아시아리뷰 제13권 제3호(통권 29호), 2023: 231~269 https://doi.org/10.24987/SNUACAR.2023.12.13.3.231

지역적 현상으로서의 플랫폼 노동: 중국 배달 플랫폼 "메이퇀와이마이(美团外卖)" 사례를 중심으로*

김현정** 서울대학교 국제대학원 박사수료
임굉건*** 서울대학교 국제대학원 박사과정

본 논문은 중국 배달 플랫폼 메이퇀와이마이의 사례 분석을 통해, 플랫폼 노동의 지역적 양상과 의미, 경험에 대해 논한다. 구체적으로, 플랫폼 노동이 전통적인 고용 노동자들의 보다 자유롭게 일하고 싶다는 기대에 부응할 방안으로 등장하였다는 점에 주목하여, 중국 사회에서 과연 플랫폼 노동이 확장된 자유를 보장하는지와 그에 따라 노동자들은 어떤 비용과 역경을 감내해야 하는지를 살펴보고자 했다. 중국 사회에 대한 조사 결과, 플랫폼 노동의 등장으로 말미암아 기존 고용 노동자들에게 상대적으로 자유로운 유형의 일자리 선택지가 새롭게 생겨났고, 빈곤 가정의 수가 현저히 감소한 동시에 사회적 취약 계층의 노동시장 진입이 예전보다 늘어났음을 확인할 수 있었다. 다른 한편, 여타 지역처럼 중국에서도 노동의 플랫폼화는 알고리즘을 수단 삼아 노동 과정 전반에 감시를 심화시켰을 뿐만 아니라, 노동자들이 노조를 결성하기 어려운 상황을 초래하는 등 부정적인 사회 문제도 함께 야기하고 있음이 관찰되었다. 나아가, 본 논문은 중국의 플랫폼 기업이 단순히 경제적인 기능만을 담당하는 집단이 아닌, 정치적 · 사회적 조직으로도 역할하고 있음을 자세히 보인다. 메이퇀와이마이는 중국 정부에서 모범으로 설정한 사회 공익적 가치를 배달앱 노동자들에게 학습시킨다는 점에서 정치적 조직, 그리고 노동자들에게 최소한의 사회적 권리를 보장하거나 더 나은 직업군으로의 이행을 위한 교육 및 훈련의 기회를 제공한다는 점에서 사회적 조직으로 폭넓게 기능하고 있다. 이처럼 플랫폼 노동이 각 사회의 특수한 구조적 · 상황적 맥락 속에서 구체적인 양상으로 현실화된다는 점에 본 논문은 주목하며, 플랫폼 노동을 지역적 현상으로 접근 · 이해해야 마땅하다고 주장한다.

주제어 플랫폼 노동, 배달기사, 자유로운 노동, 노동자의 종속성, 노동관계

* 본 논문은 한국연구재단의 4단계 두뇌한국21사업 서울대학교 국제대학원 「신국가전략을 위한 다학제적 국제지역·개발 전문인력 양성 사업단」의 지원을 받아 수행된 연구임.
이 논문에 유익한 논평을 해 주신 익명의 심사위원들께 감사드린다.
** 주저자, hjkimaa@snu.ac.kr
*** 교신저자, linhj7@snu.ac.kr

I. 서론

플랫폼 노동으로의 전환은 동시대 전 지구적인 현상으로, 지금 우리는 생산 방식, 노동자의 의미, 그리고 노동의 양상·형태에 있어서의 전면적인 변화를 경험하고 있다. 플랫폼 노동의 등장은 자율성의 제고, 사무실로부터의 해방, 새롭고 획기적인 노동 방식이라는 수식어로 찬양되는 동시에, 노동의 초상품화, 불안정성의 증가, 거대 플랫폼 앞의 무력한 노동자라는 디스토피아적 서사들로 맹렬히 비판되고 있다. 플랫폼 노동이 출현한 배경에는 청년들이 자유로운 업무 환경에서 유연하게 일하고 싶다는 수요가 가히 폭발적으로 증가한, 시대적 변화가 자리하고 있다. 인류 역사에서 지속되어 온 기나긴 착취의 사슬에서 벗어나 마침내 자유롭게 노동할 수 있으리라는 희망과 환상을 품게 한 '플랫폼 노동'의 등장은 노동자들 전반, 특히 청년들에게 크게 환영받았다.

