 창출하는 매개체가 되었으며, 이러한 여파로 공유지는 더욱 비옥해지게 되었다.

데이비드 볼리어(David Bollier)는 공유가 지닌 특징을 다음과 같이 정리했다. 첫째, 공유는 보편적으로 적용될 수 있는 세계관이자 감성이다. 공유는 경직된 전체주의적인 이념이 아니라, 제약 없는, 유연한, 다양한 문화와 사회에 열려 있는 변화를 위한 기초적인 틀을 제공한다. 둘째, 공유는 시장 문화를 비판하고 협력과 공동체의 타당성을 입증할 수 있게 해 주는 지적 분석틀이자 담론이다. 셋째, 공유는 효과적인 자원 공급과 권한 분산을 위한 다양한 종류의 실행 모델들로 구성된다.³¹⁾

공유와 협력의 가치를 바탕으로 지식과 정보를 유용하게 구축한 대표적인 사례로는 위키피디아가 있다. 위키피디아는 공동체를 위해 글을 쓰는 즐거움만 생각할 뿐 보상을 바라지 않는 자원자들에 의해 지속적으로 구축된 결과물이다. 위키피디아는 누구든지 자료를 편집할 수 있고, 다른 누군가의 수정 부분을 삭제하고, 더 바람직한 내용에 관해 토론하거나, 예전 변경 부분의 기록을 검색할 수 있도록 공개한다. 또한 관련 내용에 대한 문제가 제기되면 합의에 이르기 위한 공개 담론을 거치게 된다.³²⁾ 2001년 2월 지미 웨일스(jimmy Wales)가 자발적인 기고에 전적으로 의존하는 인터넷 플랫폼을 만들자는 무모한 아이디어를 제안했을 때만 해도 이 플랫폼이 브리태니커에 버금가거나 그것을 능가하리라 예측하지는 못했다.³³⁾ 위키피디아 같은 오픈 소스 소프트웨어는 협력과 공유 문화가

31) David Bollier, *Think Like a Commoner*, 배수현 옮김, 『공유인으로 사고하라』(서울: 갈무리, 2015), 249-250.

32) Yochai Benkler, *The Wealth of Network*, 72 참고.

33) Yochai Benkler, *The Penguin And The Leviathan*, 이현주 옮김, 『펭귄과 리바이어던 : 협력은 어떻게 이기심을 이기는가』(서울 : 반비 : 민음사, 2013), 204.

어떻게 엄청난 양의 정보를 구축하여 선한 영향력을 발휘할 수 있는지를 여실히 보여 준다.³⁴⁾

크리에이티브커먼즈(CCL)는 정보·지식·문화를 창작하는 개인들에게 저작물의 이용 가능 범위를 알려주는 다양한 라이선스를 개발하는 이니셔티브다. 어떤 이용이 허용되어 있고, 어떤 이용이 불가능한가를 저작물에 부착된 간단한 라이선스에 표시하여 이용자들에게 알려준다. 그 바탕에는 저작권 시스템이 자리 잡고 있지만, 크리에이티브커먼즈 라이선스의 도입은 타인들이 저작물을 이용하도록 허락하는 관행을 만든다는 점에서 혁신적이다. 이 라이선스 이전에는 “특정한 제약 조건만 지키면 내 저작물을 누구나 자유로이 이용할 수 있어요”라고 세상에 공개적으로 알리는 법적 형식은 존재하지 않았다.³⁵⁾ 현재 크리에이티브 커먼즈 라이선스는 다른 사람들에게 즐거움과 도움을 주기 위해 개인들이 시간, 경험, 지혜, 창의력을 모아 새로운 형태의 정보재, 지식, 문화 상품을 창출하고 있다.³⁶⁾

2. 협력적 생산과 소비

공유 자원이 협력의 원리에 따라 운영되면 효율성을 개선할 수 있다.

34) 위키미디어 재단은 2009년 사용자들이 위키피디아 편집에 투입한 시간을 합산하여 그 노력을 비용으로 환산했다. 조사와 글쓰기에 들어간 시간은 추적할 수 없었고, 편집에 들어간 시간만 분석한 조사에 따르면, 인건비를 시간당 10달러로 적용해도 편집에 기부한 총 인력의 비용은 연간 7억 달러로 추정되며, 총 40억 달러 이상의 자산이 구축되었다. Jeff Jarvis, 『공개하고 공유하라』, 103 참고.

35) Yochai Benkler, *The Wealth of Network*, 455.

36) 유튜브의 성공 이면에도 무급의 아마추어들이 만든 콘텐츠로 시작하였다. 수백만 명의 사람들은 매일 유튜브에 영상을 올리면서도 자신의 기여에 대해 한 푼도 받지 않았다. 그들은 단지 자신의 생활을 담고, 경험을 공유하고, 때로는 단순히 웃기기 위해 영상을 만들어 올렸다. 그런데 구글이 광고주의 환심을 사는 공유 아이디어로 이 영상들의 가치를 16억 5천 달러로 평가하였다. Yochai Benkler, 『펄컨과 리바이어던』, 209-210 참고.

협력 문화가 풍부한 공동체에서는 사유재산권보다 공유가 효율성을 보장해 줄 가능성이 크기 때문이다.³⁷⁾ 경쟁은 내가 성공하기 위해서는 상대가 실패해야 하는 제로섬게임이라면, 공유재 기반의 협력은 협동적 프로젝트의 특징을 드러내는 파지티브섬게임이다. 즉 공유재 기반으로 생산된 산출물은 모두에게 공평하게 분배되어 저마다의 재량에 따라 자유로운 사용이 가능하다.

구글, 아마존, CNN 웹 서버는 GNU/리눅스 운영 시스템을 사용하고 있다. 그 이유는 이 시스템이 무료이기 때문이 아니라 동료 생산에 기반한 작동 시스템이 다른 제품보다 더 신뢰할 만하기 때문이다.³⁸⁾ 프리 소프트웨어 덕분에 향상된 설비의 구축과 더 나은 서비스 제공이 가능해졌으며 공적 분야에서 더 원활하게 역할을 수행할 수 있게 되었다.

리처드 스톨먼(Richard Stallman)에 따르면, 프리 소프트웨어의 프리(free)는 공짜라는 의미보다 자유롭다는 의미이다. 즉 누구나 이용할 수 있고 다시 만들 수 있다. 스톨먼이 소프트웨어가 모든 이에게 공개되는 공동의 자원이어야 한다고 처음 생각했을 때는 매우 낮은 개념이었다.³⁹⁾

37) 최배근, 『탈공업화와 무형재경제 그리고 협력의 경제학』 (서울: 집문당, 2015), 21.

