

사이버 머니 ‘도토리’의 화폐성 및 화폐적 발전 전망*

이 윤 호**

논문초록

본 연구는 사이버 머니 ‘도토리’의 사용 경험이 그에 대한 화폐적 인식에 영향을 미치는지를 묻는 설문조사 자료에 대한 분석을 바탕으로 사이버 머니의 화폐성 및 그 발전 전망을 다루고 있다. 설문조사 자료의 분석 결과 도토리에 대한 화폐적 인식은 전반적으로 부정적이지만, 도토리 사용 경험이 풍부한 집단일수록 도토리의 화폐성 및 미래 화폐로서의 발전 가능성을 높게 인식하는 경향이 유의하게 관찰되고 있다. 기초통화가 존재하는 자유화폐제도 하에서, 시장성이 제한적인 교환매체가 자체의 가치척도 단위를 사용하는 것은 자신의 화폐성을 향상시키기보다는 오히려 저해한다. 그러므로 장차 사이버 머니의 사용이 확대된다 하더라도 미래의 화폐제도는 중앙은행권과 그 가치척도가 사용되고 있는 오늘날의 화폐제도와 동일한 골격을 유지하게 될 것으로 전망된다. 도토리 등 사이버 머니는 독자적인 가치척도 단위를 사용하고 있는데, 이는 사이버 머니의 화폐성을 강화시키기 위한 것이 아니라 부동산금 수익을 확보하기 위한 수단으로서의 성격을 지닌다.

핵심 주제어: 전자화폐, 사이버 머니, 화폐제도

경제학문헌목록 주제분류: E42, E51, G21

투고 일자: 2008. 8. 19. 심사 및 수정 일자: 2009. 1. 3. 게재 확정 일자: 2009. 2. 19.

* 이 논문에서 사용된 설문조사 작업의 수행 및 조사자료의 입력 작업을 담당해준 전남 순천 신홍중학교의 서현숙 선생에게 감사드린다. 이 연구는 2008년 순천대학교 학술연구비 공모과제로 선정되어 재정 지원을 받아 수행되었다. 재정 지원에 대해 순천대학교에 감사를 표한다.

** 순천대학교 사회교육과 교수, e-mail: yunhlee@sunchon.ac.kr

I. 서 론

거래비용을 절감시키고 화폐제도의 사회적 유지비용을 감소시켜주는 방향으로 화폐는 발전해왔다. 새로운 형태의 화폐가 등장해서 일반적 수용성을 지니는 교환 매체이며 지급수단으로 수용되기까지는 시간이 걸리는 사회적 수용 과정을 거치지만, 결국은 새로운 형태의 화폐와 화폐제도가 옛것을 보완하고 대체하면서 상품화폐에서 금속화폐로, 금속화폐에서 지폐와 신용화폐로 발전하며 오늘날과 같은 모습을 띠게 되었다(Menger, 1892; Jevons, 1910; Flannery and Jaffee, 1973).¹⁾

화폐와 교환지급 제도의 진화는 계속되고 있다. 최근에는 컴퓨터와 인터넷으로 대표되는 IT 기술의 발전의 영향으로 그 기술을 이용한 전자화폐가 등장하여 빠른 속도로 발전 변모하고 있다. 신용카드의 사용이 보편화되었으며, 컴퓨터와 모바일 폰 사용의 일반화와 초고속 통신망에 의해 연결되어 있는 인터넷 등 기술적 인프라를 활용하여 지급과 이체가 전자적으로 이루어지는 일은 이제 일상적인 모습이 되었다. 네트워크 상의 전자적인 화폐가 지금까지의 지배적인 화폐 형태인 중앙은행권을 대체하는 화폐 없는 사회(cashless society)가 도래하리라는 전망이 제시되고 있다(Fama, 1980; Jordan and Stevens, 1997; Selgin and White, 2002).

지금까지 새로운 화폐에 대한 논의는 금융기관이 발행하는 전자화폐에 주로 집중되어 이루어져 왔으나, 최근 들어 일반 기업들이 자기들만의 사이버 화폐를 제정·발행하는 일이 흔해지고 있다. 마일리지 화폐와 온라인 공간에서 사용되는 사이버 머니가 그것이다. 일부 기업들은 마케팅 수단으로 협력업체나 고객에게 선물로 마일리지를 제공하고 있다. 일단 마일리지를 제공하는 기업들이 차츰 이 마일리지를 자신들의 활동 영역을 넘어서 다른 곳으로 이동시켜 사용 가능하도록 만들 수 있다. 이렇게 되면 이것은 일반 기업에 의한 사설 화폐의 공급이 이루어지게 되는 것과 다를 바 없다. 다른 한편에서는, 인터넷 상의 사이버 공간에서 행해지는 거래에서 사이버 머니가 사용되고 있다.

1) Menger(1892)는 물물교환 경제에서 어떤 재화가 일반적 수용성을 지니는 화폐로 진화 발전해가는 경제적 과정 또는 필연성에 대해 논술하고 있다. 한참 후에 Brunner and Meltzer(1971), Jones(1976), Oh(1989)는 Menger의 이런 사고를 모형화하여 설명하였다. Jevons(1910)는 물물교환 경제로부터 현대적 지폐제도에 이르기까지의 화폐 및 교환제도의 발전 역사와 그 배후에서 작용하고 있는 원리에 대해 설명하고 있다.

사이버 공간 내에서 사이버 머니의 사용이 확대되고 확산될수록 사이버 머니가 현실 공간으로 침투되어 들어올 가능성을 생각해볼 수 있다. 사이버 머니를 사용해 본 경험이 있고 그 이용 가치를 인정하는 사람이 많아질수록 사이버 머니는 현실 세계에서 일반적 교환매체로서 받아들여질 가능성이 높아지게 될 것이다. 사이버 공간에서의 사이버 화폐의 이용 경험은 사이버 화폐를 일반적인 화폐로 인식하도록 만드는 데 긍정적인 역할을 할 것이다. 이 논문은 이 같은 문제의식 하에, 우리나라의 대표적인 인터넷 커뮤니티인 싸이월드에서 사용되고 있는 사이버 머니인 ‘도토리’에 대한 설문조사를 통해 이를 실증적으로 확인하고 그것이 화폐제도의 발전에 대해 갖는 시사점을 자유화폐제도와 관련지어 논구하려 한다.

우리나라의 경우 싸이월드 외에도 여러 인터넷 포탈이 있고 많은 포탈들이 자체의 사이버 머니를 운영하고 있다. 사이버 머니 도토리의 경우 하루 거래 규모가 구매량 기준으로는 대략 300만개, 금액으로는 2 - 3억 원에 달하는 것으로 알려지고 있다(네이버 블로그, 2007. 10. 12일자). 이처럼 사이버 머니의 사용이 급속히 확산되고 있으며 그 사용 메커니즘이 인정 전자화폐²⁾와 차이를 지니고 있지만, 사이버 머니에 대한 학문적 관심과 연구는 아직 척박한 실정이다. 사이버 머니에 대한 이용 실태조차도 제대로 파악되고 있지 않다. 사이버 머니 도토리의 이용 실태, 도토리 이용자들의 도토리에 대한 화폐 가치 인식, 도토리의 사용 경험이 사이버 머니의 미래 화폐로서의 발전 가능성에 대한 인식 등에 미치는 영향을 설문조사 자료를 통해 실증적으로 분석하고, 나아가서 사이버 머니 도토리에 대한 화폐적 인식 또는 화폐성의 제한성에 대한 이론적 구명 및 화폐제도와 그 발전에 대해서 갖는 시사점을 도출하려는 것이 이 논문의 중심 주제이다.

IT 기술의 발전을 토대로 한 전자적 이체와 전자화폐의 등장·발전과 더불어, 사설 화폐가 자유롭게 경쟁하는 새로운 지급결제제도에 대한 관심이 촉발되었다. 이런 연구의 한 흐름은 복수의 화폐와 가치척도가 사용되는 화폐제도의 작동에 대한 것인데, 성격상 논의가 매우 추상적인 수준에서 이론적으로 전개되어 왔다. 예로서, 대표적으로 Black(1970), Klein(1974), Hayek(1976), Fama(1980), Williamson(1999) 등을 들 수 있다. 그런 만큼, 이런 연구 결과의 현실 적합성 혹은 현실 적용성에 대해서는 회의적 시각이 지배적인 것으로 보인다. 한편 일각에서

2) 인정 전자화폐에 대한 정의가 다음 장에서 다루어진다.

는 새롭게 등장하는 전자화폐가 자신만의 가치척도를 사용하면서 이용이 확대되면 중앙은행권과 경쟁하게 되는 복수통화제도가 현실적으로 도래하게 되리라는 주장이 제기되고 있다.³⁾

이 논문은 독자적인 가치척도를 사용하고 있는 사이버 머니의 구체적인 사례에 대한 분석을 통하여 이 문제에 접근하고 있다. 도달하는 분석의 결과는 복수의 가치척도가 경쟁적으로 사용되는 화폐제도는 성립하기가 어렵다는 것이다. 즉, 사설 화폐가 독자적인 가치척도를 사용하게 되면 사설 화폐의 화폐성 또는 시장성이 떨어지게 되는데, 사설 화폐(발행자)는 독자적인 가치척도의 사용을 포기하는 대가로 자신의 화폐성을 향상시키는 합리적 선택을 하게 되리라는 것이다. 그럼에도 불구하고 도토리나 ok캐쉬백 등 사이버 머니들은 현재 독자적인 화폐 단위를 사용하고 있다. 그 이유는 기본적으로 이들 사이버 머니는 현재로서는 기초통화와 경쟁하는 화폐의 위치에 있다기보다는 발행업체들이 부동산금 수익을 누리기 위한 마케팅 수단으로서의 성격이 훨씬 강하기 때문이다. 이들 발행업체의 사이버 머니는 화폐적 목적이 아니라 마케팅 및 부동산금 수익 목적을 위해 독자적 가치척도의 사용을 필요로 하고 있다. 사이버 머니가 기초통화의 가치척도 단위를 따르는 순간에 평가 불확실성의 문제는 사라지지만 부동산금 수익의 획득에 방해가 된다.

논문은 다음과 같이 구성된다. II장에서는 전자화폐 및 사이버 머니의 정의에 대해 검토한 후, 사이버 머니 일반 및 분석 대상인 사이버 머니 도토리의 사용 구조와 화폐적 성격에 대해 소개, 분석한다. III장에서는 사이버 머니 도토리에 대한 이용 실태 및 화폐로서의 인식에 대해 설문조사 자료를 이용한 실증적 분석을 행한다. 이용자들의 도토리 충전 경험, 구입 경험, 수집·판매 경험이 도토리의 현금 가치 인식, 미래의 화폐로서 진화 발전할 가능성에 대한 전망 등에 대해 미치는 영향을 분석한다. IV장에서는 실증적 분석 결과를 토대로 하여, 사이버 머니 도토리의 제한적인 화폐성에 대해 화폐이론적으로 검토하고, 논의를 사이버 머니 일반으로 확장시켜 사이버 머니의 미래 화폐로서의 발전 전망에 대해 논한다. V장은 요약 및 결론이다.

3) 대표적으로, Matonis(1995), Dorn(1997)에 수록되어 있는 논문들을 들 수 있다.

II. 사이버 머니

1. 전자화폐와 사이버 머니

사이버 머니(cyber money) 또는 사이버 캐쉬(cyber cash)라는 용어의 사용은 아직 정확하게 통일되어 있지 않은 것으로 보인다. 전자화폐(electronic money)가 사이버 머니에 앞서서 사용된 근접 개념인데, 이는 신용카드나 직불카드, 선불카드와 같이 컴퓨터를 통해서 이루어지는 모든 자금 이체와 관련되어 있다. 국제결제은행(Bank for International Settlements) 같은 경우는 사이버 머니라는 용어 자체를 사용하지 않고 있다(Committee, 1996, 2001, 2004).

국제결제은행은 전자화폐를 그 기능의 단계에 따라 3구분하고 있다. 첫 번째는 신용카드처럼 단순히 은행계좌에 대한 접근 기능만을 행하는 데 그치는 것, 두 번째는 직불 카드처럼 가치 저장 기능을 행하지만 POS와 같은 다른 연결매체를 통해서 이체가 이루어지는 카드형 전자화폐이다. 마지막이 디지털 현금(digital cash)이라고 불리는 것으로서 그 자신은 실체를 지니지 않으며 컴퓨터 소프트웨어를 통해서 온라인 상에서 이체와 결제가 이루어지는 네트워크형 전자화폐이다(Guttman, 2003, 10-11; Committee, 1996, 1). 이 같은 구분은 전자화폐의 역사적 발전 순서와 일치한다. 그렇지만 전자화폐의 핵심적인 정의는 은행 계좌에 대한 전자적 접근에 있다기보다는 자체 내에 가치를 저장하고 있는 범용적 지급수단이라는 기능에 있다. 이런 기준에서 보면, 자체 내에 가치를 담고 있지 않은 신용카드나 또는 지급이 특정한 용처에만 제한되어 있는 선불카드 등은 전자화폐가 아니다(Commission, 1996, 1; Kabelac, 1999, 3). 지하철이나 버스 등 대중 교통수단 이용 시에만 사용할 수 있는 교통 선불카드나 발행자와의 거래에만 사용될 수 있는 특정 업체가 발행한 토큰이나 마일리지 등은 전자화폐가 아니다.

컴퓨터 및 인터넷 통신의 발달이 급속하게 진행되면서, 최근에는 전자화폐라는 용어를 넘어서 사이버 머니 또는 디지털 머니라는 용어의 사용이 빈번해지고 있다(Guttman, 2003, 9). 사이버 머니는 인터넷 상에서 사용되는 전자적 화폐라는 협의의 의미로 사용되기도 하고 또는 일부 용례에서는 종래의 전자화폐까지 포괄하는 전자적 화폐 전체를 총칭하는 의미로 사용되고 있기도 하다. 이 글에서는 이하에서, 사이버 머니를 전자의 협의의 의미로 사용하고, 전자화폐를 사이버 머니를 포

함하여 전자적인 형태의 모든 화폐를 총칭하는 의미로 사용하고자 한다. 지금까지 통상적으로 전자화폐라고 지칭되던 전자화폐는 이하에서 따로 ‘인정 전자화폐’라고 제한하여 부를 것이다.