기존 문헌은 플랫폼 노동이 제공할 수 있는 자율성에 열광하는 청년들의 수요에 주목하기보다는, 오히려 플랫폼 노동이 초래할 수 있는 사회적인 문제들에 초점을 맞춰 왔다. 세계의 수많은 학자들은 플랫폼 노동자의 모호한 법적 지위로 인해, 최저임금제, 사회안전법, 노동조합법 등 전통적인 임금노동자에게 주어지는 권리의 보장이 약화되고 있다고 한목소리로 지적했다(이승윤 외, 2020; 장지연 외, 2020; Graham et al., 2017; Kennedy, 2017; Vallas, 2019). 또한, 일부 고숙련 노동자를 제외한 노동자들 다수가, 상대적으로 낮은 서비스 수수료(김준영 외, 2018; Fabo et al., 2017), 일감의 불안정성(김준영 외, 2018; Dubal, 2017; Fabo et al., 2017), 노동자 개인의 높은 위험 부담(방강수, 2020; Schor et al., 2020), 알고리즘 및 평점, 리뷰에 의한 통제(Calo and Rosenblat, 2017; Rosenblat and Stark, 2016; Wood et al., 2019), 노조 조직화의 어려움(박성국, 2021; 한인상·신동윤, 2019), 그리고 숙련 노동자로 경력을 쌓아 갈 기회의 결여(Graham et al., 2017)를 감당해야 한다는 어두운 현실이 논의됐다.

플랫폼 노동이 그동안의 조직화된 노동의 형태를 붕괴시킴으로써, 사회적 연대와 노동자를 보호하는 울타리를 파괴하고 있다는 우려의 목소리가 꾸준히 이어져 왔다. 그러나 플랫폼 노동의 한계를 지적하는 기존 담론의 문제점은, 노동자들의 자율성에 대한 높은 수요가 플랫폼 노동이 등장할 수 있는 계기를 마련했다는 사실에는 전혀 주목하지 않는다는 것이다. 플랫폼 노동이 과연 청년들

에게 전통적인 직장 환경에서 벗어날 수 있는 탈출구를 제공하는지(그렇지 않으면, 플랫폼 공간은 더 강도 높은 노동의 수행을 강요하는 또 하나의 파놉티콘에 불과한지)를 따져보기 위해, 본 논문은 각 지역의 개별적 맥락 속에 배태된 플랫폼 노동의 양상을 반드시 들여다볼 필요가 있다고 주장한다. 이러한 맥락에서 본고의 주요 목적은 중국이라는 특정 지역에서 플랫폼 노동이 인식 및 실천되는 방식을 자세히 살피는 데 있다.

플랫폼 노동으로의 대규모 전환이 전 세계적으로 전개되면서, 현재 중국의 노동 시장 역시 전면적인 디지털화·플랫폼화를 겪고 있다. 2023년 발표된 중국의 디지털 경제에 관한 연구자료에 따르면, 2021년 기준 온라인 플랫폼에 종사하는 노동자는 약 2억 4,000만 명에 육박하며, 플랫폼 기업은 약 27%의 생산인구에 취업 기회를 제공하고 있다(央视新闻网, 2023). 최근 중국 사회에서는 플랫폼 배달 노동자들을 중심으로, 유연한 고용 형태에 속한 노동자들이 급증하고 있다. 중국의 온라인 음식 배달 시장은 2009년쯤 형성되어 2015년부터 급속히 성장하기 시작했는데, 2021년 기준 배달 노동자는 약 1,300만 명에 달했고 전체 온라인 플랫폼 노동 인구의 5.4%를 차지했다(新浪财经, 2022). 배달 노동자들은 대형 플랫폼 기업에서 일감을 받아 소비자에게 단순노무·서비스를 제공하는데, 중국에서는 2022년 기준 배달시장의 70%를 점유하고 있는 메이퇀와이마이(美团外卖)가 배달 노동자들이 일하는 가장 대표적인 플랫폼 기업으로 잘 알려져 있다. 본 논문은 메이퇀와이마이의 사례 분석을 통해, 중국 내 플랫폼 노동의 지역적 양상을 세밀히 묘사해 보고자 한다.

본 논문은 우선 II장에서 플랫폼 노동과 노동의 플랫폼화 현상에 관한 주요 담론/이론을 문헌조사 방법으로 살펴본 다음, III장에서 정부 문서 및 정책 자료를 검토해 중국의 플랫폼 노동 관련 정책과 법제화 동향을 탐색한다. IV장은 메이퇀와이마이에서 플랫폼 노동이 실천되는 양상과 구체적인 노동 환경 및 조건을 비롯해, 배달기사들의 노무 수행 경험에 대해 자세히 논한다. 특히 플랫폼 노동자들이 접속하는 온라인 커뮤니티 게시판의 글들을 연구자가 직접 읽고, 노동자들의 실제 목소리를 담아 보고자 노력하였다. 마지막 V장에서는 메이퇀와이마이에서 발견되는 중국 플랫폼 노동의 지역적 특수성을 면밀히 살피고자 한다.