38) Yochai Benkler, *The Wealth of Network*, 64.

39) 프리 소프트웨어는 스톨먼이 GNU(GNU's Not Unix)라고 불리는 프로젝트에서 시작되었다. 스톨먼은 소프트웨어가 사람들의 정보 이용을 자유롭게 만드는 세상을 원했다. 소프트웨어를 필요에 꼭 맞게 수정할 필요가 생겼을 때 그 누구의 허락을 얻지 않아도 되며, 소프트웨어를 유용하게 사용하려는 이들과 공유할 수 있는 세상이었다. 하지만 현실은 자신만의 소프트웨어를 만들고 공유할 수 있는 자유는 시장과 재산권에 의존하는 기존의 방식과 양립할 수 없음을 깨달았다. 소프트웨어 이용 시장을 장악하려는 소유권자들이 이를 막으려 할 것이기 때문이었다. 이런 현실적 이유에서 그는 소프트웨어를 직접 제작하였고, 소프트웨어 코드의 일부분을 공개하면서 누구든지 원하는 방식대로 복제, 배포, 수정이 가능하다는 내용의 라이선스를 덧붙였다. 그는 이런 방식으로 프로그램을 개발하게 위해 다른 개발자들의 협력을 끌어냈다. 또한 개발자들이 원한다면 자신들이 공헌하고 이바지한 부분(새로 추가하거나 개발한 프로그램)도 다른 사람들이 자유롭게 이용할 수 있도록 공개한다는 조건을 덧붙였다. 이 라이선스는 GPL로 불리는 일반 공중 라이선스(General Public License)가 되었다. 같은 책, 64-65.

그렇게 하려면 우선 소프트웨어를 개발한 다음, 원작자에게 지켜야 할 어떠한 의무도 없는 상태에서 누구든 그 소프트웨어를 복사하고 배포하고 심지어 판매할 수 있도록 허가해줄 수 있어야 했다. 허가받은 사람들은 그와 동일한 조건으로 허가하는 한, 소프트웨어를 개선한 뒤 다시 나누어줄 수 있었다. 이는 호혜를 필요로 하고 지속적인 개선을 격려하는 것이었다.⁴⁰⁾ 스톨먼은 호혜의 사이클이 중단되지 않는 한, 사람들이 자유 소프트웨어를 판매하는 데 반대하지 않았다.

공유경제에서 새로운 혁신과 가치 창출을 위해 필요한 요소는 협력과 공유, 그리고 호혜성이다. 크라우드소싱(crowdsourcing)은 군중(crowd)과 아웃소싱(outsourcing)의 합성어로 일반 대중이 기업 내부의 인력을 대체하는 협력적 생산방식의 비즈니스 모델이다. 소비자인 대중들이 제품에 대한 아이디어를 내고, 기업은 그 아이디어를 바탕으로 제품을 설계 및 생산한다. 이를 통해 기업은 제품 개발 및 서비스에 대한 리스크를 감소시킬 수 있다. 소비자가 직접 아이디어를 내기 때문에 제품에 대한 고객 만족을 높일 수 있으며 마케팅 비용 또한 감소시킨다. 크라우드소싱은 소비자와 공급자 사이의 경계를 해체하고 기업과 소비자의 소통을 통해 가치를 창출하는 비즈니스 모델이다.⁴¹⁾

기술 기반 기업이 새로 개발한 제품을 베타 버전으로 출시하여 제품 개발 과정을 누구나 볼 수 있도록 드러내는 것은 기술공유를 통해 고객들과 협업하기 위한 전략이다. 베타 버전은 ‘이 제품은 아직 완성되지 않았으니 완성하도록 도와 달라’고 고객들에게 요청하는 것이다.⁴²⁾ 이는 개발 기업 혼자 일하는 것보다 고객들과 함께 협력하는 것이 더 탁월하다는 것을 인정하는 방식이다.

40) Yochai Benkler, 『팬권과 리바이어던』, 205.

41) 최배근, 『탈공업화와 무형재경제 그리고 협력의 경제학』, 59.

42) Jeff Jarvis, 『공개하고 공유하라』, 104.

공유경제는 협력적 소비를 진작시킨다. 공유경제가 지닌 가치는 사용빈도가 낮은 자산에 접근할 수 있도록 하여, 공동체가 이러한 자산을 소유할 필요성을 감소시키며 자산의 효율성을 극대화하는 강점이 있다. 공유경제를 통해 자산은 공동체 안에서 순환하게 되고, 사용자들은 서로 관계를 맺고 신뢰하게 되면서 사회적 자본을 증가시킨다. 공유경제는 상품이나 서비스를 공유함으로써 소비 대상뿐 아니라 소비 방법까지 재창조한다. 퍼트남에 따르면, 시민적 품성은 호혜적 사회관계의 촘촘한 네트워크 속에 자리 잡고 있을 때 가장 강력한 힘을 발휘한다.⁴³⁾ 그런 점에서 공유와 협력이라는 기본 가치가 내재된 생산방식에는 관대함, 이타주의, 동료애, 호혜, 연대 등과 같은 다양한 시민적 미덕과 가치들이 포함되어 있다.

3. 신뢰를 통한 선순환 경제

투명성과 명료성은 공유를 위한 중요한 규범이 되며 이는 신뢰를 담보로 한다. ICT 기반 플랫폼 서비스는 높은 편리성을 제공해주지만, 기본적으로 비대면 거래 관계에서 프라이버시, 보안 등의 잠재적 문제점들이 위협 요소로 나타나고, 이점은 사용자들의 서비스 사용을 결정하는 중요 요소가 된다. 따라서 공유경제는 신뢰가 전제되어야 한다. 가령 승차공유 플랫폼 서비스가 원활하게 운영되고 수요자를 안정적으로 확보하기 위해서는 서비스 운영자에 대한 신뢰, 운전자 및 탑승자 등 플랫폼 참여자 상호 간의 신뢰, 안전한 서비스가 안정적으로 유지되기 위한 사회적인 신뢰 등이 중요하다.⁴⁴⁾

43) Robert D. Putnam, *Bowling alone : the collapse and revival of American community*, 정승현 옮김, 『나 홀로 볼링』 (서울: 페이퍼로드, 2018), 17.