국제결제은행이나 한국은행은 현재로서는 은행이나 신용카드사 등 금융기관이 발행하는 전자화폐만을 염두에 두면서 전자화폐를 정의하고 관련 통계를 작성하고 있다(Committee, 2001, 2004; 한국은행, 2004, 2006). 중앙은행이 ‘화폐’라고 인정해주는 전자화폐를 지금부터 ‘인정 전자화폐’라고 부르자. 인정 전자화폐의 사용이 꾸준히 확대되고 있는 것은 사실이지만, 현금을 이용한 거래와 비교해 볼 때 사용 규모나 사용처는 여전히 상당히 제한적이다.⁴⁾ 인정 전자화폐는 주로 공공 교통수단, 공중전화, 주차요금기, 자동판매기, PC를 통한 소액 구매 등 제한된 용처에서 소액 결제용으로 사용되고 있다(Committee, 2004, 2).

인정 전자화폐가 상거래의 결제에 사용되는 절차를 살펴보자. 개인은 전자화폐의 발행주체에게 현금이나 예금 등을 지급하고 그 대가로서 현금, 예금 등의 반환을 청구할 수 있는 권리를 나타내는 전자적 가치를 입수할 수 있다. 개인은 이렇게 해서 입수한 전자적 가치를 다른 개인이나 상점 등에 전자적 방법에 의해 지급함으로써 대금 지불을 행하게 된다. 전자적 가치를 수취한 개인이나 상점은 수취한 가치를 전자화폐의 발행주체에게 제시함으로써 현금이나 예금 등을 입수할 수 있게 된다(박태진 외, 2002, 258, 264-267; 탁승호, 1996, 31-34). 여기서 명백하게 드러나는 것은 전자화폐가 최종적 지급결제 수단이라기보다는 기존의 화폐에 대한 반환청구권의 성격이 더 본질적이라는 것이다. 인정 전자화폐가 화폐일 수 있는 것은 전적으로 배후에 현금이 100% 준비되어 있다는 사실 때문이다. 따라서 인정 전자화폐는 기존의 화폐를 배제하기는커녕 오히려 현금과 예금의 존재를 전제로 한 결제 이체의 편리성을 도모하는 보완적인 수단에 불과하다. 인정 전자화폐의 위상은 기존 화폐와 경쟁하고 있다기보다는 기존 화폐를 보조하고 있다고 보는 것이 더 적절하다.

4) 우리나라의 경우를 보면 인정 전자화폐의 일평균 이용 건수와 이용 금액은 2003년의 48.0만 건과 3.6억 원에서 2006년에는 45.2만 건과 3.2억 원으로 오히려 줄어들었다(한국은행, 2007. 2. 1). 국제결제은행의 조사에 따르면, 독일 등 10개국의 인정 전자화폐 발행잔액과 건당 평균 지불금액은 2000년의 28.7백만 미달러와 3.5 미달러에서 2003년에는 각각 48.4백만 미달러와 3.7 미달러로 증가하기는 했지만 여전히 미미하다(Committee, 2001, 2004 부록의 Table B 참조. e-money 발행 카드수, 발행잔액, 일평균 거래건수, 건당 지불금액에 대한 단일 집계자료가 2001년과 2004년에 모두 이용 가능한 10개국의 평균 수치이다).

전자화폐에 대한 기존의 많은 연구들은 전자화폐의 발달로 인해 다수의 민간 화폐가 정부 화폐와 자유롭게 경쟁하고 그로 인해 독점적 발권자로서의 중앙은행의 위상이 위협받는 미래 사회의 도래를 머릿속에 그리며 논란을 벌여왔지만, 인정 전자화폐의 실상을 놓고 본다면 그런 논의는 현재로서는 공연한 논란에 지나지 않는 것처럼 보인다.⁵⁾

아직까지는 화폐로서 공식적으로 인정되고 있지도 않고 통화정책상 그렇게 대우 받고 있지도 않지만, 인정 전자화폐에 비해서 현실적 비중과 의미가 훨씬 더 크고 따라서 기존의 화폐제도에 장차 더 큰 영향력을 미치고 그것을 위협할 수도 있을 사이버 머니들이 있다. 마일리지와 인터넷 사이버 머니가 그것이다. 마일리지는 그것을 제공하는 업체들에 의해 일반적으로 마케팅 수단으로 도입, 이용되고 있다. 마일리지는 고객이 자사 제품이나 서비스 구매시 해당 기업이 그에 대한 유인으로 제공하며, 관련 제품 판매가격을 마일리지만큼 할인해준다는 실제적 의미를 갖는다. 그러나 구입시 이루어지는 즉시적인 가격 할인에 비해 마일리지는 우선 마일리지 발행기업에게 부동산금(float) 수익을 누리게 한다. 발행되어 청산되고 있지 않은 마일리지만큼이 부동산금 규모가 된다. 회원이 마일리지를 사용하고 발행기업 측이 청산하기 전까지는 발행기업은 마일리지로 인한 실질적 부담을 지지 않아도 된다. 그리고 발행기업은 그와 관련된 관리비용 말고는 마일리지를 무상으로 발행하여 제공한다. 마일리지 발행업체는 현금 매출의 감소 또는 현금의 지급으로 행해야 할 것을, 자신이 발행하는 마일리지라는 것으로 지급하며 이로부터 부동산금 수익을 누리게 되는 것이다. 이는 일반은행이 전자화폐를 공급하는 과정에서 부동산금 수익을 누리는 것과 마찬가지로이다(Selgin and White, 2002, 140-141).

마일리지 비즈니스 유형에는 단독 마일리지 형태, 그룹 마일리지 형태, 교환 마일리지 형태의 세 종류가 있다(박승봉·한재민, 2004).⁶⁾ 단독 마일리지 형태는 마일리지 발행기업과 마일리지 사용자로만 구성되는 경우로서, 이 때의 마일리지는

5) BIS(1996)에 따르면, 1994년 미국의 경우 25 달러 이하의 소액 지급이 모두 전자화폐로 이루어질 경우 중앙은행이 상실하게 되는 화폐주조차익(seigniorage)은 그렇지 않을 경우에 비해 21% 정도(GDP의 약 0.09%) 줄어드는 것으로 추정되었다(BIS, 1996, 8의 표 2). 이 정도로 전자화폐의 사용이 일반화 된다고 하더라도 중앙은행의 일상적인 공개시장조작 등 통화정책 수행 능력은 영향을 받지 않을 것으로 BIS는 보고 있다(BIS, 1996, 7).

6) 우리나라의 경우, 포인트뱅크(thiat.com)이 교환 마일리지 모형의 전형적인 사례이며, ok캐쉬백이 그룹 마일리지 모형의 전형적인 사례이다.

발행기업만을 상대로 이용이 한정되기 때문에 마치 교통선불카드처럼 화폐적 특성을 지니지 않는다. 그러나 마일리지의 이용 가능처가 모종의 망을 통하여 확장될수록 마일리지는 화폐적 성격을 지니게 된다. 이것이 그룹 마일리지이다. 마일리지를 사용할 수 있는 제휴업체망이 확대될수록 마일리지의 범용성은 확장된다. 특정 마일리지 사용망 내에서 그 마일리지는 보유 마일리지만큼의 가치저장체이고 제휴업체망 내에서 지급결제 수단으로 이용 가능하기 때문에, 화폐적 성격을 갖게 된다.⁷⁾

더욱 중요한 것은, 마일리지는 인정 전자화폐와 달리 마일리지 사용망 내에서 거래되는 재화의 가격을 표시하는 가치척도 기능까지 행한다는 점이다. 가치척도 단위로는 ok캐시백의 경우를 비롯해 보통 ‘포인트’라는 단위가 흔히 사용되고 있다. 따라서 교환 또는 그룹 형태의 마일리지는 발행기업에 의해 공급되어 제휴업체망 내에서 사용되는 화폐적 기능 요건을 두루 갖춘 사설 화폐(private money)로 볼 수 있다(Matonis, 1995; 박승봉·한재민, 2004; 아탈리, 2007, 266-267).⁸⁾

마일리지 및 이어서 살펴보게 될 인터넷 사이버 머니가 화폐로서 가치 저장 및 지급수단 기능뿐 아니라 가치 척도 기능도 행하고 있다는 점은 특별한 관심을 요구한다. 인정 전자화폐는 발행업체에게 기껏해야 부동산금 수익을 누리게 해준다. 그리고 중앙은행의 통화 관리 시각에서 보자면, 현금성 통화의 취급 범위가 신용카드 회사 등 비은행 금융기관까지 확대되는 영향을 낳는다. 그러나 마일리지와 인터넷 사이버 머니는 거기에 더하여 가치 척도로서 중앙은행권과 경쟁한다. 마일리지 사용망 내에서 상품들은 사설 화폐인 마일리지의 단위인 ‘포인트’와 현금통화의 단위인 ‘원’으로 함께 표현된다. 마일리지 발행업체가 마일리지와 현금통화를 일정한 비

7) 나아가서, 자체 완결적인 하나의 마일리지 지급 결제 순환 싸이클의 가능성을 생각할 수 있다. 즉 마일리지 발행업체, 한 제휴업체가 다른 제휴업체로부터 그의 생산활동에 필요한 생산요소를 마일리지로 구매하고, 그 제휴업체의 생산물을 다른 제휴업체 구성원들이 동일 마일리지로 구매하는 싸이클이 형성될 수 있다. 물론 이 경우 마일리지 싸클 제휴업체들의 판매가 오로지 동일 마일리지 사용 제휴업체 구성원들만을 대상으로 이루어져야 한다고 생각할 필요는 전혀 없다. 오히려 다수의 구매 고객은 마일리지 가 아닌 현실 통화를 이용하여 마일리지 제휴업체들과 거래할 것이다. 그럼에도 불구하고 마일리지 가 화폐로 사용되는 완결적인 부분 싸클을 생각할 수 있으며, 이 싸클은 현실 화폐와는 완전히 독립되어 마일리지를 화폐로 하여 움직이는 독립적인 통화권 사회가 될 것이다.

8) SK의 마일리지 서비스인 ok캐쉬백의 경우, ok캐쉬백 회원수는 2,700만 명, ok캐쉬백을 현금처럼 받아주는 가맹점 점포수가 4만개가 넘으며, 업종은 외식, 주유, 숙박, 홈쇼핑 등 매우 다양하다(okcashbag.com 홈페이지)

율로 무한정 교환해주는 경우를 상정해보면, 마일리지 발행업체는 마일리지의 가치를 유지하기 위해 마일리지의 발행량을 조절하는 행동을 해야만 할 것이다. 이 경우 마일리지 발행업체와 중앙은행 간에 본질적인 차이점은 없어 보인다. Matonis (1995)는 양자간의 차이는 단지 두 화폐가 유통되고 가치척도로서 기능하는 지역적 범위의 차이에 불과하다고 주장하고 있다(Matonis, 1995, 4.3절 참조). 이렇게 되면 한 국가 주권 내에 다른 이름을 갖는 복수의 화폐가 존재하게 되는 셈이다.

2. 사이버 머니 ‘도토리’

마일리지에 이어, 인터넷 관련 기업이 자사의 사이버 공간에서 사용되는 사이버 화폐를 제공하는 경우를 살펴보자. 이 논문에서 다루려는 사이버 공간 ‘싸이월드’와 사이버 머니 ‘도토리’가 바로 전형적인 경우이다.

싸이월드(Cyworld)는 SK커뮤니케이션즈라는 업체가 운영하는 온라인 포털로서 기사 검색, 블로그, 미니홈피, 클럽 등의 활동으로 구성되어 있다. 이 가운데 블로그, 미니홈피, 클럽 활동 등은 서로 밀접하게 연관되어 있다. 가상공간에서의 온라인 커뮤니티 활동은 불특정 다수에게 본인을 노출시키는 블로그 방식에서 싸이월드 ‘미니홈피’ 방식으로 발전해 왔다. 싸이월드에서는 미니홈피를 ‘일촌 맺기’ 개념을 통해 온라인 네트워크를 형성하고 강화하는 수단으로 활용하고 있다. 싸이월드 이용자들은 자신의 미니 홈피를 통해서 자신이 직접 사진도 올리고 글도 쓰면서 다른 회원들과 관계를 맺는다. 즉 미니 홈피는 가상 사회에서의 집이며 사무실이다.

인터넷 사이버 머니가 활발히 사용되고 있는 곳은 아이템 시장인 온라인 게임 시장과 개인형 커뮤니티 시장이라고 할 수 있는데,⁹⁾ 싸이월드가 대표적인 개인형 커뮤니티이다. 도토리는 현재까지의 인터넷 사이버 머니 중 가장 성공한 유료화 모델로 평가받고 있다.¹⁰⁾ 도토리는 싸이월드의 주 수입원으로, 싸이월드 내의 사이버

9) 우리나라에서 현재 사용되고 있는 사이버 머니의 현황에 대해서는 한국전산원(2005), 게임 머니의 이용 현황에 대해서는 한국게임산업개발원(2006)의 설문조사자료를 참조.

10) 싸이월드 같은 온라인 사이버 공간에서 사용되는 사이버 머니의 예는 다양하다. 싸이월드-도토리, 네이버-은화, 다음플래닛-별 등이 국내 포털 커뮤니티와 사이버 화폐의 대표적인 예들이다. 미국에서 가장 유명한 사이버 커뮤니티는 2003년에 문을 연 Second Life이며 이 가상 공간에서는 린든(Linden)이라는 화폐가 사용되고 있다. 린든과 달러와의 환율이 매일 고시되고 있다(네이버 블로그, 2007. 10. 12일자).