II. 플랫폼 노동과 노동의 플랫폼화

플랫폼은 '재화와 서비스가 교환되는 구조화된 디지털 공간'으로(정수남, 2020), 다양한 개인과 집단을 매개하는 인프라를 제공함으로써 수요에 맞는 공급을 적시에 생산한다는 데에 그 존재 가치가 있다. 플랫폼 경제에서 노동자는 '내가 원할 때 일할 수 있다'고 인식하게 되는데, 그 인식이 만들어지는 과정에서 노동자들은 점점 새롭게 "노동"의 의미와 범주, 개념을 이해하고 정의하게 된다. 플랫폼은 말 그대로 '느슨하게' 노동자와 관계를 유지하며 노동자와 고객의 계약(contract)을 보이지 않는 곳에서 그저 중개할 뿐이기 때문에, 플랫폼 경제에서 고용관계와 노동의 의미, 노동자의 정체성은 새로운 방식으로 개념화된다. 쉽게 말해, 플랫폼 노동은 디지털 네트워크를 통해 중개되는 노동을 뜻한다. 그러나 이는 매우 추상적이고 광범위한 정의에 불과하며 플랫폼 노동이라는 큰 범주 안에는 여러 이질적인 노동의 형태/종류들이 포함되는 까닭에(남재욱, 2021), 유형별·플랫폼별 노동의 특징은 개별적으로 설명될 수밖에 없다.[1] 아직 플랫폼 노동에 대한 정확한 개념화가 이뤄지지 않은 상황이지만, 적어도 디지털 플랫폼에서 "새로운 중개 방식으로 노무가 제공된다"는 점에 대해서만큼은 충분한 합의가 이뤄졌다고 말할 수 있다(김주호, 2021).

'플랫폼 노동'이라는 개념에서 핵심적인 지점은 디지털 플랫폼이 고객/소비자와 노무 제공자를 매칭하는 역할을 담당함으로써, 노동이 거래되고 제공되는 과정 전체를 관리한다는 것이다. 플랫폼은 소비자가 지불한 금액에서 지대(rent)를 뗀 나머지 액수를 노무 제공자에게 지급하며, 알고리즘을 기반으로 노동자에게 업무를 배분하거나 성과에 대해 평가하는 식으로 보이지 않는 통제를 행사한다(Haider and Keune, 2021). 여기서 노동은 주문형 서비스(on-demand service)로 이해될 수 있는데, 플랫폼 경제에서 노동자는 자칫 '부르면 가야' 하는 처지로 전락해 버릴 위험에 처하기도 한다(Chesta et al., 2019). 플랫폼에서의 명령과 결정은 노동

[1] 플랫폼 노동을 범주화하는 기준에는 온라인(웹 기반) 또는 오프라인(지역 기반)에서 업무가 수행되는지의 여부, 일감의 특징, 일감 매칭의 방식, 일감 선택의 주체, 일감이 분배되는 방식, 과업의 규모, 노동 통제의 방식 등이 포함된다(김주호, 2021; 조임영, 2021; Hidar and Keune, 2021).

자를 고려하지 않으며, '알고리즘'이라는 연막은 플랫폼과 노동자 간의 비대칭적 권력관계를 숨길 수 있다. 기계적 노예화와 사회경제적 격차의 확대를 플랫폼 경제에서의 노동력 착취의 민낯으로 묘사하는 연구자들(예를 들어, 백승호 2018; Hoang et al. 2020)은 거대한 플랫폼 자본 권력 아래 노동자의 종속성이 점차 걷잡을 수 없이 팽창하게 될 것이라고 예측한다.

노동의 과학적 관리가 디지털 파놉티콘의 이미지로 그려지면서, 최근 알고리즘에 의한 디지털 통제와 이용자 평가에 따른 극심한 감정노동 등 플랫폼 노동의 부정적인 단면들이 연구자들에 의해 적극적으로 논의되고 있다. 노동의 플랫폼화는 복잡한 업무를 자잘한 파편으로 쪼개어, 그 업무에 대한 수행을 측정하고 성과를 보상하는 '디지털 테일러리즘'의 결정체로 설명되고 있다(황덕순 외, 2016). 플랫폼에서 노동자는 인격체가 아닌, 그저 상품 또는 노무 제공 기계에 지나지 않는다는 인상을 지우기 어려운데, 이러한 노동의 상품화(commodification of labor)에 의해 노동자들의 존재가 파편화되는 것이라고 여러 연구자들은 격렬히 비판해 왔다. 그러나 역설적으로, 이 같은 노동의 신-상품화(NEO-commodification), 기술과 결합한 노동의 상품화(technology-driven commodification of labor)와 노동의 (재)상품화가 이루어진 덕분에(Marčeta, 2021), 플랫폼 경제는 노동의 가치를 이제까지보다 더 '효율적'으로 활용할 수 있게 되었고, 바로 이 지점으로부터 새로운 경제적 이윤이 창출되고 있다.