44) 민슬기·박병호, "신기술로서 소비자의 공유경제 플랫폼의 수용에 영향을 미치는 요인들에 대한 분석 : 차량 승차공유 서비스 플랫폼을 중심으로," 『2019년 한국경영정보학

한 번 소프트웨어가 되면, 그 상품의 원가와 가격이 공짜가 되는 것은 디지털 시대의 독특한 특성이다. 이러한 공짜는 한계비용이 0에 가까운 디지털 경제가 지배하는 인터넷 세상에서 발생한다. 사진 공유 사이트인 플리커(Flicker)는 대부분의 유저들에게 공짜이며, 구글이 제공하는 것들도 대부분 공짜이고, 광고 또한 없다.⁴⁵⁾

또한 3자 간 시장에서는 콘텐츠, 서비스, 소프트웨어 등이 무료 상품으로 모든 사람에게 혜택을 제공한다. 두 당사자가 무엇인가를 무료로 교환함으로써 창출되는 시장에서 제삼자가 그 비용을 대신 지불한다. 가령 언론사는 소비자에게 무료로 상품을 제공하고, 광고주들은 양자 사이에 끼어들기 위해 그 비용을 대신 보조한다.⁴⁶⁾ 구독자들에게 간행물(재화)을 파는 기존 모델에서 광고주들에게 구독자(사람)를 파는 형태로 변환되면서 간행물은 공짜가 되었다. 이때 웹이 플랫폼을 제공하는데, 0에 가까운 배급 비용이 공유경제를 활성화하는 조건이 된다.

아룬 순다라라잔(Arun Sundararajan)에 따르면, 공유경제에서 볼 수 있는 교환 속성은 경제적 목적만 아니라 사회적 문화적 기능이 크게 작용한다는 점에서 시장경제보다는 선물 경제의 속성으로 보았다.⁴⁷⁾ 하지만 교환은 시장 경제와 선물 경제의 속성이 적절히 혼합된 속성이라 할 수 있다. 그런 점에서 공유경제는 시장 경제와 선물 경제의 연장선상에 있다. 공유경제에는 선물 경제를 통하여 물건이나 용역이 전달되기도 한다.⁴⁸⁾

회 추계학술대회 자료집』, (2019), 179.

45) Chris Anderson, *Free: the future of a radical price*, 정준희 옮김, 『프리: 비트 경제와 공짜 가격이 만드는 혁명적 미래』 (서울: 랜덤하우스코리아, 2009), 45.

46) Chris Anderson, 『프리』, 51.

47) Arun Sundararajan, *Sharing economy : the end of employment and the rise of crowd-based capitalism*, 이은주 옮김, 『4차 산업혁명시대의 공유 경제』 (파주: 교보문고, 2018), 59.

48) 여들(Yerdle)을 사용하는 사람들은 필요 없는 물건을 선물하고, 이때 받은 포인트로 다른 물건을 구매한다. Alex Stephany, 『공개하고 공유하라』, 33.

상품을 판매하는 것과는 다르게 선물을 주는 행위는 관련 당사자 간에 사회적 관계를 형성하는 경향이 있다. 더 나아가 한 집단 안에서 선물이 순환되는 과정에서 상호 작용이 반복되고 이를 통해 상호 연관성이 구축된다. 이러한 일련의 과정을 통해 일종의 분권적 집단 응집력이 형성된다. 이러한 선물 경제개념은 공동체 구축과 밀접한 관련이 있다. 선물의 가치는 자산 가치 또는 소비 가치와는 거리가 있다. 선물 교환의 진정한 목적은 사회적 유대감을 증진하는 것이다.⁴⁹⁾ 선물은 순환이 계속될수록 주고받기의 흐름이 더욱 강화된다. 그런 점에서 선물 교환은 사회적 가치와 공동체의 연대를 강화하는 수단이 된다. 따라서 순환되지 않고 한곳에 멈춰 있는 선물은 이러한 목적을 달성하는 데는 무용지물이다. 상품 교환과는 달리 선물 교환에서는 순환할수록 그 선물의 효용가치는 증가한다.

이처럼 공유경제는 사용 빈도가 낮은 자산에 인터넷으로 접근할 수 있도록 하여, 공동체가 이러한 자산을 소유할 필요성을 감소시킨다. 공유는 소유의 필요성을 감소시키는데, 과잉 소비로 불필요한 재화를 낭비하지 않도록 한다. 공유경제는 소비자 관점에서 볼 때 소유보다는 공유를, 과잉 소비보다는 협력적 소비를 추구하며, 공급자 관점에서는 이윤 창출보다는 가치 창출을, 경쟁보다는 신뢰를 기반으로 운영되는 특징을 지닌다. 이처럼 공유경제는 소비자가 상품을 효율적으로 사용하도록 돕게 되고 순환 경제의 선순환 효과를 증가시킨다. 공유경제는 낯선 사람과의 교류와 소통 빈도를 높여 풍요로운 삶을 약속한다.

49) Arun Sundararajan, 『4차 산업혁명시대의 공유 경제』, 78.

IV. 공유경제의 현실적인 문제

1. 기존 경제구조와의 갈등

공유경제는 기술 기반, 인건비, 관리 비용 등이 기존 산업들보다 저렴하고 진입 장벽이 낮은 장점을 지닌다. 하지만 공유경제가 주도하는 노동과 고용 형태의 변화는 기존의 경제구조와 마찰을 빚을 가능성이 많다. 공유경제는 기존의 소유 중심의 수익형 경제구조와 정반대되는 연유로 많은 법적·제도적 갈등을 빚고 있다. 최근 공유경제는 배달중개 플랫폼을 통해 자영업자들의 매출을 증가시켰으며 ‘배민라이더스’와 같은 신규 서비스를 통해 새로운 일자리를 창출하기도 하였으나 기존 서비스업과 충돌이 일어나 사회적 갈등을 빚는다. 그런 점에서 공유경제는 혁신과 불법 논란의 한가운데 있다.