머니를 지칭한다. 싸이월드에서의 거래는 현실 화폐를 사용해서는 할 수 없고 도토리라는 사이버 화폐를 통해서만 이루어지도록 싸이월드 운영회사가 규정하고 있다. 도토리 사용자는 현금이나 다른 회사의 마일리지 및 문화상품권으로 도토리를 정해진 가격에 싸이월드로부터 구입(이를 ‘충전’한다고 한다)하거나 또는 아이템베이(itembay.com)나 폰즈(pons.co.kr) 등 온라인 아이템 중개 사이트에서 구입하거나 판매할 수도 있다. 도토리의 하루 거래 규모는 구매량으로는 대략 300만개, 금액으로는 2 - 3억 원에 달하는 것으로 알려지고 있다(네이버 블로그, 2007. 10. 12일자).

싸이월드 이용자는 이 도토리를 지급수단으로 하여 싸이월드에서 구매 및 이전 등 여타 경제활동을 할 수 있다. 도토리로 사이버 공간 싸이월드 내에서 아바타나 미니 홈피 꾸미기, 음악 받기 등 각종 구매행위를 하거나 또는 싸이월드의 다른 회원에게 도토리를 선물하기도 한다. 또한 자기가 지니고 있는 아이템을 도토리를 받고 팔 뿐 아니라 도토리를 팔기 위해 도토리를 모으는 행위가 이루어진다. 나아가서, 도토리는 이미 싸이월드를 넘어서 현실 공간에서 부분적으로 사용되고 있다. 예를 들어, 대한생명보험은 도토리로 상해보험에 가입하는 프로그램을 운용하고 있으며(대한생명 홈페이지 대한생명소식, 2005. 10. 04일자 기사), 도토리로 휴대전화 이용료를 결제하고 교통카드를 충전하며 백화점 상품권을 구입할 수 있다(chosun.com 2005. 11. 03일자 기사).

도토리가 싸이월드 내에서 도토리 제공자로부터 아이템을 구입하는 데만 사용되고 있다면 도토리를 화폐로 볼 수 없다. 왜냐하면 발행된 어떤 대상이 발행자와의 거래에만 국한되어 사용될 때 그것은 일반적 수용성 조건을 충족시키지 못하기 때문이다. 그렇지만 사이버 공간 내에서 사이버 머니의 사용이 확대되고 확산될수록 사이버 머니가 현실 공간으로 침투되어 들어올 가능성을 생각해볼 수 있다. 도토리의 이용 경험이 있고 그 이용 가치를 인정하는 사람이 많아질수록 사이버 머니 도토리는 가상 세계를 벗어나 현실 세계에서 교환매체로서 받아들여질 가능성이 높아지게 될 것이다. 사이버 공간에서의 사이버 화폐의 이용 경험은 사이버 화폐를 일반적인 화폐로 인식하도록 만드는 데 긍정적인 역할을 할 것으로 능히 기대된다.

사이버 머니의 사용이 확산되고 있음에도 불구하고 이에 대한 연구는 거의 이루어지지 않고 있다. 화폐로서의 사이버 머니에 대한 연구는 초기 단계라고 할 수 있다. 화폐제도가 변화해 가는 과정에서 무엇이 화폐이고 무엇이 화폐가 아닌가 하는 경계는 끊임없이 변화를 겪게 된다(Hicks, 1967, 157-158). 온라인 활동이 증대되

고 온라인 공간과 오프라인 공간과의 중첩이 넓어져갈수록 사이버머니가 현실 공간에서 화폐로서의 역할을 수행하는 시대가 도래할 수도 있을 것이다. 그리고 그것은 다중이 사이버 공간에서 사이버머니를 화폐로서 사용한 경험을 그 밑바탕으로 하게 될 것이다. 인터넷 거래를 베이스로 하는 특정 기업이, 제공하는 사이버머니를 사용할 수 있는 관계망을 확대할수록 그에 비례하여 그 사이버머니는 일반적 교환매체로서 받아들여질 수 있게 될 것이다. 이 때 이 사이버머니에 대한 사용 경험 유무, 사용 경험의 다과와 사용 사례의 다양성이 많은 사람일수록 이 사이버머니를 일반적인 화폐와 같이 인식할 가능성이 높아질 것으로 기대할 수 있다.

Ⅲ. 사이버머니 도토리의 화폐성에 대한 실증적 분석

1. 설문조사 개요

이 장에서는 앞에서 살펴본 고찰을 바탕으로 싸이월드의 사이버머니인 도토리의 중학생 이용자들의 이용 실태 및 화폐로서의 도토리에 대해 그들이 가지고 있는 인식에 대해 설문조사 자료를 통해 실증적으로 분석한다. 싸이월드와 도토리 이용 실태를 기초 자료로서 파악하고 난 다음 사이버머니에 대해 청소년들이 갖고 있는 화폐 관념의 실상을 파악한다. 돈을 내고 도토리를 충전해본 경험 및 다른 사람으로부터 도토리를 구입해본 경험, 도토리를 수집해서 판매해본 경험 유무 등 이용 경험의 다양성이 화폐로서의 도토리에 대한 화폐적 인식에 중요한 영향을 미치게 될 것으로 기대된다.

설문조사는 한 차례의 예비조사를 거친 후 전라남도의 순천시 및 광양시에 소재한 임의로 선정된 5개 중학교의 학생들을 대상으로 2007년 9월에 이루어졌다. 싸이월드 미니 홈페이지의 이용이 중학생 층에서 가장 활발하게 이루어지고 있다는 점을 반영하여 설문조사 대상자를 중학생 집단으로 정하였다. 회수된 설문지 630부 중 불성실한 응답자를 제외하고 최종 분석에 사용된 설문지는 총 595부였다. 설문 응답자의 일반적인 특징을 살펴보면, 성별의 경우 남자는 295명(49.6%), 여자는 300명(50.4%)이다. 응답자 가운데 도토리 충전 경험에서는 충전 경험이 있는 학생은 246명(41.3%), 충전 경험이 없는 학생은 349명(58.7%)으로 나타났다.

설문조사 문항은 다음과 같이 구성되었다. 싸이월드 미니 홈페이지 관련 일반적인 이

용 실태와 관련하여 이용 빈도, 이용 시간, 활동 내역, 이용 동기, 만족도 등에 대해서 물었다. 도토리 이용 실태와 관련해서는 도토리의 충전 주기, 일회 충전시 충전 개수, 도토리의 이용 목적, 원하는 구매 활동, 도토리 보유 개수를 물었다. 이어서, 도토리를 기부한 경험 유무, 도토리를 친구로부터 구입한 경험, 도토리를 수집·판매한 경험 등 화폐로서의 도토리와 관련된 경험의 범위에 대해서 물었다. 끝으로, 화폐로서의 도토리에 대한 인식에 대해 조사하였다. 먼저, 도토리의 현금 가치에 대한 인식을 도토리 100개와 등가인 현금 1만원 가운데 생일선물로 어떤 것을 더 선호하는가라는 질문에 이어 도토리는 현금만큼의 가치가 있는가를 5점 척도 방식으로 재차 물었다. 이어서, 도토리가 미래에 현금처럼 사용될 수 있는가에 대한 인식 강도를 5점 척도로 물었다.

2. 사이버 머니 도토리의 이용 실태

싸이월드 홈페이지를 이용하고 있는 학생은 총 유효 응답자 595명 가운데 349명(58.7%)이다. 싸이월드의 이용 빈도를 살펴보면, 전체적으로 거의 매일 한다는 응답자가 절반에 가까운 165명(47.3%), 일주일에 1~2번 한다는 응답자가 107명(30.7%), 한 달에 1~2번 한다는 응답자가 32명(9.2%) 등이었다. 싸이월드 미니홈피 관련 활동에 있어서는, 다른 사람의 미니홈피를 단순하게 방문하는 경우가 155명(44.4%)으로 가장 많고, 방문하여 글 남기기 80명(22.9%), 자신의 미니홈피 꾸미기 45명(12.9%), 사진 올리기 29명(8.3%) 순으로 답하고 있다. 도토리를 구매하는 가장 큰 이유에 대한 질문에 대해 응답자들은 음악을 넣으려고(38.2%), 홈페이지 활성화(35.2%), 자기만족(16.7%)에 대해 다수 응답을 하고 있다. 구매한 도토리로 가장 먼저 하고 싶은 구체적인 일이 무엇인지에 대한 질문에 대해, 배경음악 넣기(51.9%), 미니홈피 스킨 바꾸기(27.9%), 글꼴 바꾸기(14.6%)의 순으로 응답하였다.

도토리 발행업자로부터 도토리를 구매하는 것을 가리켜 ‘충전’한다고 한다. 도토리 1개의 충전비용(정가)은 100원이다. 구매한 도토리는 환불이 가능하지 않다. 싸이월드를 이용하고 있는 학생 중 도토리 충전 경험이 있는 학생은 41.3%이다. 도토리 충전 경험과 이용 빈도 간에는 스피어만 상관계수가 0.293으로 1% 수준에서 통계적으로 유의하다. 싸이월드를 적극 이용하는 학생일수록 다양한 활동을 뒷받침

하기 위해 싸이월드에서 사용하는 화폐인 도토리를 충전하게 되는 것은 당연한 결과라 볼 수 있다.

도토리 충전 주기를 살펴보면, 1년에 1 ~ 2회 충전한다는 응답 비율이 46.4%로 가장 높았고 3달에 1번(26.2%)과 1달에 1 ~ 2번(23.6%) 순으로 나타났다. 1주일에 1회 이상 도토리를 일상적으로 충전하는 비율은 3% 미만의 소수로 나타났다. 도토리 1회 충전 시 학생들이 도토리를 구입하는 개수는 40 ~ 50개가 49.8%로 절반을 차지하고, 20 ~ 30개 20.3%, 100개 이상 16.9% 등으로 나타나고 있다. 학생들은 1회 충전시 대개의 경우 5천원 안팎의 도토리를 충전한다고 볼 수 있다. 응답자들의 도토리 평균 보유 개수는 약 10개이다. 응답자 237명 가운데 10개 미만이라고 응답한 비율이 39.2%로 가장 높고, 갖고 있지 않다가 26.2%, 10개 ~ 20개가 17.6%, 그 이상의 도토리를 지니고 있는 응답 비율은 10% 정도의 분포를 보이고 있다.

도토리 구입 시 결제 방법을 알아보면, 학생들은 결제 방법으로 문화상품권을 73.0%로 가장 높게 언급하였다(아래의 <표 1> 참조). 다음으로, 신용카드, 계좌이체, 핸드폰 소액결제 등 다양한 방법으로 현금을 지불하는 경우가 모두 합하여 20.3%를 차지하고 있다. 그 외에 OK 캐쉬 백이나 레인보우 포인트 등 다른 회사의 마일리지 포인트를 이용하여 결제하는 비율이 6.9%를 차지하고 있다.¹¹⁾

<표 1> 도토리 구입 시 결제 방법

	문화상품권 결제	현금 결제			사이버 머니 결제		계
		핸드폰 소액 결제	계좌 이체	신용카드 결제	ok캐쉬백	레인보우 포인트	
빈 도(명)	170	36	9	2	3	13	233
구성비(%)	73.0	15.5	3.9	0.9	1.3	5.6	100.0

충전 이외의 방법으로도 도토리를 획득할 수 있다. 즉 도토리를 가지고 있는 사

11) 도토리 획득을 위한 지급결제 수단 경험에 따라 도토리에 대한 화폐적 인식이 영향을 받을 가능성을 생각해볼 수 있다. 즉 상품권이나 다른 사이버 머니로 도토리를 구입한 경우에 비해서 직접 돈을 내고 결제할수록 도토리의 화폐적 가치를 인정하는 경향이 강할 것으로 기대해볼 수 있다. 그러나 본 논문의 설문자료를 실증적으로 분석해본 결과 이러한 기대는 통계적으로 기각되었다.

람에게서 도토리를 ‘구매’하는 것이다. 도토리의 거래는 아이템베이(itembay.com)나 폰즈(pons.com)와 같은 아이템 온라인 거래소에서 매매가 이루어진다. 구매 희망자나 판매 희망자가 희망가격을 제시하고 상대방이 그것을 수락하면 거래가 성사된다. 도토리의 충전 정가는 개당 100원이지만 온라인 거래소에서 거래되는 도토리의 개당 거래가격은 그것을 크게 밑돈다.¹²⁾

도토리의 충전은 싸이월드에서 거래를 도토리로 행할 수밖에 없는 상황에서 화폐인 도토리를 획득하는 수동적인 행동이다. 이에 비해, 발행업체로부터가 아니라 도토리를 보유하고 있는 사람들과의 거래를 통해 도토리를 입수하게 되는 것은 도토리를 확보하기 위한 더 적극적이고 자발적인 행동이라고 볼 수 있다. 아래의 <표 2>에서 보듯이, 도토리 구매 경험이 있는 응답자 비율은 21.4%로서 높지 않다. 도토리를 충전해본 경험이 없는 사람은 더 적극적인 행동인 다른 회원과의 도토리 거래 경험을 갖기 어려울 것이라고 짐작할 수 있다. 도토리 충전 경험이 없으면서 도토리를 구매해본 경험자의 비율은 7.1%에 불과한 반면에, 충전 경험자의 28.2%가 구매 경험을 동시에 지니고 있다.

<표 2> 도토리 충전 경험과 구매 경험 간의 관계

		도토리 구매 경험		
		있다	없다	계
도토리 충전 경험	있다	66(28.2)	168(71.8)	234(100.0)
	없다	8(7.1)	104(92.9)	112(100.0)
	계	74(21.4)	272(78.6)	346(100.0)
적합도 검정	$\chi^2 = 21.286$, 점근적 유의도(양측 검정) $p = 0.000$			

도토리를 구입하는 사람이 있다는 것은 도토리를 판매하여 그것을 현금화하려는 거래상대방이 있다는 것을 의미한다. 도토리를 수집해서 다른 사람들에게 판매해본 경험은 다른 사람으로부터 도토리를 구입한 경험보다 더욱 목적적이고 적극적인 성

12) 사이버 머니 도토리는 온라인 아이템 거래 사이트에서 실제로 활발히 거래되고 있다. 대표적인 온라인 아이템 거래 사이트 가운데 하나인 아이템베이(itembay.com)를 2008년 7월 20일 방문하여 확인하였을 때 7.13-7.20일 간에 걸쳐 도토리를 사겠다는 구매 요구가 총 22건이 올라 있었다. 이 가운데 8건의 구매가 성사되었는데, 성사된 거래의 도토리 평균 거래가격은 45.5원(표준편차 7.59, 최고값 58.8원, 최저값 36.0원)이었다. 이는 도토리 충전 정가 100원의 절반에도 못 미치는 가격이다.