플랫폼 자본주의 체제하에서 노동이 더욱 작은 단위로 쪼개져 거래되기 시작하면서, 노동·고용관계는 완전히 다른 의미로 재조직되는 동시에 새로운 개념으로 이해되고 있다.[2] 플랫폼 노동은 사실상 고용관계가 부재한 채로 조직되는 노동으로, 플랫폼 노동자는 근로계약을 맺지 않고 초단기적 업무 위탁의 형태로 노동을 제공하며 임금이 아닌 수수료를 받는다(김주호, 2021에서 재인용). 플랫폼

[2] 본 연구가 주목하는 배달 플랫폼 노동은 전형적인 로그드 노동의 형태를 띠고 있는데, 채석진(2021)의 표현대로 '조각으로 쪼개지고, 기록되'는 노동이다. 배달 플랫폼 노동은 소비자 개인을 위한 맞춤형 음식 구매 및 배달(private food buying and delivering) 서비스로, 배달 자체는 전혀 새로운 것은 아니지만 배달 노동이 조직되는 방식이 달라졌음에 주목해야 한다. 배달 플랫폼 노동은 개별 고객, 즉 소비자가 단일 주문(single order)한 것에 대해서만 노동자를 고용한다는 점에서 과거의 방식과는 확연히 다르다.

노동과 관련된 부정적인 측면들, 이를테면 단기 노동, 높은 위험성과 불안정성은, 플랫폼 노동이 다른 비교적 안정적인 직업에 비해 보다 높은 수익(high yield nature)을 제공하리라는 점을 짐작케 한다(Marčeta, 2021에서 재인용). 그러나 그 이면의 현실은, 노동자들이 생산수단을 직접 소유하고 있지도 않은 데다가, 그들에게 생계의 대안으로 삼을 선택지가 따로 없다는 것이다. 그러므로 플랫폼 기업이 마치 '창고에 쌓아 둔' 노동을 필요할 때마다 '꺼내 쓸' 수 있게 된 대신, 일회성 일감을 수행하는 플랫폼 노동자들의 대다수는 고용과 실업 사이에 어정쩡하게 놓여진 채로 안정적인 소득을 보장받지 못하고 있다. 이렇듯, 플랫폼 노동의 부작용과 한계에 대한 지적이 기존 문헌의 핵심 담론을 이루고 있다.

그러나 플랫폼 노동에 대한 폭발적인 수요 증가의 배경에는, 전통적 형태의 직장에서의 과도한 억압과 그로부터 해방되고자 하는 노동자들의 간절한 희망이 있었음을, 다시 떠올릴 필요가 있다. '플랫폼 노동' 담론은 단순히 플랫폼 노동이 지닌 한계들만을 부각하는 차원을 넘어, 새로운 노동 형태의 출현을 계기삼아 전통적인 노동방식에 깊이 내재된 비인간성을 극복할 방안들을 논의하는 차원으로 나아가야만 한다. 노동자의 시각에서 플랫폼 노동의 이점을 조명한 최근 연구들은 확장된 의미의 노동 및 미래지향적인 노동의 모습에 대해 진지하게 사색할 기회를 제공해 주고 있다. 예를 들면, 중국 배달앱 노동자 500여 명을 대상으로 설문조사를 수행한 우 외(Wu et al., 2022)에 따르면, 노동자들은 자율성이 직업적 만족에 긍정적인 영향을 준다고 응답했으며, 실제로 이 같은 자율성에 대한 만족감은 세계 각지의 플랫폼 노동자들 전반 사이에서 공통적으로 나타나고 있다(Wood et al., 2019, Zheng and Wu, 2022). 이러한 자율성 증진을 향한 욕구는 전통적인 직장에서 "모든 일을 기계식으로", "쳇바퀴 돌듯이 일하"며 "내가 사라지는" 과정의 끝에서, 자신의 가치를 회복하기 위한 발버둥으로 이해될 수 있다(하은솔 외, 2023). 플랫폼 노동이 혼자 일하며 "살아 있다는 감각을 되찾는" 대안적 선택으로 인식되고 있다는 사실에서, 전통적인 직장 공간 내 노동자들에게 그동안 가해진 착취와 통제의 심각성에 대하여 우리 사회가 한 번쯤 되짚어 보고 반성할 필요가 있음을 절감할 수 있다.