공간공유서비스인 에어비엔비와 기존의 숙박업체, 승차공유서비스인 우버와 택시회사 간의 갈등이 대표적인 사례이다. 우버는 서울시뿐만 아니라 미국에서도 많은 갈등을 빚었는데, 우버는 기존 운송업체들의 수익구조를 해치며, 운전자의 자격, 승객 안전, 운송 면허 문제 등의 실정법 위반 등 여러 문제가 있다는 등의 이유로 퇴출당했다.⁵⁰⁾ 우버 퇴출 이후, 승차공유와 카풀서비스인 플러스, 렉시, 타다, 카카오 등의 업체가 나타나 카풀시장의 규모가 커지게 되었고, 결국 택시산업 붕괴와 생존권 침해를 우려한 택시산업계는 2018년 대규모 총파업에 돌입하여, 경제주체 간 연결성을 높이는 4차산업혁명의 ICT기술증진과, 이를 토대로 확장되는 공

50) 일반 택시는 성범죄자 등 전과자나 무자격자가 운행할 수 없도록 사전에 걸러내지만, 우버는 이를 검증할 방법이 없고, 차량 정비 여부도 확인하기 어렵다. 우버 앱에 가입하면 필수적으로 신용카드 정보를 입력해야 하는데 이때 개인정보가 유출될 우려가 제기되었다. 차두원·진영현, 『초연결시대, 공유경제와 사물인터넷의 미래』 (서울: 한스미디어, 2017), 24.

유경제의 확대를 전면 반대하기도 하였다.⁵¹⁾

에어비앤비 또한 기존 서비스업과 갈등이 빈번하게 발생했는데, 일반 주택을 여행객이 이용할 때 발생할 수 있는 소음 문제, 자기 소유 집이 아닌 임차인의 집을 서비스하는 것의 법적 정당성, 범죄 악용 가능성, 세금 부담 문제, 안정과 위생 문제 등 많은 쟁점이 제기되었으며, 이용객이 집을 부순 사건 이후 고객을 위한 보험 정책을 마련하는 사태도 발생했다.⁵²⁾ 포르투갈에서도 우버(Uber) 카셰어링 서비스 출시로 대중교통 서비스와 강하게 충돌하면서 택시업계에서 대규모 시위가 일어나기도 하였다.

우버, 에어비앤비 등은 월스트리트 등으로부터 거액을 투자받으면서 대형 자본이 영세 자본의 영역까지 뺏쓸이하는 양태를 보인다. 에어비앤비는 불법 호텔 운영을 금지하는 법을 위반하면서 성장했다. 기존 업체들과 달리 엄격한 규제나 과중한 세금 부담을 피하면서 사람들이 숙박업에 한층 더 쉽게 진출할 수 있도록 했다.⁵³⁾ 에어비앤비 같은 방식이 확산되면 호텔도 위기감을 느끼는 상황에서 소규모 숙박업소는 고사하게 될 것이다. 또한 미국 뉴욕에선 에어비앤비 때문에 부동산 가격이 폭등하기도 했다. 자본이 풍부한 사람들이 비싼 가격에 오피스텔, 아파트 등을 빌려 여행객들에게 내주는 사업에 눈독을 들이면서 부동산 가격이 오르게 되었다.

51) 임은정·정순희, “공유경제서비스 확장에 따른 카풀서비스의 사회적 논의에 관한 연구,” 『소비문화연구』 22/3 (2019. 9), 21.

52) 에어비앤비를 통해 빈방을 제공하는 사람들 대부분은 자발적인 소득신고를 통해 세금을 납부하지 않고 사업을 노출시키지 않으려는 경향이 있다.

53) Alexandra J. Ravenelle, *Hustle and gig: struggling and surviving in the sharing economy*, 김고명 옮김, 『공유경제는 공유하지 않는다 : 각이코노미의 민낯과 무너지는 플랫폼 노동자』 (서울 : 롤러코스터, 2020), 246.

2. 부스러기 경제

공유경제는 ‘일자리 쪼개기’라는 점에서 부스러기 경제(share-the-scrap economy)라는 비판도 있다. 로버트 라이히(Robert Reich)는 공유경제의 실현가능성에 의문을 제기하면서 공유경제를 이윤의 부스러기를 나눠 먹는 가혹한 노동 형태로 폄하하면서 쉬어야 하는 시간에도 적은 돈을 벌기 위해 일하도록 내모는 추세일 뿐이라고 비판했다.⁵⁴⁾

각경제를 칭송하는 이들은 원하는 시간에 원하는 일만 골라 하면서 무제한으로 돈을 버는 유토피아가 도래할 것이라고 했지만, 장시간 일하면서도 쥐꼬리만 한 돈을 받고 직업 안정성은 떨어지는 상황에 놓여 있다. 언제 어떤 일을 할지 자유롭게 선택할 수 있으리라 생각했지만 그런 자율성은 알고리즘이 용인하는 수준의 수락률과 응답시간을 유지하려면 포기할 수밖에 없다.⁵⁵⁾

공유경제는 시간제 일자리 증가에 따른 노동 환경 악화로 인해 노동의 질을 떨어뜨리는 요인이 된다. 그 대표적인 예가 ‘프리카리아트(precariat)’라는 새로운 계급의 등장이다. 프리카리아트란 ‘불안정하다(precario)’와 ‘프롤레타리아트(proletariat)’를 합친 말로, 공유플랫폼을 통해 일하는 이들의 노동 환경이 열악하기 때문에 등장한 개념이다.⁵⁶⁾ 공유경제는 노동자와 기업의 관계가 변화하고 있는 현실과 그에 따라 노동자가 봉착하는 위험을 고스란히 보여 준다. 대다수의 공유경제 관련 종사자는 독립계약자이다. 최근 독립계약자로 분류되는 노동자의 수가 꾸준히 증가하는 이유는 기업이 산재보험 제공, 잔업 수당 지급, 장애인 편의 보장 등 사회적

54) 조희정, 『시민기술, 네트워크 사회의 공유경제와 정치』, 72.

55) Alexandra J. Ravenelle, 『공유경제는 공유하지 않는다』, 21.

56) <http://100.daum.net/encyclopedia/view/54XX34200054> “공유경제 논쟁” (2017년 7월 26일 검색)

책무를 피하려 하기 때문이다.⁵⁷⁾

직원이라는 개념이 아예 없고, 직원들을 위해 기업이 부담하던 안전망도 없다. 불운, 사고, 들쭉날쭉한 경기 불안의 위험, 보험 등에 대한 법적 규제가 없어 이러한 업종에 종사하는 이들은 연금·세금·보험 등에서 사각지대에 놓여 있다. 산재보험이 적용되지 않기 때문에 업무상 재해를 입어도 보상을 받지 못하고 치료비를 스스로 부담해야 한다. 또한 공유경제에 종사하는 노동자들은 차별과 성희롱에 무방비로 노출되어 있고, 노조를 결성할 권리가 없으며, 업무상 재해에 대한 보상조치 요구할 수 없다.