격을 지닌다고 볼 수 있다. 그런 만큼 도토리 수집·판매 경험이 있다고 응답한 비율은 전체 응답자 346명 가운데 5.8%인 20명에 지나지 않는다(아래의 <표 3> 참조). 그리고 도토리를 수집·판매한 학생은 1명을 제외하고는 충전 경험이 있는 학생들로만 구성되어 있다. 역시 유료의 대가를 치르고 도토리를 충전한 경험을 가진 학생들 가운데 일부가 도토리의 가치를 인식하고 도토리를 적극적으로 수집하려는 태도를 지니게 된다고 볼 수 있다.

<표 3> 도토리 충전 경험과 수집·판매 경험 간의 관계

		도토리 수집·판매 경험		
		있다	없다	계
도토리 충전 경험	있다	20 (8.5)	214 (91.5)	234 (100.0)
	없다	1 (0.9)	111 (95.7)	116 (100.0)
	계	21 (6.1)	325 (93.9)	346 (100.0)
적합도 검정		$\chi^2 = 7.784$, 점근적 유의도(양측 검정) $p = 0.005$		

도토리 구입 경험과 수집·판매 경험도 양의 관계를 가짐을 확인할 수 있다. 아래의 <표 4>에서, 도토리 구매 경험이 있는 학생 가운데 수집·판매 경험을 갖는 조건부 확률은 20.3%인 데 비해 도토리 거래 경험이 없는 학생이 수집·판매 행동을 하는 조건부 확률은 2.2%로 그 비율이 훨씬 낮다.

<표 4> 도토리 충전 경험과 수집·판매 경험 간의 관계

		도토리 수집·판매 경험		
		있다	없다	계
도토리 구입 경험	있다	15 (20.3)	59 (79.7)	74 (100.0)
	없다	6 (2.2)	266 (97.8)	272 (100.0)
	계	21 (6.1)	325 (93.9)	346 (100.0)
적합도 검정		$\chi^2 = 33.298$, 점근적 유의도(양측 검정) $p = 0.000$		

3. 사이버 머니 도토리에 대한 화폐적 인식

(1) 도토리의 현금 가치에 대한 인식

보유하고 있는 도토리 1개의 가치를 현금 100원과 비교하여 어떻게 평가할 것인가

가는 도토리의 화폐적 가치 또는 유동성에 대한 물음과 관련된다. 도토리가 매입한 가격과 동일한 가치를 지닌다고 보유자가 인식하고 있다면 도토리의 유동성에 대한 보유자의 인식이 높은 것이라고 볼 수 있다. 유동성이 높을수록 그 대상이 화폐로서 더 좋은 자질을 지니는 물론이다. 그런데, 도토리를 충전해본 경험에서 더 나아가 도토리를 구매해 보았거나 도토리를 수집·판매해본 경험이 있는 학생일수록 도토리의 현금 가치를 더 높이 평가할 것으로 기대된다. 왜냐하면 도토리의 구매나 수집·판매 경험은 교환 및 지급결제 수단으로서의 도토리의 존재를 더욱 적극적으로 경험하는 계기로서 작용할 것으로 기대되기 때문이다.

도토리의 화폐적 가치에 대한 인식을 확인하기 위해, 먼저 생일선물로서 도토리 100개와 현금 1만원 중 어느 쪽이 더 가치가 높다고 평가하는가라는 설문을 통해 간접적으로 확인해 보았다. 아래의 <표 5>에서 보면, 도토리 충전 경험이 있는 학생의 79.9%, 충전 경험이 없는 학생의 96.4% 등, 전체 응답자의 85.3%가 도토리보다 현금을 더 가치 있게 여기는 점은 공통적이다. 그렇지만, 도토리 충전 경험이 있는 학생들 가운데 도토리 100개가 더 가치 있다고 응답한 비율이 20.1%로서 충전 경험이 없는 학생들의 3.6%에 비해 월등히 높은 것으로 나타나, 도토리 충전 경험이 있을수록 도토리의 현금 가치를 높게 인식하는 뚜렷한 차이가 있다.

<표 5> 도토리 충전 경험과 가치 있는 생일선물 평가 간의 관계

		더 가치 있는 생일선물		
		도토리 100개	현금 1만원	계
충전 경험	있다	47 (20.1)	187 (79.9)	234 (100.0)
	없다	4 (3.6)	108 (96.4)	112 (100.0)
	계	51 (14.7)	295 (85.3)	346 (100.0)
통계적 적합성	$\chi^2 = 16.437$, 점근적 유의도(양측 검정) $p = 0.000$			

이어지는 설문에서는 도토리는 현금만큼의 가치가 있다고 보는가에 대해서 5점 척도 방식(전혀 그렇지 않다 1점, 그렇지 않다 2점, 보통이다 3점, 그렇다 4점, 정말 그렇다 5점)으로 직접 물었다. 그리고 도토리 충전 경험, 도토리를 얻기 위해 친구와 거래해본 경험, 도토리를 팔기 위해 수집해본 경험 등의 요인에 따라 도토리의 현금 가치 인식에 차이가 나타나는지를 분석한 결과가 아래의 <표 6>에 제시되고 있다.

〈표 6〉 도토리 거래 경험과 도토리의 현금 가치 인식 강도 간의 관계

		도토리의 현금 가치 인식 강도							F 검정
		1	2	3	4	5	전체	평균	
도토리 충전 경험	있다	49 (20.9)	56 (25.0)	94 (40.2)	22 (9.4)	13 (5.6)	234 (100.0)	2.55	$F=24.167$, $p=0.000$
	없다	54 (48.2)	21 (18.8)	28 (25.0)	8 (7.1)	1 (0.9)	112 (100.0)	1.94	
도토리 구입 경험	있다	15 (20.3)	13 (17.6)	34 (45.9)	10 (13.5)	2 (2.7)	74 (100.0)	2.61	$F=5.119$, $p=0.024$
	없다	88 (32.4)	64 (23.5)	88 (32.4)	20 (7.4)	12 (4.4)	272 (100.0)	2.28	
도토리 수집 · 판매 경험	있다	9 (42.9)	4 (19.0)	4 (19.0)	3 (14.3)	1 (4.8)	21 (100.0)	2.19	$F=0.455$, $p=0.500$
	없다	94 (28.9)	73 (22.5)	118 (36.3)	27 (8.3)	13 (4.0)	325 (100.0)	2.36	
	전체	103 (29.8)	77 (22.3)	122 (35.3)	30 (8.7)	14 (4.0)	346 (100.0)	2.35	

주: 1 = 전혀 그렇지 않다, 2 = 그렇지 않다, 3 = 보통이다, 4 = 그렇다, 5 = 정말 그렇다.

먼저, 도토리 충전 경험이 있는 집단의 도토리에 대한 현금 가치 인식 강도의 평균값은 2.55(표준편차 1.092)인 반면 충전 경험이 없는 집단의 평균값은 1.94(표준편차 1.051)로서 전자 집단의 평균값이 후자 집단의 평균값과 $p=0.000$ 수준에서 통계적으로 유의하게 높다. 다음으로, 도토리를 충전을 통해서가 아니라 거래를 통해서 다른 사람으로부터 구입하는 경험 여부에 따라 구분해보면, 구입 경험이 있는 집단의 도토리에 대한 현금 가치 인식 강도의 평균값이 2.61로서 그렇지 않은 집단의 2.28에 비해 $p=0.024$ 에서 통계적으로 차이가 있는 것으로 나타나고 있다.

끝으로, 도토리를 수집 · 판매해본 경험 여부에 따라 도토리의 현금 가치 인식 강도의 차이를 비교해 보면, 수집 · 판매 경험이 없는 집단과 경험이 있는 집단 사이에 차이가 없는 것으로 나타나고 있다. 도토리의 수집 · 판매 경험은 충전이나 구매 경험에 비해 가장 적극적인 목적 활동이라고 볼 수 있음에도 불구하고 그런 경험이 도토리의 현금 가치 인식 강도에 영향을 미치지 못하는 것은 흥미로운 현상이다. 이에 대해 다음과 같은 설명이 가능해 보인다. 즉, 싸이월드 상에서 도토리를 충전이 아닌 방식으로 구입 획득하고자 할 때 구입 희망자는 아마도 충전시보다 유리한 조건(즉, 도토리 개당 100원보다 낮은 가격)으로 도토리를 구입하려 하고 이 과정에서 협상의 어려움과 거래 상대방의 탐색 및 협상 소요 시간 등 거래비용의 부담을 직접 경험하게 되며, 그 과정에서 도토리의 현금 가치를 인식하는 계기가 될 수 있다. 반면에, 자기가 수집한 도토리를 팔고자 할 경우에는 반대의 입장에 서게 될 것이다. 거래 상대방 탐색 및 협상 소요 시간 등 거래비용의 부담을 직접 느낄 뿐

아니라, 협상이 지지부진하고 거래가 나쁜 조건으로 이루어지거나 결렬될 경우 도토리의 현금 가치에 대해 회의적 인식을 지니는 계기가 될 수 있다.¹³⁾ 이는 도토리가 싸이월드에서의 지정 화폐임에도 불구하고 싸이월드에서조차도 완전한 화폐로서 기능하지 못하며 일반적으로 수용되지 않고 있다는 분명한 한계를 반영하고 있는 것으로 볼 수 있다. Menger (1892)가 화폐의 진화과정에서 강조한 것이 바로 이 점이다. 교환매체로서 원활하게 수용되기 위한 (상품)화폐의 가장 핵심적인 조건은 (상품)화폐의 구입가격과 판매가격의 차이가 적게 날수록 좋다는 것으로서 Menger는 이를 시장성(saleableness)이라 표현하였다.¹⁴⁾ 싸이월드에서의 공인 화폐인 도토리조차도 현실 화폐로 측정되는 시장성은 불완전하다.

싸이월드에서 거래되는 아이템들의 현실 화폐 표시 가격의 변동성은 이중적으로 발생한다. 즉, 그것은 도토리로 표시될 때의 매매가격 스프레드와 도토리와 현실 화폐 간의 환율의 변동성의 두 요소에 의해 증폭된다.¹⁵⁾ 일반적으로, 사이버 머니로 표현되는 아이템의 가격이 현실 화폐로 표현되는 가격보다 더 높게 된다. 이 같은 사례는 사이버 머니와 현실 화폐가 가치척도로서 경쟁하는 상황이 주어진다면, 물건의 가격 표시는 현실 화폐로만 이루어지게 되리라는 Schmitz (2002)의 예상을 강력하게 지지한다.

교차분석 및 평균차 분석에서 한 걸음 더 나아가, 도토리의 현금가치 인식 강도를 피설명변수로 하고 도토리 거래 경험을 설명변수로 하는 보통 최소자승 회귀 추정된 결과가 아래의 <표 7>에 제시되어 있다. 모형은 $p=0.000$ 에서 적합하며, 설명 변수들의 공동 설명력은 조정 R^2 기준으로 0.071이다. 도토리 충전 경험을 지닐 경우 $p=0.000$ 에서 도토리의 현금가치 인식 강도가 0.59 구간 더 강하고, 도토리

13) 앞의 주 12)의 아이템베이(itembay.com)에서, 도토리를 너무 싼 값에 사겠다는 구매희망자들에게 불평하는 글이 - 아마도 도토리를 판매하고자 하는 사람이 탑재하였을 - 관련 페이지에 게시되어 있었다.

14) Menger (1892)의 시장성은 유동성(liquidity) 개념과 일맥상통하지만 개념상 차이가 뚜렷하다. 유동성이 자산으로서의 화폐에 초점을 두고 있다면, 시장성은 교환매체로서의 화폐에 초점을 두고 있다는 점에서 차이가 난다.

15) 아이টে을 싸이월드로부터 구입하려 할 때 각각의 구입 정가(포인트로 표시되는)가 있다. 이 아이টে을 팔려고 할 때 포인트로 표시되는 거래가격은, 아이টে의 성질상 감가상각이 없음에도 불구하고, 아마도 구입시의 정가 포인트 가격보다 낮을 것이다. 자기가 지니고 있는 아이টে을 포인트가 아닌 현금을 받고 직접 팔려고 할 경우 포인트로 환산된 아이টে의 현금 가격은 포인트로 팔려고 할 경우의 거래가격보다 더 낮아질 것이다.

구입 경험을 지닐 경우 $p=0.096$ 에서 도토리의 현금가치 인식 강도가 0.25 구간 더 강한 것으로 나타나고 있다. 반면에 도토리 판매 경험은 $p=0.062$ 에서 도토리의 현금가치 인식 강도를 0.48 구간 정도 떨어뜨리는 것으로 확인되고 있다. 이러한 회귀분석 결과는 앞서의 교차분석 결과에 대한 해석을 재차 확인시켜 준다.

〈표 7〉 도토리의 현금가치 인식 강도에 대한 회귀 분석 결과

도토리의 현금가치 인식 강도를 종속변수로 하는 선형 보통최소자승 추정. 도토리의 현금가치 인식 강도는 가장 부정적인 경우를 1, 가장 긍정적인 경우를 5로 하는 5점 척도 구간 변수로서의 성격을 지니고 있다. 종속변수의 평균치는 2.35. 도토리 충전, 구입, 판매 경험 등의 설명변수들은 각각의 경험 유무로 측정되는 범주형 변수이다. 각 설명변수는 경험이 없을 때 0, 경험이 있을 때 1의 값을 갖고 있다. 관찰수 = 346.