본 연구는 각 지역, 국가 및 플랫폼마다 노동이 조직화되는 양상이 다르다는 시각에서, 새로운 디지털 환경 속 노동이 재현되는 개별적 맥락을 자세히 파

악하고 플랫폼 노동의 실천 양상과 의미를 탐색하는 데에 그 목적이 있다. 특히 중국의 지역적 맥락과 메이퇀와이마이라는 개별 플랫폼 공간 속에서 노동이 조직되는 방식을 주목하는 본고는 플랫폼 노동 관련 담론을 비-서구화(de-westernizing)하는 연구들과 그 궤를 같이한다(예를 들면, Davis and Xiao, 2021; Steinberg and Li, 2017). 중국에서의 플랫폼 노동의 지역적 양상을 분석하는 작업은 다음의 세 가지 측면에서 중요한 의미가 있다. 첫째, 중국에서는 자국 개발 플랫폼이 이용되며 플랫폼 기업은 국가와 긴밀한 관계를 맺고 있기 때문에(Davis and Xiao, 2021: 107), 중국의 플랫폼 노동이 사회 전반에서 이해되고 국가에 의해 관리되는 방식은 다른 지역과 매우 다르다(중국 플랫폼 노동 관련 법제화 동향을 III장에서 다룬다). 둘째, 메이퇀 배달기사의 노동 환경과 조건은 이제까지 중국 노동자들이 처해 있었던 사회경제적 상황 및 노동 현장에서의 현실과 대비해서 살펴봐야 하며, 그래야만 플랫폼 노동이 중국의 노동자들과 사회 전반에 미치는 긍정적/부정적 영향을 구체적으로 검토할 수 있다(메이퇀 애플리케이션 공간에서 플랫폼 노동자가 마주하는 노동 환경과 조건을 IV장에서 구체적으로 살펴본다). 셋째, 메이퇀 배달 애플리케이션에서 행해지는 플랫폼 노동은 중국의 지역적 특수성을 선명히 드러내는데, 특히 플랫폼 노동자들 다수가 전통적인 노동 현장에서의 강압적인 현실로부터 탈출한 농민공 청년들이라는 점과, 플랫폼 기업이 경제적·사회적·정치적 기능을 모두 수행하는 종합 조직이라는 점은 중국 지역에서 나타나는 특수한 지점들이다(V장에서는 중국 플랫폼 노동의 특수성을 집중적으로 설명한다).

이하에서는 문헌조사와 온라인 에스노그라피(online ethnography)의 방법으로, 중국 플랫폼 노동의 지역적 실천, 양상과 의미를 분석해 보고자 한다. 먼저 사회학, 노동 및 플랫폼 연구 등 여러 분야에서 진행된 메이퇀와이마이 관련 1차 및 2차 자료를 수집하여, 법적·제도적 측면에 집중한 플랫폼 산업 현황에 대해 서술할 것이다. 그다음, 온라인 에스노그래피의 방법으로 플랫폼 노동자들 사이의 교류가 활발히 이뤄지고 있는 인터넷 공간을 탐색해, 이 산업에 종사하고 있는 노동자들의 모습과 이들이 플랫폼을 바라보는 시각을 자세히 들여다보고자 한다. 연구자가 2023년 4월부터 5월까지 배달기사들이 주문을 수주받는 "메이퇀 쭝바오(美团众包)"애플리케이션에 가입해, 애플리케이션 내 "커뮤니티(社区)" 게시판에 올라온 공개 게시물을 읽고 댓글과 반응을 살폈다. 약 두 달 동안 323개의

포스트를 수집하였고 커뮤니티 사용자들의 '좋아요' 수를 가장 많이 받은 텍스트를 중점적으로 분석했다. 이러한 포스트의 범주에는 각각 "배달료", "유지비", "대출", "빚", "농민공"과 "직업훈련" 등이 포함됐다. 또한, 동일 애플리케이션에 게재된 메이퇀 와이마이의 공식 게시물을 기반으로, 플랫폼 노동자들이 처한 어려움을 해결하려는 플랫폼 기업의 대응 방식을 중국의 특수한 사회적·역사적 맥락 안에서 이해해 보고자 했다(이와 관련, IV장과 V장을 참고하라).

III. 중국에서의 플랫폼 노동 동향 및 법제화 현황

중국의 플랫폼 경제가 급속히 발전하면서 플랫폼 노동이라는 '새로운 취업형태(新就业形态)'가 중국 사회에서 주목받고 있다. 2021년 중국 공유경제 발전보고서(中国共享经济发展报告)에 따르면, 2020년 기준 중국 플랫폼 경제에는 참여 행위자가 약 8억 3,000만 명에 이르고 그중에서 플랫폼 산업에 종사하는 서비스 제공자와 사무직 종사자는 각각 8,400만 명, 631만 명에 달한다(第一财经, 2021). 중국의 배달 플랫폼 시장은 지속적으로 발전하고 있는데, 2021년 12월 기준 배달 플랫폼 사용자는 5억 4,416만 명, 배달 플랫폼 사용률은 52.7%로 조사됐다(共研网, 2023). 배달 산업 분야의 주요 플랫폼으로는 메이퇀와이마이(美团外卖), 어러머(饿了么)와 바이두와이마이(百度外卖)가 있는데, 이들 기업의 점유율은 2020년 기준으로 무려 99%에 달한다.[3] 이 중 압도적인 비중(96%)을 차지하는 두 기업인 메이퇀과 어러머를 중심으로 중국 배달 플랫폼 산업 내 노동자들의 노무 서비스 제공 관행이 만들어지고 있다. 다만 기업 규모 및 시장 점유율 상의 차이로 인해, 이 두 기업에서 종사 중인 노동자 수는 크게 차이 난다. 메이퇀와이마이는 매일 플랫폼에 접속하는 노동자가 2021년 기준 약 527만 명에 달하지만 어러머는 약 114만 명 수준에 머물러 있다(深眸财经, 2023).