공유경제는 ‘최저임금 불안정 노동의 2000년대 판’이라고 할 수 있다. 노동자가 부당하리만큼 적은 임금을 받고, 업체의 독단적인 규정 변경에 속수무책으로 당하는 것으로도 모자라 소모품 취급까지 받는 게 현실이다.⁵⁸⁾ 그런 점에서 공유경제는 혁신이란 미명하에 지난 시간 동안 힘겹게 쌓아 올린 노동자에 대한 보호장치들을 무너뜨리며 노동자 착취가 만연했던 과거로 회귀하는 결과를 빚는다.

공유경제 서비스는 부유한 사람의 주머니를 채워주는 용도로 변질되기도 한다. 2014년 뉴욕주 에어비앤비 실태 보고서에 따르면, 호스트 중 90% 이상이 에어비앤비에 1~2개의 숙소를 등록했지만, 1,406명(6%)은 4년간 ‘전문 숙박업자’로 영리 행위를 하면서 최대 272개의 숙소를 운영했다.⁵⁹⁾ 또한 플랫폼을 운영하는 중개사업자의 독점을 통한 폭리를 취하는 수단으로 이용되어 공유경제가 상업적 목적만을 위해 기득권화되고 사유화될 가능성이 있다. 또한 중국의 경우 공유경제 참여 기업들이 줄줄이 도산하는가 하면, 공유 자원은 공유 낭비라는 비판 또한 있다.⁶⁰⁾

57) Alexandra J. Ravenelle, 『공유경제는 공유하지 않는다』, 69.

58) 같은 책, 49.

59) 같은 책, 75.

V. 하나님 나라의 관점에서 본 공유경제

1. 희년 사상

경제학은 집을 뜻하는 ‘oikos’와 관리를 나타내는 ‘nomia’가 합쳐져 있는데, 이는 집(세상)의 물질 관리를 하나님의 뜻 안에서 올바르게 활용하여 하나님의 뜻을 이루는 것이다.⁶¹⁾ 역대상 29장 11절에서 “천지에 있는 것이 다 주의 것이로소이다”라고 기록한 바와 같이 하나님은 모든 만물의 주인이며, 우리는 하나님의 것을 맡아 관리하는 청지기다. 청지기직은 하나님의 뜻 안에서 우리에게 맡겨주신 수단, 능력, 그리고 가능성 등 모든 영역을 포함한다. 청지기로서 우리는 물질을 하나님의 뜻에 합당하게 사용해야 하며, 물질을 관리하고 운영하는 방식도 하나님 나라의 확장을 위해 지혜롭게 사용해야 한다.

그런데 공유경제가 하나님 나라의 가치를 잇은 채 영리만을 우선시할 때 인격체를 도구화하고 착취하는 자본주의 병폐를 고스란히 드러낸다. 경제활동의 목적은 재화와 노동의 교환을 통해 이윤을 추구하는 데 있지만, 공유경제가 추구하는 진정한 목적은 사회적 교환을 통한 나눔에 있음을 잊지 말아야 한다. 공유행위가 너그름, 호혜, 배려 등과 같은 공동체의 가치를 상실할 때 노동의 비정규직화가 심해지고, 위험부담을 전가시키고, 그에 따른 사회불평등을 심화시키는 온상이 된다.

공유경제가 추구해야 할 바람직한 이상은 부를 축적하는 과정에서 환경을 생각하고, 윤리적인 방식으로 부를 축적하며, 수익은 무한정 소유하려 하지 말고, 그 이익은 함께 나누어야 한다는 희년(Jubilee) 사상에서 찾을 수 있다. 이스라엘에서는 희년을 맞으면 부채를 탕감하고, 노예를

60) 박항준, 『클럽도 경제의 미래』 (서울: 스타리치북스, 2019), 79.

61) 이윤재, 『성경 속의 경제학』, 187 참고.

해방시켰으며, 귀속되었던 토지 또한 원래 소유주에게 되돌려주었다. 이를 통해 공동체가 스스로 보호하고 상생하게 함으로써 생산의 기반이 되는 토지의 공공성을 유지하고 부의 극단적인 편중이 발생하는 것을 막을 수 있었다. 희년 사상은 소유하지만 끝까지 가지지 않는 것이며, 더 가질 수 있지만 더 가지지 않는 철학의 산물이다.⁶²⁾ 희년 사상은 공유경제가 추구해야 할 진정한 가치를 알려주는 시금석이다.

희년 사상을 실현한 이상적인 모델은 키부츠의 공유모델에서 찾을 수 있다. 키부츠는 “능력에 따라 생산하고 필요에 따라 소비한다”는 19세기 프랑스 사회주의자 루이 블랑(Louis Blanc)의 이념을 실현하였다. 공동창고에는 모든 물건이 가득 차 있고, 각 가정은 필요한 만큼 창고에서 가져다 썼다.⁶³⁾ 키부츠 공유모델은 모든 사람이 서로 알고 깊이 신뢰하는 소규모 자급자족 공동체에서만 성립할 수 있지만, 공유경제가 모델로 삼고 실천해야 할 이정표가 된다.

카우치서핑(couchsurfing.org)은 전 세계 50만 명이 이용하는 사이트로, 외국 도시에서 머물 곳, 카우치(침상)가 필요한 여행자와 그들을 재워줄 의사가 있는 사람들을 연결하는데, 요금을 받지 않고 무료로 빌려준다. 대신 주인에게 선물을 주거나 집안일을 도와주는 등 다른 비금전적 보상을 제공할 것을 권한다. 사이트 설립자들은 공유된 가치관을 강조함으로써 사이트를 하나의 공동체로 표현할 뿐 아니라 상호 호혜나 커뮤니케이션, 신뢰와 같은 공동체의 규범을 전달하면서 순탄하게 운영하고 있다.⁶⁴⁾ 공유하면 더욱 풍요로운 삶을 살 수 있다. 풍요로움이란 원하는 것을 가지는 것이지만, 또한 원할 때만 가져도 되는 것이기도 하다. 짐스럽게 많

62) 최낙삼·백동현, 『CSV, 기업은 어떻게 공유가치를 만들 수 있는가』 (서울: 커뮤니케이션북스, 2017), xvii

63) Alex Stephany, 『공개하고 공유하라』, 56.

64) Yochai Benkler, 『펍권과 리바이어던』, 115.