변수명	평균값	추정계수	t 값	p 값
상수항		1.557	4.871	0.000
충전경험	0.68	0.593	4.646	0.000
구입경험	0.21	0.252	1.667	0.096
판매경험	0.06	-0.478	-1.873	0.062
통계적 적합도 및 설명력	$F = 9.578 (p = 0.000)$, 조정 $R^2 = 0.071$			

사이버 머니 도토리에 대한 이용 경험의 풍부성과 다양성은 도토리에 대한 화폐적 가치 또는 화폐적 가능성 인식에 영향을 미치게 될 것으로 일반적으로 예상할 수 있다. Alter and Oppenheimer(2008)는 익숙하지 않은 낯선 화폐일수록 사람들은 더 낮은 가치를 부여함을 실험을 통해 확인하고 있다. 이에 대해, 사이버 머니 도토리에 대한 화폐적 가치에 대한 이 논문의 인식 조사 결과는 단순히 어떤 화폐적 대상에 대한 잦은 접촉과 익숙함이 그에 대해 높은 가치를 부여하게 만드는 계기로서 작용하는 것은 아니라는 확실한 반례를 보여주고 있다. 즉, 단순히 잦은 접촉과 익숙함의 증대가 아니라 그 접촉 경험이 긍정적인 형태로 발생할 때만 화폐적 가치에 대한 긍정적 인식에 기여하게 된다고 하겠다.

정리하자면, 전체 응답자의 85% 이상이 도토리의 가치를 등가의 현금에 비해 더 낮은 것으로 보고 있으며, 도토리가 현금만큼의 가치가 있느냐는 직접적인 물음에 대해서도 평균 2.35로 답하여 ‘그렇지 않다’는 부정적인 인식이 일반적임이 확인된다. 그러나 도토리 거래 경험에 따라 도토리에 대한 화폐적 인식에 유의한 차이가 나타난다. 충전 및 구입 경험이 있을수록 도토리의 현금 가치를 높게 인식하는 반면에 도토리의 수집·판매 경험은 오히려 도토리의 현금 가치를 낮게 인식하게 만

드는 경향이 있다. 또한 현실 화폐를 가치척도로 한 도토리의 가치는 매매가격에서 큰 스프레드를 보이고 있는 바, 이는 현실 세계를 차치하고 싸이월드에서조차도 도토리가 일반적 수용성을 지니는 화폐로서의 기능이 제한적임을 보여준다.¹⁶⁾

(2) 도토리의 미래 화폐로서의 발전 전망에 대한 인식

도토리의 현금 가치에 대한 인식에 이어, 설문에서 응답자들이 장차 미래에서 도토리를 현금처럼 사용할 수 있는가에 대한 인식을 ‘전혀 그렇지 않다’를 1로 하고 ‘정말 그렇다’를 5로 하는 5점 척도 방식으로 물었다. 설문 응답자가 중학생인 점을 고려하여 설문은 ‘미래에는 현금 대신 도토리로 과자를 살 수 있을 것이라고 생각되는가’라는 내용으로 질문하였다. 사이버 머니인 도토리로 과자를 살 수 있다는 것은 도토리가 현실 공간에서 일반적 수용성을 갖는 교환매체인 화폐로서 기능할 수 있다는 것을 의미한다.

도토리의 미래 화폐 가능성에 대한 응답자의 평균적인 인식은 2.03으로서, 2점 척도에 가까운 ‘그렇지 않다’로 나타났다(아래의 <표 8> 참조). 즉, 현재 시점에서 응답자 중학생들은 사이버 머니가 장차 미래에 화폐로 발전할 것인가에 대해 부정적인 시각을 지니고 있다. 그렇지만, 도토리에 대한 거래 경험 유무에 따라 통계적으로 유의한 차이가 나타나고 있다. 도토리 충전 경험 유무에 따른 미래 화폐 가능성에 대한 인식 강도의 평균치는 각각 2.13과 1.82로서 충전 경험 유무에 따라 $p=0.015$ 수준에서 충전 경험이 있는 집단이 미래 화폐로서의 도토리의 가능성을 더 높게 인식하고 있다. 도토리 구입 경험 유무에 따른 미래 화폐 가능성에 대한 인식 강도의 평균치는 각각 2.34와 1.94로서 구입 경험 유무에 따라 $p=0.006$ 수준에서 거래 경험이 있는 집단이 미래 화폐로서의 도토리의 가능성을 더 높게 인식하고 있다. 반면에, 도토리 수집·판매 경험 유무에 따른 미래 화폐 가능성에 대한 인식 강도의 평균치는 각각 2.00과 2.03으로서, 판매 경험 유무에 따라서는 미래 화폐로서의 도토리의 가능성 인식에 차이가 나타나지 않고 있다. 이는 앞에서 분석한 바와 같이, 보유하고 있는 도토리를 현금화시키는 거래 과정에서 부딪히는 어려운 경험이 오히려 인식에 긍정적으로 작용하지 않기 때문이라 볼 수 있다.

16) 이 설문에 이어, ‘도토리가 현실 화폐로서의 가치를 인정받고 있다고 보는가’라는 설문이 제시되었는데, 그에 대한 응답은 도토리의 현금 가치에 대한 인식과 거의 유사한 모습으로 나타난 바, 결과를 따로 보고하지 않겠다.

〈표 8〉 도토리 거래 경험과 도토리의 미래 화폐로서의 인식 강도 간의 관계

		도토리의 미래 화폐 인식 강도							F 검정
		1	2	3	4	5	전체	평균	
도토리 충전경험	있다	89(38.0)	67(28.6)	48(20.5)	19(8.1)	11(4.7)	234(100.0)	2.13	$F=5.944,$ $p=0.015$
	없다	55(49.1)	30(26.8)	20(17.9)	6(5.4)	1(0.9)	112(100.0)	1.82	
도토리 구입경험	있다	19(25.7)	24(32.4)	20(27.0)	9(12.2)	2(2.7)	74(100.0)	2.34	$F=7.525,$ $p=0.006$
	없다	125(46.0)	73(26.8)	48(17.6)	16(5.9)	10(3.7)	272(100.0)	1.94	
도토리 판매경험	있다	10(47.6)	4(19.0)	5(23.8)	1(4.8)	1(4.8)	21(100.0)	2.00	$F=0.015,$ $p=0.902$
	없다	134(41.2)	93(28.6)	63(19.4)	24(7.4)	11(3.4)	325(100.0)	2.03	
	전 체	144(41.6)	97(28.0)	68(19.7)	25(7.2)	12(3.5)	346(100.0)	2.03	

주: 1 = 전혀 그렇지 않다, 2 = 그렇지 않다, 3 = 보통이다, 4 = 그렇다, 5 = 정말 그렇다.

도토리의 미래 화폐 가능성에 대한 인식 강도를 피설명변수로 하고 도토리 거래 경험을 설명변수로 하는 보통 최소자승 회귀 추정 결과가 아래의 〈표 9〉에 제시되고 있다. 모형은 $p=0.007$ 에서 적합하며, 설명변수들의 공동 설명력은 조정 R^2 기준으로 0.027이다. 도토리 충전 경험을 지닐 경우 $p=0.054$ 에서 도토리의 미래 화폐 가능성에 대한 인식 강도가 0.25 구간만큼 더 강하고, 도토리 구입 경험을 지닐 경우 $p=0.014$ 에서 도토리의 미래 화폐 가능성에 대한 인식 강도가 0.38 구간만큼 더 강한 것으로 나타나고 있다. 반면에 도토리 판매 경험 변수의 통계적 유의성은 없는 것으로 확인되고 있다. 회귀분석결과는 앞서의 교차분석 결과에서의 해석을 재차 확인시켜 준다.

〈표 9〉 도토리의 미래 화폐로의 발전 전망 인식 강도에 대한 회귀 분석 결과

도토리의 미래 화폐 가능성 인식 강도를 종속변수로 하는 선형 보통최소자승 추정. 도토리의 미래 화폐로의 발전 전망에 대한 인식 강도는 가장 부정적인 경우를 1, 가장 긍정적인 경우를 5로 하는 구간 변수로서의 성격을 지니고 있다. 종속변수의 평균치는 2.35. 도토리 충전, 구입, 판매 경험 등의 설명변수들은 각각의 경험 유무로 측정되는 범주형 변수이다. 각 설명변수는 경험이 없을 때 0, 경험이 있을 때 1의 값을 갖고 있다. 관찰수 = 346.

변수명	평균값	추정계수	t 값	p 값
상수항		1.474	4.553	0.000
충전경험	0.68	0.250	1.936	0.054
구입경험	0.21	0.380	2.476	0.014
판매경험	0.06	-0.307	-1.186	0.237
통계적 적합도 및 설명력		$F = 4.133(p = 0.007),$ 조정 $R^2 = 0.027$		

IV. 사이버 머니 도토티의 화폐성 및 발전 전망에 대한 논의

1. 사이버 머니 도토티의 화폐성

설문조사 자료에 대한 분석 결과는 사이버 머니 도토티에 대한 화폐로서의 가치 인식 및 미래 화폐로서의 발전 가능성에 대한 응답자의 평균적인 인식이 현재로서는 부정적이기는 하지만, 아울러 도토티 거래 경험이 많은 사람일수록 도토티에 대한 화폐적 인식 및 미래 화폐로서의 발전 가능성을 높게 평가하고 있음을 분명하게 보여주고 있다. 이는 도토티 사용망이 확대되고 이용 경험자수가 증대됨에 따라 장차 도토티와 같은 사이버 머니가 화폐로서 발전해 나갈 수 있는 가능성을 시사하는 것처럼 보인다. 이 장에서는 사이버 머니 도토티의 제한적인 화폐성에 대해 검토하고, 논의를 사이버 머니 일반으로 확장시켜 사이버 머니의 미래 화폐로서의 발전 전망 및 이것이 자유화폐제도 논의에 대해서 갖는 시사점에 대해 논구한다.

먼저, Alter and Oppenheimer(2008)는 익숙하지 않은 낯선 화폐일수록 사람들은 더 낮은 가치를 부여함을 실험을 통해 확인하고 있는데, 이 논문의 결과는 그에 대한 반례를 보여준다. 즉, 단순히 어떤 화폐적 대상에 대한 잦은 접촉과 익숙함 그 자체가 아니라 화폐적 대상에 대한 접촉 경험이 긍정적인 형태로 발생할 때만 그것의 화폐적 가치에 대한 긍정적 인식에 기여하게 된다는 것이다. 보유하고 있는 도토티를 현금화시키는 거래 과정에서의 부정적인 경험, 특히 구입 가격보다 훨씬 낮은 가격에 교환매체로서 기능하는 도토티를 팔아야 하는 경험이 오히려 화폐로서의 도토티에 대한 인식에 부정적인 방향으로 작용하고 있다. Menger(1892)의 시장성 개념에 비추어, 도토티의 화폐로서의 제한성이 분명하게 이해될 수 있다. 어떤 상품의 매입 가격과 판매 가격에 차이가 나지 않을수록 - 즉, 시장성이 높을수록 - 그 대상은 교환매체로서 훌륭한 조건을 갖추게 된다. 사람들은 시장성이 높은 대상을 자연히 교환매체로서 선호한다.¹⁷⁾ 누구나 자기가 판매한 재화의 가치가 교환매체에 저장되어 구매 시까지 일정하게 유지되기를 바랄 것이기 때문이다. 그런

17) 일단 어떤 대상이 교환매체로서 자리를 잡게 되면 그 사실로 인해 그것의 시장성은 빠르게 향상되며 비화폐 상품들과의 차별성이 진행된다. 이것이 교환매체가 등장하여 지배적인 교환매체로 발전해 나가게 되는 과정이고 논리이다(Menger, 1892, 247-252; Brunner and Meltzer, 1971; Jones, 1976; Oh, 1989).

데 앞에서 보았듯이, 도토리의 매매가격은 실제로 상당한 스프레드를 보이고 있는 바, 이 같이 낮은 시장성은 도토리가 화폐로서의 기능과 자격이 제한적일 수밖에 없는 이유와 사정을 잘 설명해준다. 도토리의 낮은 시장성에 대한 분석을 좀 더 자세하게 진행시켜보자.

사이버 머니 발행기업은 사이버 머니를 발행·공급하며 사이버 머니 이용자와 가맹점으로 구성되는 사이버 머니의 사용망을 관리한다. 사용망 내에서 상품의 가격은 사이버 머니의 단위(이하, 포인트)로 표시된다. 만약에 발행업체가 포인트의 원화 표시 판매가격을 정해 놓는다면 사이버 머니 사용망 내에서 상품의 포인트 표시 가격은 이 고정 교환비율에 따라 원화 표시 가격에 일률적으로 대응될 것이다. 실제로는, 사이버 머니 사용망 내의 가맹점들이 취급하는 상품들의 포인트 표시 가격과 원화 표시 가격의 비교를 통해 포인트와 원화 간의 실제적 교환비율 또는 포인트의 시장가치가 결정될 것이다.

발행기업은 사이버 머니를 발행하기는 하지만 현금과 태환해주지 않는 경우에 대해 생각해보자.¹⁸⁾ 사용자가 사이버 머니 사용망 내에서 사이버 머니를 획득하는 비용, 즉 사이버 머니의 단위 포인트의 구입가격은 이용자가 사이버 머니를 현금으로 구입할 때, 재화 구매시 구매자가 그에 대한 할인을 현금으로 받지 않고 사이버 머니로 받을 때, 또는 사이버 머니 사용망 내의 업자가 원화 표시 가격의 상품을 사이버 머니를 받고 팔 때의 단위 포인트의 현금 표시 가격이다. 예를 들어, 현금 1만 원으로 1만 포인트를 교환 구입하거나, 1만 원 상당의 할인 예누리에 대해 1만 포인트를 받거나, 1만 원짜리 상품을 1만 포인트에 판매한다면, 이 경우 1포인트의 구입가격은 1원이 되는 식이다. 교환매체인 사이버 머니로 상품을 구매하는 행동은, 내가 획득하여 보유하고 있는 사이버 머니를 내가 원하는 상품을 얻기 위해 재차 판매하는 것이다. 이 과정에서 교환매체로서의 사이버 머니의 판매가격이 결정되고, 사이버 머니의 구매가격과 판매가격에 차이가 나면 그 차이만큼이 사이버 머니의 매매가격 스프레드가 된다.