이러한 신(新) 취업형태, 즉 플랫폼 노동의 출현이 안정적인 취업률 및 평균

[3] 이 중, 메이퇀와이마이는 69%, 어러머는 26%, 바이두와이마이는 4%의 점유율을 차지하고 있다(共研网, 2023).

소득의 증가로 이어질 것이라는 기대감이 최근 중국 사회 내 고무되고 있다. 중국 공산당 제18기 오중전회 공식 문서에서는 '더욱 적극적으로 취업 정책을 실시하고 창업을 지원하여 자유롭게 취업하는 신취업형태에 대한 지원을 늘려야 한다'[4]고 정부의 입장을 확실히 밝히고 있다. 이를 통해, 중국 정부가 새로운 취업 형태의 등장을 긍정적으로 바라보고 있으며, 특히 플랫폼 경제의 등장이 새로운 직업의 창출 및 일자리 공급, 노동자 소득의 증가로 이어지리라 기대하고 있다는 점을 확인할 수 있다. 이처럼 새로운 취업 형태의 등장은 중국 노동 시장에 전면적인 변화를 일으키고 있으며, 사회 구성원들 다수가 자체고용노동자(自雇劳动者)로 일할 수 있게 됨에 따라, 앞으로 자신의 관심, 역량과 성향에 맞춰 예전보다 자유롭게 노동할 수 있을 것이라는 희망적인 미래 전망이 중국 사회 내 확산되고 있다.

그러나 이 같은 자율성 측면에서의 낙관적인 전망과는 다르게, 노동 권리 관련 측면에서는 플랫폼 노동이라는 새로운 고용 형태가 출현하자 예기치 못한 도전들이 발생했다. 그 도전들은 대체로 플랫폼 기업과 노동자 간의 노동관계가 명확하지 않다는 점에서 비롯된 결과들이다. 이에, 표 1을 통해 중국의 플랫폼 노동 관련 법률과 정부 정책들을 살펴보고자 한다.

표 1의 노동법 및 지도의견에서 확인할 수 있듯, 플랫폼 노동자와 플랫폼 기업 사이의 관계를 노무관계 혹은 노동관계로 봐야 하는지에 대한 시각 차이가 존재한다.[5] 게다가 노동관계의 유무를 이분법적으로 구분하는 방식으로 노동자에 대한 범주/정의가 지나치게 단순히 법적으로 규정되는 까닭에, 현재 중국의 플랫폼 노동자들은 이도저도 아닌 '회색지대' 상태에 놓여 있다. 이와 관련하여, 최근 중국인 연구자들은 플랫폼 노동자와 기업 사이에 실제 사법적인 문제가 생겼을 경우, 기존에 논의된 두 가지 방식(즉 추정 규칙(推定规则)과 입증책임전

4 원문은 다음과 같다. "要促进就业创业, 坚持就业优先战略, 实施更加积极的就业政策, 完善创业扶持政策, 加大对灵活就业、新就业形态的支持力度, 提高技术工人待遇。"(中国共产党新闻网, 2015).

5 다만, 이처럼 하청업체를 통한 우회적인 고용 방식은 2008년 노동자법 강화 및 금융위기로 인한 기업 수익성의 하락 이후 점차 늘어난 현상으로서, 플랫폼 노동 시장에서만 국한적으로 발견되는 문제는 아니다(澎湃新闻, 2022).