은 CD를 집에 쌓아두기보다는 수백만 곡 중 원하는 노래를 고를 수 있는 편이 풍요로울 수 있다.⁶⁵⁾

보스톤에서 시작된 ‘카셰어링’ 업체 집카(Zipcar)는 적은 회비를 내고 비교적 적은 요금에 시간제로 자동차를 빌릴 수 있는 서비스이다. 집카의 매력은 가격이 아니라 편리함이다. 사람들이 쉽게 차를 타고 반납할 수 있는 도시 중심에 전 차량을 세워둔다. 집카가 서비스하는 차량은 대부분 소형이고 저연비로서, 환경 오염을 의식하는 고객을 타깃으로 연대 의식과 공동의 목적의식을 형성한다. 이용자가 차를 반납할 때도 차 상태를 점검하는 직원은 없다. 회원들은 다음 사용자를 위해 기름을 가득 채우고 깨끗하고 좋은 상태로 반납하기만 하면 된다. 집카는 하나의 사업체라기보다 환경을 의식하는 클럽 같은 존재로 스스로를 제시한다⁶⁶⁾.

공유는 적은 비용으로 더 큰 가치를 창출하는 수단이 된다. 공유경제에 기반을 둔 서비스는 기존의 아나바다운동보다는 네트워크나 공유가치가 강한 형태이다. 소셜 미디어, 실시간으로 장소를 추적할 수 있는 GPS 추적 기능이 장착된 스마트폰과 같은 기술력과 네트워크를 바탕으로 직접 소유하기보다 필요할 때 사용할 수 있는 서비스를 제공한다는 점에 강점이 있다.

현재 전 세계에 수백만에 달하는 프로슈머들이 자율성(autonomy)과 효율성(efficiency)으로 자유롭게 협력하고 있다. 이들은 지적재산권의 구속으로부터 자유로운 오픈소스를 이용하여 새로운 정보기술과 소프트웨어, 새로운 형태의 학습 도구, 미디어, 녹색 에너지, 3D 프린팅 제품, 비영리 사회적 기업 등을 통하여 공유가치를 창출하고 있다.

65) 스테파니, 『공개하고 공유하라』, 62.

66) Yochai Benkler, 『팬권과 리바이어던』, 115-116 참고.

2. 나눔과 누림의 경제

기독교 윤리적 관점에서 공유경제에 접근할 때, 등가적 교환을 넘어서 이미 받은 사랑이 너무나 놀랍고 감사하기에 함께 나누는 무조건적인 은혜에 기초할 필요가 있다.⁶⁷⁾ 이스라엘 공동체는 하나님의 은혜로 주어지는 하늘 양식을 함께 나누며 광야 40년을 지냈다. 하나님의 은혜는 다른 사람과 함께 나눠 쓰는 데서 한층 깊어진다. 이러한 공평과 나눔의 정신은 공동체를 든든하게 지탱하는 근간이 된다.

히브리서 13장 16절에 “오직 선을 행함과 서로 나눠주기를 잊지 말라 이 같은 제사는 하나님이 기뻐하시니라”라고 기록하고 있는데, 나눔과 공유는 하나님이 기뻐하시는 제사와 같다고 강조한다. 이러한 의미를 잘 드러내는 것이 만나가 갖는 경제적 의미이다. 만남은 각 사람의 능력에 관계없이 각 사람의 필요에 따라 거두어 양식으로 삼았다.

효율성과 형평성은 경제활동에서 중요한 두 요소이다. 효율성은 주어진 자원과 재화를 최대한 효율적으로 활용하여 가능한 많은 이윤을 창출하는 것이다. 하지만 효율성은 지나친 경쟁으로 치닫게 하며 약자에 대한 배려가 없다. 이를 보완하는 개념이 바로 형평성이다. 고린도후서 8장 14절에 “이제 너희의 넉넉한 것으로 그들의 부족한 것을 보충함은 후에 그들의 넉넉한 것으로 너희의 부족한 것을 보충하여 균등케 하려 함이라”라는 말씀처럼 배분을 통해 서로의 부족한 부분을 채우고 가능한 균등하게 나누는 것이다.

공유경제는 협력적 공유를 통해 모두가 함께 살림을 누리는 나눔과 누림을 실현시키는 촉매제가 된다. 공유를 통해 창출한 이익을 형평성 있게 배분함으로써 혜택을 공유하여 함께 누리는 것이다. 협력적 공유는 소득

67) 이종원, “협력과 호혜의 윤리-공유의 비극을 넘어 협력과 호혜의 경제공동체로,” 『기독교사회윤리』 44 (2019), 423 참고.

불균형을 해소하고 환경적으로도 지속가능한 사회를 창출하는 계기가 된다. 공유를 통한 누림의 경제(Reciprocal Economy)는 자본주의 경제가 지닌 구조적 취약점을 보완하는 대안이 된다.

누림의 경제는 소득의 취득 과정에서부터 투명성과 사회통합을 중요시 하며, 자본 분배 과정에서 형평성에 초점이 맞추어져 있다. 누림의 경제는 모든 구성원이 혜택을 받을 수 있게 한다. 이는 나눔과 달리 참여하는 이도 혜택의 대상이 된다. 상부상조, 두레, 품앗이 등과 같이 전통적인 공유 시스템은 누림의 실천이었다. 공유를 통해 서로의 노동력을 교환하고, 서로 돕고 도움받는 호혜의 경제 모델을 구현하였다. 공유경제는 나눔이라는 분배철학을 기반으로 자본주의 경제의 단점을 보완한 개념이다.

공유가 지닌 가치는 박애 정신, 관대함, 협력, 이타주의 등과 같은 가치를 지향한다. 서로 협력하여 새로운 것을 창조하고, 결과를 공정하게 분배한다. 이를 바탕으로 이타주의가 확산되며, 사회적 자본이 늘어나고 궁극적으로 새로운 삶과 행복을 찾는 태도가 형성된다. 공유와 협력은 공동체의 지속 가능한 발전을 도모하고 공유가치를 확산시키는 점에서 공동체를 형성하는 중요한 가치이다. 이러한 가치가 풍족한 공동체는 신뢰와 공감성이 형성되고, 평판의 가치가 힘을 발휘하고, 공공성이 확보되며 궁극적으로 사회적 자본이 축적되는 계기가 된다.