이용자가 사이버 머니 사용망을 벗어나 사이버 머니를 사용하고자 할 경우 단위 포인트의 판매가격은 어떻게 될 것인가? 사이버 머니는 사용망 바깥에서는 더 이상 가치척도가 아니며 지급수단으로 수용되지 않기 때문에 사용이 가능하지 않다. 따

18) 현실에서 사이버 머니 발행기업이 자신이 발행한 사이버 머니를 현금과 태환해줄 경우의 문제점이 아래에서 논의될 것이다.

라서 사용에 앞서 현금(또는 그에 기초한 신용화폐)로 교환되어야만 한다. 즉, 포인트는 사회의 일반적 가치척도이자 교환매체인 현금과 교환되어야만 사용망 외부에서 이용될 수 있다. 그리고 현금의 매매가격 스프레드가 없으므로 - 완벽한 시장성을 지니고 있으므로 - 포인트가 현금과 교환되는 비율이 곧 포인트의 판매가격이 된다.

포인트의 판매가격은 포인트의 대안적 현금화 경로에 대한 분석을 통해 접근할 수 있다. 사이버 머니 보유자는 사이버 머니를 현금과 직접 교환할 수도 있고 아니면 사이버 머니 사용망 내에서 사이버 머니로 상품을 구입한 후 이 상품을 재판매하여 현금화시키고 이 현금으로 사용망 외부에서 구매행위를 할 수도 있다. 이 일련의 거래는 이익을 창출하기 위한 거래행위가 아니라 근본적으로 일반적 수용성을 지니는 교환매체를 확보하기 위한 목적의 거래이다. 그러므로 이 과정에서 행위자는 상품의 매매에서 가격 차이로 인해 입을 수 있는 가치 손실의 위험성, 거래 소요 시간 등 각종 거래비용을 부담하게 된다. 사이버 머니를 직접 현금과 환전하는 비용(매매가격 스프레드)이 이러한 간접 거래 경로에서 부담해야 하는 비용보다 크다면 사람들은 후자의 방법을 이용할 것이다. 즉, 간접 거래 경로에서 부담하는 거래비용이 사이버 머니 매매가격 스프레드의 상한이 되며, 사이버 머니의 판매가격은 구입가격에서 이 스프레드를 차감하면 얻어지게 될 것이다.¹⁹⁾

간접 거래 경로에서의 가치 손실의 위험성 및 거래비용은 사이버 머니 사용망의 크기와 밀접한 관계를 가질 것이다. 사이버 머니 사용망이 넓을수록 사이버 머니를 현금으로 교환할 필요성 자체가 줄어들고 필요한 거래를 사용망 내에서 해결할 가능성이 높아지기 때문이다. 또한, 사이버 머니 사용망이 넓을수록 가치 손실의 위험성이 낮거나 거래비용이 적게 드는 시장성이 비교적 높은 상품들이 다양하게 사용망 내에 포함되어 있을 가능성이 높아져, 낮은 매매가격 스프레드로 현금화할 수

19) 하나의 예를 들어 보자. 극장에 가서 사이버 머니로 극장표를 산 다음 이 극장표를 다른 사람에게 팔 수 있을 것이다. 사이버 머니는 소정의 교환비율로 현금화되었다. 극장표를 구입한 가격에 팔았다면 매매가격 스프레드는 없다. 그렇지만 이 행위자는 극장에 가고 구입한 극장표를 현금화시키기 위한 시간과 노력이라는 무시 못 할 거래비용을 부담하고 있다. 극장표를 구입한 가격보다 낮게 팔았다면 거래비용 속에 이 극장표 매매가격차도 포함될 것이다. 이 행위자는 이 모든 거래비용을 부담하느니 사이버 환전소에서 매매가격 스프레드를 부담하면서 사이버 머니를 직접 현금과 교환하기를 선택할 것이다. 후자가 경제적으로 더 이익이 된다고 판단한다면.

있게 될 것이기 때문이다. 결론적으로, 사이버 머니의 매매가격 스프레드, 곧 사이버 머니의 시장성은 사이버 머니의 사용망 크기 및 사용망 안에 포함되어 있는 상품 목록에 의해서 결정된다는 것이다. 사이버 머니 사용망이 클수록, 사용망 내에 시장성이 높은 상품들이 많이 포함되어 있을수록 사이버 머니의 시장성 또는 화폐성은 높아질 것이다.

이상의 논의로부터, 앞에서 다루어진 예들과 관련하여 몇 가지 설명과 추측을 할 수 있다. 먼저, 사이버 머니 도토리의 판매가격이 구입가격의 채 50%도 되지 않을 정도로 스프레드가 큰 이유가 설명된다. 그것은 도토리의 사용망 범위가 아직까지는 매우 협소하며 사용망 내에서 취급되는 상품들은 거의 대부분이 범용성이 제한적인 사이버 공간 아이টে들로 한정되어 있기 때문이다. 다음으로, ok캐시백 마일리지 화폐의 시장성이 현재로서는 도토리의 시장성을 훨씬 능가할 것으로 예측된다. 도토리에 비해 ok캐시백의 사용망의 범위가 훨씬 크고 사용망 내의 상품들의 종류가 훨씬 다양하기 때문이다.

중앙은행권이나 사이버 머니나 그 자체의 실물적 가치는 0이거나 0에 가까운 상징 화폐에 불과하다. 그들의 액면 표시 가액은 실물적 가치가 아니라 발행자에 대한 신뢰에 근거를 두고 있다. 중앙은행권은 정부, 사이버 머니는 발행업체에 대한 신뢰에 근거한다. 국가 화폐와 관련된 신뢰성 문제는 국가 주권의 종식과 인플레이션의 문제이며, 사이버 머니와 관련된 신뢰성 문제는 발행업체의 지급불능과 파산의 문제이다. 결론적으로, 사이버 머니와 법화 양자 간의 차이는 첫째로 화폐로서 작용하는 영향력(사용망) 범위의 차이, 둘째로 발행자의 신뢰성의 차이 두 가지에 의해 지배적으로 결정된다고 볼 수 있을 것이다.²⁰⁾

2. 사이버 머니의 화폐적 발전 전망

인정 전자화폐처럼 사이버 머니도 화폐로서 가치저장 및 지급수단 기능을 행하

20) 일반적으로, 한 주권국가 안에서 주권의 종식과 본원통화의 증발에 의한 파괴적 인플레이션의 위험보다는 사이버 머니 발행업체의 파산 및 사이버 머니의 남발 위험이 더 높다고 인식될 것이다. 그렇지만, 세계적인 명성과 규모를 지닌 초국적 기업이 발행하는 사이버 머니의 신뢰성은 소규모이며 정치경제적으로 불안한 주권국가의 화폐의 그것을 능가할 개연성에 대해 생각할 수 있다. Matonis(1995)는 초국적 기업이 발행하는 사이버 머니가 일반적 수용성을 지니는 세계적 화폐로 사용될 수 있는 가능성에 대해 강조하고 있다.

며, 그에 따르는 부동산자금 수익을 누린다. 인정 전자화폐와 달리 사이버 머니는 거기에 더하여 독립적인 가치척도를 지니고 중앙은행권 법화와 병존한다. 사이버 머니 사용망 내에서 각 상품은 사이버 머니의 단위(예를 들어, 포인트)로 표현되며 동시에 각 상품은 법화 단위(예를 들어, 원)로 표시되는 가격을 지니고 있다. 사이버 머니 사용망이 확장될수록 사설 화폐인 사이버 머니와 법화가 경쟁하는 경제활동 공간은 확대된다. 사이버 머니의 사용망 내의 화폐적 경제활동은 법화와 관계없이 이루어지므로, 사이버 머니 사용망 범위에 비례하여 중앙은행의 화폐주조차익은 줄어들고, 통화정책의 영향력은 감소하며 불확실성은 증대하게 될 것이다. 특히, 도토리를 비롯한 사이버 머니는 독자적인 가치척도 또는 화폐 표시 단위를 사용하고 있다는 그 사실 때문에, 중앙은행권 법화가 유일한 가치척도 단위로 사용되고 있는 현행의 단일 통화제도를 일견 위협하고 통화체제를 복수의 경쟁적 체제로 변모시켜 나갈 수 있는 가능성을 안고 있는 것처럼 여겨진다(Matonis, 1995; Jordan and Stevens, 1997).

인정 전자화폐들은 법화의 단위와 동일한 가치척도 단위를 사용하고 있는데, 바로 이 점 및 인정 전자화폐들이 100% 현금 준비를 배경으로 발행된다는 점으로 인해 현행의 인정 전자화폐는 화폐라기보다 본질적으로 지급결제를 용이하게 해주는 전자적 이체 수단에 불과하다. 100% 현금 지급준비 조건이 완화된다고 하더라도 인정 전자화폐는 법화와 경쟁하는 새로운 화폐라기보다는 그것을 보완하는 데 머무른다. 100% 현금 지급준비 조건 완화에 따르는 차이는 인정 전자화폐를 발행하는 신용카드회사 등 비은행금융기관으로 신용화폐의 발행이 확장되는 것 이상이 아니다. 즉, 100% 현금 준비 조건이 완화된 인정 전자화폐가 새롭게 도입된다고 하더라도 그 상황은 복수의 통화가 경쟁하는 자유통화제도라기보다는 중앙은행 본원통화 및 은행 신용화폐 체계로 구성되는 현행 화폐제도와 본질적으로 동일할 뿐이다. 가치척도가 동일한 이상, 은행 신용화폐와 인정 전자화폐는 법화인 중앙은행권에 종속되어 있으며, 그것과 경쟁한다기보다 그것을 보완하는 종속적인 화폐로서 존재하게 될 뿐이다. 따라서 독자적인 가치척도의 채택은 어떤 사설 화폐가 법화에 종속되지 않고 화폐로서 법화와 질적으로 대등한 위상에서 경쟁하기 위한 전제조건이 된다.

Matonis(1995)의 주장에 따르면, 각자의 가치척도를 채택하고 있는 법화와 사이버 머니 양자 모두가 화폐로서의 위상은 질적으로 동일하며, 단지 양자는 교환매체

로서 유통되고 가치척도로서 기능하는 사용망 또는 영향력 범위에서 양적인 차이를 갖는 것에 불과한 것이 된다. 이러한 주장에 비추어 보면, 사이버 머니들의 사용망이 양적으로 팽창하고 발전하게 됨에 따라, 장차 질적으로 대등한 위상에서 법화와 사이버 머니들이 경쟁하는 복수통화제도 또는 자유화폐제도 시대가 도래할 것이라는 논리적 귀결에 도달한다. 그렇지만 기초통화와 경쟁하는 사설 화폐가 기초통화와 상이한 가치척도를 사용하게 되면 그렇지 않을 경우보다 시장상의 저하로 인한 불이익이 생기기 때문에, 이하의 논의는 사이버 머니의 발전으로 장차 경쟁적 복수통화제도의 시기가 도래할 수 있다는 Matonis의 주장과 전망이 성립할 수 없음을 확인시켜줄 것이다.

Hayek는 현대적 거시 경제문제의 중심에 놓여 있는 인플레이션을 화폐적 질병으로 보고, 그 원인이 화폐 독점권을 갖고 있는 정부가 자원에 대한 통제권을 얻기 위해 그 권한을 남용하는 데서 비롯되고 있다고 보았다. Hayek는 은행들이 자유롭게 자신의 화폐를 발행하며 그것의 가치척도를 스스로 자유롭게 결정하고, 그 가치의 지지는 모종의 상품이나 자산들의 조합이 되든 상관없다고 주장한다. 그렇게 되면, 은행들은 자신이 발행한 화폐가 가급적 많은 사람들에게 의해 채택·이용되도록 하기 위해 경쟁을 하게 되며, 그 결과 정부의 화폐 독점에 따르는 폐해가 견제되고 지금의 국가 독점 화폐제도에 비해 화폐의 가치가 더 안정적으로 유지될 수 있는 건전한 화폐제도가 성립할 것이라고 주장하고 있다(Hayek, 1978).

이에 대해, Goodhart(1989)는 만약에 자신의 화폐를 자유롭게 발행하는 자유화폐제도가 운영된다면 그것은 결국 사회적 필요에 의해 지금과 같은 단일 화폐제도로 다시 되돌아오게 되리라고 추측하고 있다. 자유화폐제도 하에서는, 각 은행의 자산에 의해 지지되는 각 사설 화폐의 가치와 그들 간의 상대적 가치 평가는 피할 수 없는데, 이는 거래를 방해한다. 그러한 필요와 위험에서 벗어나 있어 거래에서 의심 없이 수용되며 각 은행 화폐와의 교환 평가(par)의 중심이 될 표준적인 화폐적 존재에 대한 자연스런 사회적 필요가 발생하게 될 것이다. 자유화폐제도는 결국 우리가 역사적으로 이미 경험한 화폐제도로 자연스럽게 진화 변모해갈 것이다. 중앙은행이 공급하는 단일의 기초통화(base money)가 있으며 은행의 예금화폐가 이 기초통화와 태환되는 현행의 화폐제도는 현실적 필요성에 의해 추동된 자연적 진화의 결과라고 Goodhart는 보고 있다(Goodhart, 1989, 44-50). 다시 역사의 수레바퀴를 거꾸로 돌린다면, 수레바퀴는 그렇지 않았더라면 꺾지 않아도 될 불필요한 과

정과 고통을 겪으면서 자신이 이미 지나온 길을 되밟아 지금의 상태로 되돌아오리라는 추측이다.

상품화폐 시대에 다수의 상품들이 교환매체로서 경쟁하던 상황과는 달리, 전자화폐는 이미 중앙은행권이라는 최고의 시장성을 지니고 있는 법화와 경쟁하는 상황에서 자신의 화폐화를 달성해 나가야 한다. 경제적 논리를 따라 전개될 화폐제도의 자연적인 진화는 경로 의존적일 수밖에 없다. 지금 살펴보고 있는 사이버 머니를 비롯하여 중앙은행 법화에 도전하는 어떤 새로운 화폐물에 대해서도 마찬가지이다. 그런데 중앙은행권이 존재하고 있는 자유은행제도 상황에서 경쟁적 민간 은행들은 다음과 같은 이유 때문에 굳이 독자적인 가치척도 단위를 가질 이유가 없다.