표 1 중국의 플랫폼 관련 법률과 지도의견

시행연도	법률 및 지도의견의 명칭	주요 내용
1999	"중화인민공화국 민법전(中华人民共和国民法典)" (관련 법률은 1999년에 처음 제정되었고, 2021년 민법전으로 통합됨)	노무관계(劳务关系)의 정의: 노동자와 '노동' 사용자(用工者) 사이의 구두 및 서면으로 된 계약에 근거해, 노동자에게 노동의 보수를 지급하는 법적 관계[6]
2008	"중화인민공화국 근로계약법(中华人民共和国劳动合同法)"	1) 노동자의 권리 보장 2) 노동관계 설립의 조건 제시: ① 서면으로 작성된 노동계약(劳动关系)에 근거함 ② 노동자의 노동력이 사업체의 주요 수입원이어야 함[7]
2019	"플랫폼 경제의 규범적이고 건강한 발전의 촉진에 관한 지도의견(国务院办公厅关于促进平台经济规范健康发展的指导意见)"	1) 플랫폼 기업의 시장 진입 조건 최적화 2) 플랫폼 기업의 감독·관리 방식 혁신 3) 플랫폼 산업 내 새로운 업종 개발 4) 플랫폼 경제의 발전을 위한 환경 개선 5) 플랫폼 경제에의 참여 행위자들의 합법적 권익을 보호
2021	"신취업형태 노동자의 노동자 권익보장을 수호하기 위한 지도의견"	1) 노동관계 성립 조건에 부합할 경우, 기업은 노동자와 노동 계약을 체결 2) 노동관계 성립은 인정되지 않지만 노동자에 대한 관리를 진행할 경우, 서면 협의서 작성 3) 외주 등의 기타 고용 방식을 채택하고 노동자 권익이 피해입을 시, 플랫폼 기업이 그에 상응하는 책임을 부담
2021	"인터넷 음식 플랫폼 책임을 다하여 배달기사의 권익을 성실히 수호할 데 관한 지도의견(关于落实网络餐饮平台责任切实维护外卖送餐员权益的指导意见)"	배달 플랫폼 노동자, 특히 배달기사의 정당한 권익 보호를 위한 10가지 의견 제시[8]

출처: 중화인민공화국 중앙인민정부 정부 문서에 근거하여 연구자 자체 정리.

6 중국에서 노동자와 기업 간의 관계를 쉽게 정의하기 어려운 까닭에, 일각의 학자들은 플랫폼 노동자들을 '자체고용자'로 보는 한편, 다른 일각의 학자들은 이들 노동자와 플랫폼 기업 간의 관계를 노무관계로 이해하고 있다(예를 들면, 彭倩文 外, 2018; 魏一华 外, 2018). 이 밖에도 플랫폼 경제에서의 노동관계를 '하청계약' 관계로 보거나 일반적인 노동관계로 간주하기도 하는 등 여러 다양한 시각이 두루 존재한다(李丽萍, 2014).

7 이러한 규정에 따라 "노동관계"에는 전일제 노동뿐만 아니라, 노무파견(劳务派遣)과 비전일제노

표 2 중국의 플랫폼 관련 정책

시행 연도	정책 이름	주요 내용
2017	"음식 배달 서비스 규범(外卖配送服务规范)"	총 5개의 항으로 구성되며,[9] 플랫폼 거래에서 배달기사와 소비자 간 지켜야 할 기본 규칙의 제시
2021	"플랫폼 경제영역의 반독점 지침(国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南)"	1) 반독점 감독에 관한 기본원칙 정의 2) 독점 기준 정의 3) 시장에서 지배적 지위의 남용 금지 4) 영업이익이 기업에게 집중되는 것 금지 5) 행정권력 남용의 금지
2021	"인터넷 플랫폼 배달원 국가 직업 기능 기준(网约配送员国家职业技能标准)"	플랫폼 배달기사의 정의, 직무, 직업능력, 최저 학력 수준, 최소 직무훈련 시간, 직무능력 평가기준, 직무 등급 체계 등의 제시
2022	"디지털 경제의 지속적이고 건강한 발전을 추진하는 데 관한 협상 회의(推动数字经济持续健康发展专题协商会)"	'플랫폼 경제를 지지하고 민영경제의 지속적이고 건강한 발전을 추진해야 하며, 플랫폼 경제 규범이 정립될 수 있는 구체적 조치를 연구하여 플랫폼 기업이 국가의 중대형 과학기술 혁신 프로젝트에 참여할 수 있게 격려해야 한다'고 밝힘

출처: 중화인민공화국 중앙인민정부 정부 문서에 근거하여 연구자 자체 정리.

환(举证责任转移))으로 해결하거나, 또는 제3의 노동자 범주를 만들 것을 제안하고 있다. 이러한 모호성의 문제를 해결하기 위해 중국 정부에서는 '창의적 법제화(立法形式创新)'[10]의 지침을 정하고, 플랫폼 산업의 안정적인 발전을 위해 여러 다양한 정책을 발표·시행하고 있다. 이와 관련된 정책들을 표 2에 정리하였다.

동(非全日制工作)도 포함되어 있는데, 중국 노동법에 근거하면 플랫폼 노동자와 하청업체 사이의 노동관계가 법적으로 성립된다. 반면, 플랫폼 노동자와 플랫폼 기업 간의 노동관계는 성립되지 않는데, 그 이유는 첫 번째를 제외한 두 번째 조건만 충족되기 때문이다.