3. 아가소토피아의 경제공동체

영국의 인류학자 콜린 턴불(Colin Turnbull)은 아프리카의 한 종족인 이크족에서 공동 사냥 풍습이 사라지면서 부족 전체가 서서히 멸망해 가는 상황을 서술하였다. 과거에는 공동으로 사냥하고 공동으로 사냥감을 분배하였으나, 점차 공동으로 사냥을 나가는 횟수가 줄어들고 노획물 또

한 가족끼리만 몰래 먹게 됨에 따라 부족 내에서 서로 간 보이지 않는 울타리가 생겨나면서 공동체가 서서히 붕괴되어 가는 모습을 그려낸 것이다.⁶⁸⁾

유대의 전통 중에는 부자들이 자신의 재산 일부를 유대인 조직체에 기부하여 가난한 사람을 돕는 제도가 있다. 부자들은 이를 시혜가 아닌 의무로 여기며 가난한 사람들 역시 유대인 조직체를 통해 부자들의 도움을 받는 것을 구걸이 아닌 권리로 여긴다.⁶⁹⁾ 개인에게 있어 최고의 미덕은 창의력을 겸비한 겸손과 탁월성이고, 공동체를 위한 최고의 미덕은 공유의 미덕을 지닌 소통과 협력이다.

제임스 미드(James Meade)는 현대 경제에서 경제성장을 통한 완전고용은 불가능할 뿐만 아니라 생태적으로 바람직하지도 않기에 아가쉴토피아(agathotopia)를 통해 공유경제의 이상을 구현하려 하였다.⁷⁰⁾ 아가쉴토피아는 공유기업, 공유자산, 기본소득이라는 세 가지 요소로 구성된다. 공유와 협력을 통해 수익을 창출하고, 창출한 수익을 함께 나누는 것은 공동체를 풍요롭게 가꾸는 지름길이다.

무게가 7톤까지 나가는 아프리카 초원의 코끼리가 지나간 땅은 거의 불모지가 되곤 한다. 그런데 코끼리는 특수한 종류의 아카시아 나무를 비껴가는데, 이 나무에는 수많은 개미들이 탄탄한 조직을 갖추고 자신들의 보금자리인 이 나무를 지키기 때문이다. 코끼리가 이 나무를 건드리기라도 하면 나무등치에서 쏟아져 나온 개미들이 코끼리의 부드러운 속살을 물어 참을 수 없을 만큼 괴롭힌다. 아카시아 나무는 그 보답으로 앞에서 나오는 달콤한 즙을 개미에게 내어 준다.⁷¹⁾

68) 최영, 『공유와 협력, 소셜 미디어 네트워크 패러다임』, 233.

69) 쉰린, 권용중 옮김, 『유대인 생각공부』 (서울: 마일스톤, 2015), 235.

70) 강남훈·권정임, “공유경제와 기본소득-제임스 미드의 아가쉴토피아를 중심으로,” 한국사회경제학회 2016 봄 학술대회 자료집. (2016), 57.

거대한 규모로 카르텔을 구성해서 함께 누려야 할 공유 자원을 독점하는 것은 코끼리와 같은 행태다. 하지만 거대한 코끼리를 저지한 것은 공유의 가치를 인식한 개미들이다. 2011년 온라인저작권침해금지법(SOPA)과 그 전조인 지식재산권보호법(PIPA)이 제출될 당시 이에 반대하기 위하여 수많은 소셜 미디어를 하는 인터넷 개미들이 단결하여 저항했다. 법안에 따르면 구글 같은 검색엔진은 저작권을 침해한 웹사이트에 대한 접속을 차단해야 했다. 나이키, 로레알, 바이어컴, 맥밀런 등 대기업들이 SOPA를 지지했다.

하지만 컴퓨터 전문가들과 구글, 페이스북, 모질라, 야후와 같은 인터넷 관련 기업들은 정부가 인터넷에 울타리를 쳐서는 안 된다고 생각하였다. 반 SOPA 연합은 블로거 또는 직접 만든 자료를 소셜 미디어에 올렸는데, 이는 모든 사람의 자유가 이 법안 때문에 제한되는 상황을 우려했기 때문이었다. 트위터 사용자들은 SOPA를 찬성하는 정치인과 기업의 트위터 계정에 220만 건의 해시태그 세례를 퍼부으면서 저항했다. 공유경제가 건강하게 활성화하는 것은 플랫폼을 운영하는 회사뿐 아니라 고객 모두의 몫이다. 디지털 세상에서 공유가치가 구현하는 사회적 자본은 진실성, 좋은 의도, 신뢰성 등을 담보하는 강력한 계기로 작용한다.

VI. 나가는 글

위에서 공유경제가 산업계 전반에 걸쳐 최근 주목받는 현황을 살펴 보면서 공유경제가 지닌 건설적인 요소들을 환기시킴과 동시에 공유경제가 지닌 현실적 한계점을 극복하고 보다 건설적인 방식으로 나아가야 할 방향을 제안하였다.

공유경제는 상품이나 서비스의 공유, 교환, 거래, 대여에 기반을 두고,

71) Alex Stepany, 『공개하고 공유하라』, 297.

접근을 소유보다 우위에 놓아 소비 대상뿐 아니라 소비 방법까지 재창조하는 경제모형이다. 공유경제는 집약적인 정보통신기술을 지렛대로 삼아 남는 재화와 용역을 재분배하고 공유하며 재사용할 수 있도록 촉진시킨다. 인적, 물적 자산의 공유를 토대로 지속 가능한 경제 체제를 구축하며, 서로 다른 개인과 조직이 재화와 용역을 공동으로 창조, 생산, 분배, 거래, 소비하는 행위를 수반한다.

하지만 공유경제 활동에 대한 탈세 이슈, 모바일 결제에 따른 개인정보 노출 및 프라이버시 침해 문제, 노동의 비정규직화 심화와 그에 따른 불평등 심화 등 다양한 우려가 산적해 있다. 이러한 우려들이 현실이 되는 배경에는 공유와 협력의 본질적 가치를 잊은 채 이해타산과 영리에 과도하게 몰입할 때 발생하게 된다.

따라서 자본주의로 인해 초래된 경제적 불균형을 바로잡고, 친환경적인 건강한 공유 경제를 정착시키기 위해서는 나날수록 사회경제적 가치가 더욱 커진다는 공유경제의 근본 가치와 이념을 망각해서는 안 될 것이다. 공유와 협력의 진정한 가치는 자발적인 참여와 연대를 통하여 공동체를 든든히 세우고자 하는 건강한 시민 덕성을 지닌 구성원들의 도덕적 기반이 중요하다. 그렇게 할 때 공유경제는 경쟁 위주의 자본주의 경제구조가 초래한 빈틈을 효과적으로 메우는 역할을 할 것이다.