민간 은행의 독자적 가치척도의 공정한 평가에 대한 정보를 얻기 위해 사람들은 비용을 부담해야만 한다. 정보의 비대칭성에 따르는 위험이 인식되고 사람들은 이에 대한 보상을 요구할 것이다. 정보의 비대칭성이 낮고 태환의 안전성에 대해 신뢰할수록 사람들이 그 은행권을 즉시 태환하지 않고 수중에 보유하려는 양이 늘어날 것이다. 이는 부동 은행권 크기의 증대를 의미하며 그에 비례하여 발행은행의 부동수익은 늘어나게 된다. 반대로 정보 비대칭 및 태환의 위험이 상당한 수준에 이른다고 판단될 경우, 화폐 보유에 대한 이자 지급 및 결제 서비스 제공 등의 높은 보상 조건에도 불구하고 사람들은 그 은행권의 이용이나 거래를 거부할 수 있을 것이다.²¹⁾ 즉, 사람들이 문제의 은행권의 수령과 보유를 거부하고, 교환매체이며 지급수단으로서 그 은행권은 구축될 수 있다.²²⁾

자유은행제도 하에서 은행권(또는 동일하게, 사설 화폐)의 가치, 또는 White의 표현을 따른다면 화폐의 질은 은행권 태환의 확실성, 은행권 태환의 용이성²³⁾, 은행

21) Stiglitz and Weiss(1981, 1983)의 논의는 은행 대출과 관련하여 정보 열위자인 은행이 정보 우위자인 고객을 할당 배제하는 비대칭 정보 상황을 다루고 있다. 자유은행제도 하에서는 지급수단의 수수료와 관련해서 정보 비대칭 구조가 바뀐다. 은행권 이용자가 정보 열위자가 되고 발행자인 은행이 정보 우위자가 된다. 은행이 자신의 은행권에 대한 이자 지급이라든지 지급결제 서비스를 제공할 때 은행권 이용자는 역선택과 도덕적 해이를 의식하여 해당 은행권의 이용을 줄이거나 거부, 단절할 수 있을 것이다.

22) 사설 화폐가 지배적인 화폐로 등장하기 어려운 이유에 대한 다양한 설명에 대한 개관으로는 Schmitz(2002) 참조.

23) White는 은행권 태환의 용이성 요소로 은행의 지점 설치수 및 위치, 은행 영업시간, 은행 창구직원수, 이용에 대한 홍보 등을 거론하고 있다(White, 1984b, 7). 은행권 태환의 용이성이 높을수록 은행권 태환에 따르는 거래비용이 낮아지며 그에 따라 은행권의 가치가 높아진다

권 보유에 대한 이자 지급 및 서비스의 제공 정도에 의해 영향을 받는다(White, 1984b, 7-8). 은행권 태환의 확실성이란 파산, 유동성 부족, 발행은행의 사기 등의 이유로 발행은행 보유 자산으로의 은행권 태환이 지연되거나 거부되지 않을 확률이다. 은행권 태환의 확실성은 발행은행의 보유자산 대비 은행권 발행량의 비율에 의해 결정적인 영향을 받을 것이다. 은행권의 과다 발행과 그로부터 초래될 은행의 높은 레버리지는 태환의 확실성을 위협하는 가장 중요한 요인이 될 것이다.

은행이 독자적인 가치척도를 사용한다면 자신이 발행한 은행권과 보유자산과의 태환 비율을 결정해놓고 있어야만 할 것이다.²⁴⁾ 그리고 은행의 보유자산 가치는 계속해서 변동하며, 은행은 은행권 발행량을 수시로 변동시킬 수 있다. 은행권의 교환비율은 그 은행권의 태환 확률과 태환의 용이성(또는 거래비용)에 의해서 일차적으로 결정될 것이다. 은행 보유자산의 가치에 대한 평가 및 태환의 확률 평가에는 당연히 불확실성이 따르며 정보 비대칭성의 문제가 중요하게 개입하게 된다. 이 평가에 기반하여 그 다음으로 은행권과 기초통화와의 교환비율이 시장 또는 어떤 제도화된 장치를 통해서 결정될 것인데, 이 과정에서 정확한 교환비율의 설정 또는 결정에 대한 불확실성의 문제가 따르게 될 것이다. 즉, 은행 보유자산의 가치에 대한 평가 및 태환의 확률 평가에 있어서의 불확실성으로부터 기초통화와의 적정 교환비율에 대한 불확실성이 야기되고, 정보 비대칭성 하에서 이는 은행권의 교환비율 평가에 레몬 프리미엄이 적용되면서 정보 우위자인 은행에게 나쁜 방향으로 작용하게 될 것이다. 결국, 기초통화와의 교환비율 결정상의 불확실성으로 인해 은행권의 가치에 대한 불확실성이 증폭되고 은행권의 가치가 하락한다. 그런데 발행은행이 가치척도를 독자적인 단위에서 기초통화의 그것으로 바꾼다면 교환비율 평가에 대한 불확실성의 문제는 사라지게 된다. 은행권의 표시 단위가 기초통화의 그것과 동일하게 되고 교환비율이 1 : 1이라면, 교환비율 평가의 문제는 정의상 존재할 수 없게 되고, 단지 은행권의 가치에 대한 태환 확률의 문제만이 남게 된다. 결론적으로, 독자적 가치척도 단위의 채택은 은행권의 가치와 교환비율 결정과 관련한

고 볼 수 있다.

24) 가치척도의 기준이 되는 기초통화가 존재하고 있는 상황에서 은행 보유자산의 가치는 기초통화 단위로 평가 표현될 것이다. 은행 보유자산의 가치는 동시에 자신의 가치척도 단위로도 표현될 수 있을 것이다. 자신의 가치척도로 함께 표현된 은행 자산과 은행권 간에는 당연히 1 : 1 교환관계가 성립한다. 기초통화의 척도가 아닌 다른 척도들로 표현되는 사설 화폐 교환지급제도에 대한 대표적인 연구로 Black (1970), Fama (1980), Williamson (1999) 등이 있다.

복잡성과 불확실성을 증대시킬 뿐으로서, 은행이 기초통화의 척도를 따르는 순간에 교환비율 평가 불확실성 문제를 피하게 되고, 평가 불확실성이 완화되면서 은행권의 시장성이 향상된다. 결론적으로, 자유 은행은 자신이 발행한 은행권의 독자적 명칭 사용을 포기하는 대가로 그 은행권의 화폐성을 향상시키는 선택을 하게 되리라는 것이다.

자유은행제도 하일지라도 경쟁적 민간 은행은 기초통화와 동일한 가치척도 단위를 채택하는 것이 자신에게 유리하다. 그런데 기초통화로서 중앙은행권과 함께 그와 동일한 가치척도로 표현되는 민간 은행들의 신용화폐가 병존하며 그 신용화폐들의 기초통화로의 대환 불확실성 문제는 오늘날 우리들이 보고 있는 은행 신용화폐제도 자체이다. 지금까지 논의가 중심적 가치척도의 역할을 하는 기초통화의 존재를 전제한 경로 의존적 상황을 전제하고 전개되었는데, 이상의 논의는 Goodhart의 역사의 수레바퀴가 구르는 과정의 중요한 측면과 거기에 적용되는 경제적 논리를 설명하고 있다.

지금까지의 논의에 근거하여 사이버 머니의 화폐성 및 발전 전망에 대해 종합적으로 평가해보자. 도토리 발행업체는 싸이월드에서 인터넷 아이템을 현금을 받고 직접 판매하지 않고 현금을 도토리를 환전하게 한 후 이 도토리를 받고 아이템을 판매한다. 이는 도토리 발행업체에게 두 가지 수익적 영향을 미칠 것이다. 먼저, 이용자는 직접적인 소액 현금 지급이 아니라 현금으로 일정량의 도토리를 충전하고 나서 이 도토리로 아이템을 구입하게 된다. 그에 따라 아이템 구매를 위한 잦은 현금 소액 지급결제의 번거로움이 줄어들면서 아이템 구매가 촉진되고 발행업체의 매출이 확대될 수 있을 것이다. 아울러, 부동산 도토리 스톡으로부터 부동산자금 수익이 발생한다. ok캐시백의 경우에는 업체가 판매 촉진 수단으로 할인을 제공하는데, 할인은 현금이 아니라 사이버 머니인 마일리지로 제공됨으로써 이 발행업체 역시 미사용 마일리지 스톡에 비례하여 부동산자금 수익을 누리게 된다. 이들 사이버 머니의 사용망 확대에 비례하여 부동산자금 수익은 증대할 것이고, 따라서 사이버 머니 발행업자들은 그에 소요될 운영비용과 비교하면서 사이버 머니의 사용망 확대를 추구할 것이다. 사용망 범위의 확대에 비례하여 사이버 머니의 시장성, 화폐성은 높아질 것이다.

사이버 머니의 시장성이 제한적인 상황에서 만약 사이버 머니 발행업체가 사이버 머니를 판매하는 교환비율과 동일한 비율로 현금 간의 태환성을 보장하고 환전이

비용 없이 손쉽게 이루어질 수 있다면, 사람들은 획득한 사이버 머니에 대해 사용 망 내에서 즉시 구매를 행하는 부분을 제외하고는 일반적 수용성이 훨씬 높은 현금으로 환전하여 보유하고자 할 것이다. 그에 따라 사이버 머니의 부동산금 스톡은 현격하게 줄어들고 발행업체의 부동산금 수익은 비례하여 감소하게 될 것이다. 도토리 발행업체나 ok캐시백 발행업자가 도토리나 포인트를 발행·판매하기는 하지만 현재로서는 그것의 현금 태환을 인정하지 않는 이유가 이로부터 명백하다.

앞에서 분석한 것처럼, 현금 태환이 막혀 있는 가운데 시장에서 사이버 머니의 시장성을 반영하여 사이버 머니와 현금간의 교환비율이 형성된다. 발행업체가 사이버 머니의 현금 태환을 인정하지 않는 상황에서 사이버 머니의 독자적인 표기 척도를 버리고 현금과 동일한 가치척도 표현을 사용하는 것은 사이버 머니의 화폐성 제고와는 무관할 것이다. 태환 은행권을 발행하는 은행의 경우 기초통화와 동일한 가치척도 단위를 채택함으로써 은행권과 기초통화와의 교환비율의 불확실성 문제를 원천적으로 제거한다. 그러나 전술된 사이버 머니 발행업체는 태환을 인정하지 않고 있으며, 기초통화와의 시장 교환비율은 단지 사이버 머니의 사용망 크기와 발행업체의 파산 위험을 따라 결정되고 있을 뿐이다. 사이버 머니가 현금과 동일한 가치척도 표현을 사용하게 된다면, 다른 가치를 지니는 대상을 같은 이름으로 부르는데 따르는 혼란과 심리적 불신이 야기될 것이다. 사이버 머니 발행업체는 현금의 가치척도와 동일한 사이버 머니의 가치척도 표기를 선호하고 채택할 이유가 없다.

결론적으로, 사이버 머니 ok캐시백 마일리지와 싸이월드 도토리는 현재로서는 기초통화와 경쟁하는 화폐의 위치에 있다기보다는 발행업체들이 부동산금 수익을 누리기 위한 마케팅 수단으로서의 성격이 지배적이다. 그리고 이들 발행업체가 기초통화와 다른 가치척도를 사용하는 이유는 화폐적 독자성의 추구와는 상관이 없고 마케팅 및 부동산금 수익 목적 추구에 더 부합하기 때문으로 이해되어야 할 것이다. 사이버 머니 (발행업체)가 마케팅 및 부동산금 수익을 목적으로 하는 한 현재로서는 이에 대한 화폐정책적 규제는 불필요할 것이다. 미래 어떤 시점에서 사이버 머니 (발행업체)가 화폐로서의 길을 추구하게 되면, 중심 통화로서 중앙은행권이 존재하고 있는 상황에서 비록 규제가 없다고 하더라도 발행업체 스스로가 자유화폐 제도에서 경쟁적 은행의 길과 같은 경로를 걷게 될 것이다. 사이버 머니 발행업체 (의 사이버 머니 사업부)는 하나의 은행(또는 금융기관)이 되는 것이며 그에 대해 은행(또는 금융기관)에 적용되는 건전성 규제를 비롯해 동일한 규제가 적용될 수 있을

것이다.

V. 요약 및 결론

온라인 활동이 증대되고 온라인 공간과 오프라인 공간과의 중첩이 넓어져 감에 따라 사이버 머니가 가상 현실 공간에서 화폐로서의 역할을 수행하는 시대가 도래할 수 있다. 이 때 사이버 머니의 현실 화폐화는 다중이 사이버 공간에서 사이버 머니를 교환매체로서 사용한 경험을 그 밑바탕으로 하게 될 것이다. 이 같은 기본 시각을 가지고, 본 연구는 싸이월드라는 특정 사이버 공간에서 사용되고 있는 사이버 화폐인 도토리의 사용 경험이 청소년들의 사이버 머니에 대한 화폐로서의 인식에 영향을 미칠 것이라는 가설에 대해 설문조사를 통해 실증적으로 분석하고 있다. 그리고 자유화폐제도 논의와 연관지어, 분석 결과로부터 사이버 머니의 화폐성 및 미래 화폐로서의 발전 전망에 대해 논구하고 있다.

실증적 분석 결과, 사이버 머니 도토리에 대한 화폐 가치 인식 및 미래 화폐로의 발전 가능성에 대한 인식이 아직까지는 부정적이지만, 도토리 사용 경험은 도토리에 대한 화폐적 인식을 더 긍정적으로 만드는 데 유의하게 영향을 미치는 것으로 분명하게 나타나고 있다. 사이버 머니에 대한 화폐적 인식은 결국 그것의 사용망 크기에 비례한다고 볼 수 있는데, 사용망의 크기가 클수록 사이버 머니의 시장성 또는 화폐성은 향상되어 나갈 것이다.

전자 이체 및 전자화폐의 발전과 더불어 복수의 화폐와 복수의 가치척도가 사용되는 화폐제도의 작동에 대한 학문적 관심이 증대되었는데, 논의는 매우 이론적이고 추상성이 높은 수준에서 전개되어 논의의 현실성이 매우 제한적이었다. 다른 한편 새롭게 등장하는 전자화폐가 자신만의 가치척도를 사용하면서 이용이 확대되면 중앙은행권과 경쟁하게 되는 복수통화제도가 현실적으로 도래하게 되리라는 주장도 자유화폐제도를 옹호하는 학자들을 중심으로 제기되었다. 이 연구는 독자적인 가치척도를 사용하고 있는 사이버 머니의 구체적인 사례에 대한 분석을 통하여 이 문제에 접근함으로써, 기존의 논의를 현실적인 차원에서 검토한다는 의의를 지니고 있다. 분석의 결과는 복수의 가치척도가 병용되는 복수의 화폐제도는 성립하기 어렵다는 것이다. 한편, 자유화폐제도와 관련된 기존의 연구들은 새로운 사실 화폐가 만들어져 전 사회 범위에 걸쳐 일시에 공급, 유포, 사용되는 상황을 상정하고 논의

를 전개하고 있다. 이에 비해, 본 연구에서는 사이버 머니라는 사설 화폐의 이용과 사회적 수용은 사이버 머니 발행업체들이 그 이용망 체계를 구축하고 그 범위를 넓혀 나가는 구체적인 노력 과정을 통해 실현되어 나가는 것임을 매우 대조적으로 보여주고 있는데, 기존의 연구들과 비교하여 이런 차이점이 주목될 가치가 있다.

사이버 머니는 기존의 전자화폐와 달리 중앙은행권과 다른 자신의 가치척도를 화폐 단위로 사용하고 있다. 인정 전자화폐들이 교환매체 및 가치저장의 역할에 머무르는 데 반하여 사이버 머니는 가치척도 기능까지 행함으로써 더 완결적인 화폐로서 기능하는 것처럼 보인다. 그렇지만, 기초통화가 존재하고 있는 현행 화폐제도 하에서 사설 화폐 발행자가 독자적인 가치척도 단위를 채택하게 되면, 사설 화폐의 자산 가치 평가에 대한 불확실성에 기초통화와의 교환비용 결정에서의 불확실성이 추가된다. 기초통화와의 교환비용 결정상의 불확실성으로 인해 사설 화폐의 가치에 대한 불확실성이 증폭되고 그 가치가 하락한다. 그런데 화폐발행자가 가치척도를 독자적인 단위에서 기초통화의 그것으로 바꾼다면 교환비용 평가에 대한 불확실성의 문제는 사라지게 된다. 사설 화폐가 기초통화와 동일한 척도를 채택하는 순간에 교환비용 평가 불확실성의 문제를 피하게 되고, 불확실성이 완화되면서 사설 화폐의 시장성이 향상된다. 즉 사설 화폐는 독자적인 가치척도의 사용을 포기하는 대가로 자신의 화폐성을 향상시키는 합리적 선택을 하게 될 것이다. 자유은행제도 하일지라도 경쟁적 화폐발행자들은 기초통화와 동일한 가치척도 단위를 채택하게 되며, 장차 사이버 머니의 사용이 확대된다 하더라도 결과적으로 미래의 화폐제도는 기초통화로서 중앙은행권과 함께 그와 동일한 가치척도로 표현되는 민간 은행을 비롯하여 화폐 발행업체들의 신용화폐가 병존하고 있는 오늘날의 화폐제도와 동일한 모습을 유지하게 되리라는 결론에 이르고 있다.

도토리나 ok캐쉬백 등 사이버 머니들은 독자적인 화폐 단위를 사용하고 있다. 그 이유는 기본적으로 이들 사이버 머니는 현재로서는 기초통화와 경쟁하는 화폐의 위치에 있다기보다는 발행업체들이 부동산금 수익을 누리는 마케팅 수단이기 때문이다. 이들 발행업체의 사이버 머니는 화폐적 목적이 아니라 마케팅 및 부동산금 수익 목적을 위해 독자적 가치척도의 사용을 필요로 하고 있다. 사이버 머니가 기초통화의 가치척도 단위를 따르는 순간에 평가 불확실성의 문제는 사라지지만 부동산금 수익의 획득은 방해받게 된다.

전자화폐의 이용 확산 및 그것이 미래의 화폐로 발전하고 그 결과 복수의 통화가

경쟁하는 자유화폐제도의 시대가 도래할 가능성에 대한 논의가 세계 학계에서는 오래전부터 다루어져 오고 있다. 최근 들어 사이버 머니의 사용이 빠르게 확산되고 있음에도 불구하고 특히 국내에서는 이에 대한 학문적 관심과 연구가 척박한 실정이다. 인터넷 상의 사이버 머니에 대한 연구는 차치하고 그 이용 실태조차도 제대로 파악되고 있지 않은 상황에서, 이 논문은 ‘도토리’를 사례로 하여 사이버 머니의 이용 실태를 보고하고 이론적 분석을 시도하였다. ok캐쉬백 등 사이버 머니에 대한 실태 보고 및 연구가 더욱 활발히 이루어질 필요가 있다.

본 연구에서 설문조사의 대상이 지역적으로는 전남, 연령적으로는 중학생으로 제한되어 이루어졌다. 조사 대상 범위의 확대는 표본의 대표성을 향상시켜줄 것이다. 또한 사이버 머니 도토리뿐 아니라 그보다 시장성이 훨씬 강한 ok캐쉬백에 대해서도 같은 종류의 설문조사를 실시하고 비교 분석해보는 것도 흥미로운 작업이 될 것이다.

■ 참 고 문 헌

1. 박승봉 · 한재민, “e-비즈니스에서 마일리지의 새로운 역할: 사적 전자화폐 관점,” 한국정보시스템 학회, 『정보시스템 연구』, 제13권 제2호, 2004, pp. 119-134.
(Translated in English) Park, Seung-Bong, Jae-Min Han, “The Evolving Role of Mileage in e-Business: Private e-Money Perspective,” *Journal of Information System*, Vol. 13, No. 2, 2004, pp. 119-134.
2. 박태진 · 박영배 · 김종수, “전자화폐의 화폐 · 금융론적 과제,” 한국재무관리학회, 『재무관리논총』, 제8권 제1호, 2002, pp. 253-276.
(Translated in English) Park, Tae-Jin, Young-Bae Park, and Jong-Su Kim, “Some Subjects of Electronic Money in the view of Money and Banking,” *The Korean Journal of Financial Management*, Vol. 8, No. 1, pp. 253-276.
3. 아탈리 자크(2006), 양영란 옮김, 『미래의 물결』, 위즈덤하우스, 2007.
(Translated in English) Attali, Jacques, *Une Breve Historie de L’avenir*, Translation in Korean by Y.R. Yang, Wisdomhouse Co. Ltd., Seoul Korea, 2007.
4. 탁승호, 『전자화폐와 결제시스템』, 더뱅크사, 1996.
(Translated in English) Tak, Seung-Ho, *E-Money and Payment Systems*, The Banker

- Publ., Seoul Korea, 1996.
5. 한국게임산업개발원, 『사이버 공간 경제행위의 특성과 영향에 대한 연구』, 2006.
(Translated in English) Korea Game Development & Promotion Institute, *A Study on the Characteristics and the Effects of Economic Activities on Cyber Spaces*, Seoul Korea, 2006.
6. 한국은행, 『우리나라의 지급결제제도』, 2004.
(Translated in English) Bank of Korea, "The Systems of Payments and Clearings in Korea," 2004.
7. 한국은행, "2006년중 국내 전자화폐의 발급 및 이용 현황," 보도자료, 2007. 2. 1.
(Translated in English) Bank of Korea, "Issues and Uses of E-Money in Korea in the Year 2006," Press Release, Feb. 1. 2007.
8. 한국전산원, 『인터넷 소액 결제 시장 활성화 방안 연구』, 2005.
(Translated in English) National Information Society Agency, *A Study on the Promotion of Small Payments on Internet*, Seoul Korea, 2005.
9. Alter, Adam and Daniel M. Oppenheimer, "Easy on the Mind, Easy on the Wallet: The Roles of Familiarity and Processing in Valuation Judgments," Princeton University, 2008.
10. Bank for International Settlements, *Implications for Central Banks of the Development of Electronic Money*, Basel, 1996.
11. Black, Fisher, "Banking and Interest Rates in a World Without Money: The Effects of Uncontrolled Banking," *Journal of Bank Research*, Vol. 1, Autumn, 1970, pp.9-20.
12. Brunner, K. and A.H. Meltzer, "The Uses of Money: Money in the Theory of an Exchange Economy," *American Economic Review*, Vol. 61, 1971, pp.784-805.
13. Committee on Payment and Settlement Systems of the Central Banks of the Group of Ten Countries, *Survey of Electronic Money Developments*, Bank for International Settlements, 2001.
14. Committee on Payment and Settlement Systems of the Central Banks of the Group of Ten Countries, *Survey of Developments of Electronic Money and Internet and Mobile Payments*, Bank for International Settlements, 2004.
15. Dorn, James A. ed., *The Future of Money in the Information Age*, Cato Institute, 1997.
16. Fama, E., "Banking in a Theory of Finance," *Journal of Monetary Economics*, Vol. 6, 1980, pp.39-57.
17. Flannery, Mark J. and Dwight M. Jaffee, *Economic Implications of an Electronic Monetary Transfer System*, Lexington Books, 1973.
18. Goodhart, C.A.E., *Money, Information and Uncertainty*, 2nd ed., The MIT Press, 1989.
19. Guttmann, Robert, *Cybercash, the Coming Era of Electronic Money*, Palgrave MacMillan, 2003.
20. Hayek, F.A., *Denationalization of Money, The Argument Refined*, 2nd ed., The Institute of Economic Affairs, 1978.
21. Hicks, John, *Critical Essays in Monetary Theory*, Oxford University Press, 1967.

22. Jevons, W. Stanley, *Money and the Mechanism of Exchange*, Kegan Paul, Trench Trübner & Co. Ltd, 1910.
23. Jones, R., "The Origin and Development of Media of Exchange," *Journal of Political Economy*, Vol. 84, 1976, pp.757-775.
24. Jordan, Jerry L. and Edward J. Stevens, "Money in the 21st Century," in Dorn, James A. ed., *The Future of Money in the Information Age*, Cato Institute, 1997.
25. Kabelac, Gabriel, "Cyber Money as a Medium of Exchange," Discussion Paper, No. 5/99, Economic Research Group of the Deutsche Bundesbank, 1999.
26. Klein, Benjamin, "The Competitive Supply of Money," *Journal of Money, Credit and Banking*, Vol. 6, No. 4, 1974, pp.423-453.
27. Matonis, Jon W., "Digital Cash & Monetary Freedom," in <http://www.isoc.org/HMP/PAPER/136/html/paper.html>, 1995.
28. Menger, Karl, "On the Origin of Money," *Economic Journal*, Vol. 2, Issue 6, 1892, pp.239-255.
29. Oh, Seonghwan, "A Theory of Generally Acceptable Medium of Exchange and Barter," *Journal of Monetary Economics*, Vol. 23, 1989, pp.101-119.
30. Schmitz, Stefan W., "The Institutional Character of Electronic Money Schemes: Redeemability and the Unit of Account," in Latzer, Michael and Stefan W. Schmitz eds., *Carl Menger and the Evolution of Payments Systems*, Edward Elgar Publishing Limited, 2002.
31. Selgin, George A. and Lawrence H. White, "Mengerian Perspectives on the Future of Money," in Latzer, Michael and Stefan W. Schmitz eds., *Carl Menger and the Evolution of Payments Systems*, Edward Elgar Publishing Limited, 2002.
32. Stiglitz, Joseph E. and Andrew Weiss, "Credit Rationing in Markets with Imperfect Information," *American Economic Review*, Vol. 71, No. 3, 1981, pp.333-421.
33. Stiglitz, Joseph E. and Andrew Weiss, "Incentive Effects of Terminations: Applications to the Credit and Labor Markets," *American Economic Review*, Vol. 73, No. 5, 1983, pp.912-927.
34. White, Lawrence H., "Competitive Payments Systems and the Unit of Account," *American Economic Review*, Vol. 74, No. 4, 1984a, pp.699-712.
35. White, Lawrence H., *Free Banking in Britain, Theory, Experience and Debate*, 1984b, pp.1800-1845, Cambridge University Press.
36. Williamson, Stephen, D., "Private Money," *Journal of Money, Credit and Banking*, Vol. 31, No. 3, 1999, pp.469-491.

Moneyiness of the Cyber Money 'Dotori' and a Perspective on Its Monetary Development

Yun-Ho Lee*

Abstract

This paper analyses empirically whether the experience of using the cyber money 'Dotori' may have an effect on the positive awareness of its moneyiness, and argues the theoretical implications of the analysis in the perspective on a cyber money's development to a future money. The moneyiness of Dotori is for now recognized significantly negatively. It is also found, however, that the more a group of people uses Dotori, the more it recognizes Dotori as a cash and the possibility of this cyber money evolving into a next generation currency. Provided the unit of account of a cyber money follows the same of a base money, the uncertainty of measuring its par value may vanish and the institutional foundation of obtaining interest of floating money consequently be abated. It results that the monetary system in the future may have the same frame as today, where the base money of a central bank and its unit of account is dominantly used. As for now, cyber money should be rather regarded as a marketing tool which helps the issuer obtain floating earnings than as a money competing with a base money. Cyber money uses its own unit of account but for obtaining interest of floating money not for enhancing its moneyiness.

Key Words: electronic money, cyber money, monetary system

* Professor, Department of Social Studies, Sunchon National University, Jungang-ro, Sunchon, Chonnam 540-742, Korea, Phone: +82-61-750-3336, e-mail: yunholee@sunchon.ac.kr