참고문헌

- 강남훈·권정임. “공유경제와 기본소득-제임스 미드의 아가씨토피아를 중심으로.” 『한국사회경제학회 2016 봄 학술대회 자료집』. (2016), 57-87.
- 강정희. “기독교윤리적 관점에서 본 공유의 경제와 협동조합.” 『신학과사회』 30/4 (2016), 77-112.
- 김학천. 『공유경제시대의 네트워크 마케팅』. 인천: 책연, 2019.
- 민슬기·박병호. “신기술로서 소비자의 공유경제 플랫폼의 수용에 영향을 미치는 요인들에 대한 분석 : 차량 승차공유 서비스 플랫폼을 중심으로.” 2019년 한국경영정보학회 추계학술대회 자료집 (2019).
- 박항준. 『클립토 경제의 미래』. 서울: 스타리치북스, 2019.
- 이민화. 『호모 파덴스』. 서울: 서울신문 KCERN, 2017.
- 이민화. 『호모 모빌리언스』. 서울: 북콘서트, 2012.
- 이민화. 『공유 플랫폼 경제로 가는 길』. 서울: KCERN, 2018.
- 이운재. 『성경 속의 경제학』. 서울: 숭실대학교출판부, 2004.
- 이종원. “협력과 호혜의 윤리-공유의 비극을 넘어 협력과 호혜의 경제공동체으로.” 『기독교사회윤리』 44 (2019), 399-433.
- 임은정·정순희. “공유경제서비스 확장에 따른 카풀서비스의 사회적 논의에 관한 연구.” 『소비문화연구』 22/3 (2019. 9), 19~46.
- 조희정. 『시민기술, 네트워크 사회의 공유경제와 정치』. 서울: 커뮤니케이션북스, 2017.
- 최낙삼·백동현. 『CSV, 기업은 어떻게 공유가치를 만들 수 있는가』. 서울: 커뮤니케이션북스, 2017.
- 차두원·진영현. 『초연결시대, 공유경제와 사물인터넷의 미래』. 서울: 한스미디어, 2017.
- 최배근. 『탈공업화와 무형재경제 그리고 협력의 경제학』. 서울: 집문당, 2015.
- 최 영. 『공유와 협력, 소셜 미디어 네트워크 패러다임』. 커뮤니케이션북스, 2013.
- Anderson, Chris, *Free: the future of a radical price*, 정준희 옮김. 『프리: 비트 경제와 공짜 가격이 만드는 혁명적 미래』. 랜덤하우스, 2009.
- Benkler, Yochai, *The Penguin And The Leviathan*, 이현주 옮김. 『펭귄과 리바이어

- 어던 : *협력은 어떻게 이기심을 이기는가*. 서울 : 반비 : 민음사, 2013.
- Benkler, Yochai, *The Wealth of Network : how social production transforms markets and freedom*. New Haven : Yale University Press, 2006.
- Bollier, David, *Think Like a Commoner*. 배수현 옮김. 『공유인으로 사고하라』. 서울 : 갈무리, 2015.
- Jarvis, Jeff, *Public parts : how sharing in the digital age improves the way we work and live*, 위선주 옮김. 『공개하고 공유하라』. 서울 : 청림출판, 2013.
- Lessig, Lawrence. *Remix : making art and commerce thrive in the hybrid economy*, New York: Penguin Press, 2008.
- 쭈린, 권용중 옮김. 『유대인 생각공부』. 서울 : 마일스톤, 2015.
- Putnam. Robert D., *Bowling alone : the collapse and revival of American community*, 정승현 옮김. 『나 홀로 볼링』. 서울 : 페이퍼로드, 2018.
- Ravenelle, Alexandra J, *Hustle and gig: struggling and surviving in the sharing economy*, 김고명 옮김. 『공유경제는 공유하지 않는다 : 깃이코노미의 민낯과 무너지는 플랫폼 노동자』. 서울 : 롤러코스터, 2020.
- Rifkin, Jeremy, *The Zero Marginal Cost Society*, 안진환 옮김. 『한계비용제로사회』. 서울 : 민음사, 2018.
- Sundararajan, Arun, *Sharing economy : the end of employment and the rise of crowd-based capitalism*, 이은주 옮김. 『4차 산업혁명시대의 공유 경제』. 파주 : 교보문고, 2018.
- Stephany, Alex, *The Business of Sharing*, 위대선 옮김. 『공유경제는 어떻게 비즈니스가 되는가』. 서울 : 한스미디어, 2015.
- Toffler, Alvin. & Toffler, Heidi, *Revolutionary wealth*. New York : Knopf, 2006.

논문투고일: 2021년 6월 30일

심사개시일: 2021년 7월 15일

게재확정일: 2021년 8월 19일

• 국 문 초 록 •

본 소고에서는 디지털시대에서 부가가치를 창출하는 새로운 혁신동력으로 주목받고 있는 공유경제를 기독교 윤리적 관점에서 고찰하고자 한다. 공유와 협력을 강조하는 전통은 기독교 세계관과 밀접하게 연관된다. 정의와 공평에 기초한 하나님 나라의 관점에서 바라보는 이상적인 경제공동체는 서로 공유하며 나누며 누리는 자유와 평등의 공동체이다. 이를 통해 공유의 가치를 환기시킴과 동시에 공유경제가 나아가야 할 바람직한 방향을 제안하고자 한다. 공유경제는 자주 사용하지 않는 자산을 타인과 함께 나누어 사용함으로써 효용가치를 증진시키고 수익을 창출하는 수단이 된다. 공유경제는 신뢰를 토대로 한 사회적 관계와 공유의 가치를 강조하는 공유의 윤리에 기반하여 협력적 소비 운동으로 주목받고 있다. 공유경제를 통해 잉여 재화와 유휴자원을 유용하게 활용할 경우, 시장 자본주의로 인한 대량생산과 과잉 소비로 인한 자원의 낭비를 효과적으로 해결하는 대안이 된다. 공유경제의 진정한 목적은 경제적 교환을 통해 이윤을 추구하기보다는 사회적 교환 자체가 핵심이 되어야 한다. 협력적 공유를 통해 나눔과 누림을 촉진시키기 위해서는 공유를 통해 협력적 소비를 추구하며, 이윤 창출보다는 가치 창출을, 경쟁보다는 신뢰를 기반으로 운영되어야 한다. 이는 공유행위 자체가 너그러움, 환대, 배려 등과 같은 가치를 품고 있기 때문이다. 나눌수록 경제적·사회적 가치가 더욱 커진다는 공유경제의 철학은 재화와 용역을 활발하게 순환시킬뿐 아니라 공유 문화를 확산시키는 계기가 된다.

주제어: 공유경제, 공유의 윤리, 협력적 소비, 호혜성, 공유가치, 선물 경제.