8 이 중 두 가지 항목이 플랫폼 배달기사의 노동권 보장과 관련되어 있는데, 제3항 '플랫폼 발주 메커니즘을 최적화하여 근로환경의 안전을 보장할 것(优化平台派单机制, 切实保障劳动安全)', 그리고 제8항 '배달기사에게 더 많은 관심과 사랑을 주고 직업과 사회의 정체성을 강화할 것(给予更多关心关爱, 增强职业社会认同)'이 바로 그 항목들이다.

9 5개 항목에는, 첫째, 각 업체는 10분 안에 주문을 받아야 할 것, 둘째, 배달기사는 소비자가 지정된 위치에 도착했을 때 가볍게 노크할 것, 셋째, 소비자의 집에 들어가지 말 것, 넷째, 배달기사의 나이는 만 18세 이상이어야 할 것, 다섯째, 팁을 받는 등의 행위를 금지할 것이 포함된다(腾讯科技, 2017).

10 '창의적 법제화(创新立法)'의 정확한 의미에 대해, 정부가 공식적으로 밝힌 바는 없다. 다만 "창의적 법제화"라는 표현을 고안 및 사용한다는 사실에서, 정부가 새로운 플랫폼 경제 체제의 특징을 적절히 반영한 운영/관리체계를 법제화하는 데 적극적으로 나서고자 한다는 점을 짐작해 볼 수 있다(中国人大网, 2023).

이상의 논의에서 살펴보았듯, 2019년 이전에는 관련 정책·제도의 구축이 아직 온전히 이루어지지 못했기에, 플랫폼 노동자와 기업 간의 관계를 노동관계 또는 노무관계로 봐야 하는지에 대해 의견이 엇갈릴 수밖에 없었다. 2019년 이래 플랫폼 경제의 구조에 맞춰 정부가 기업 발전 및 노동자의 권익 수호를 위한 각종 규제 정책을 구체화해 발표하면서부터, 플랫폼 경제로의 전환 과정에서 노동자들이 권리를 제대로 보장받지 못하고 있는 문제를 해결하려는 노력들이 본격적으로 전개되고 있다. 그러나 정책이 실시된 기간이 짧기 때문에, 노동자의 권익 보장이 효과적으로 이루어지고 있는지를 평가하기엔 아직은 다소 성급할 수 있다고 판단된다. 다음 장에서는 메이퇀와이마이 사례에 대한 분석을 통해, '플랫폼 공간'에 배태된 노동자의 존재 양상을 구체적으로 살펴보고자 한다.

IV. 플랫폼 노동의 공간적 재현: 메이퇀의 사례 분석

플랫폼 경제로의 전환은 중국 사회 내 비교적 긍정적인 시각으로 인식된다. 특히 코로나19로 전통적인 산업에서 일자리를 잃은 노동자들이 대거 플랫폼 기업으로 유입되면서, 플랫폼 경제가 지닌 가능성에 대한 기대감이 중국 사회 내부에 크게 고무되었다. 플랫폼 배달 노동자의 인구 구성을 살펴보면, 남성의 수가 압도적으로 많고 20세부터 40세 사이의 젊은 노동자 비율이 높으며 고졸 및 그 이하 학력의 노동자가 절대 다수를 이루고 있다. 플랫폼 배달업은 고강도의 노동이지만 그럼에도 불구하고, 당장 수입이 필요하거나 학력 수준이 비교적 낮은 청년들에게는 대안적인 직업 선택지로 인식되고 있다. 이하에서는 중국에서 플랫폼 노동이 어떤 양상으로 형성되어 왔는지에 대한 물음에 답하기 위해, 메이퇀와이마이라는 플랫폼 기업과 관련된 1차·2차 자료를 분석하고 온라인 커뮤니티에 게시된 노동자들의 글을 살펴볼 것이다.

1. 메이퇀와이마이 플랫폼 노동자 현황

메이퇀와이마이는 2018년 이전까지 대부분의 배달기사와 직접 노동계약을

표 3 메이퇀 와이마이의 세 가지 고용 형태에 대한 설명

	쫜송	쭝바오	러파오
취직 방법	배달 하청업체에 정규직으로 취직	플랫폼에서 직접 등록	플랫폼에서 직접 등록
배달 업무의 범위	- 하청업체에서 직접 설정 - 플랫폼에서 기사에게 배급하는 형식	- 노동자 의지에 따라 자유롭게 배달 업무를 진행 - 직접 배달 지역의 범위를 설정 가능	- 플랫폼에서 지정 - 배정된 주문 건에 대해 거절할 수 없음[11]
노동 보수의 지급 방식	- 월 단위로 지불 - 취직 한 달 이후에 첫 급여가 제공됨	- 일하는 양만큼 벌 수 있는 수익 구조 - 거리가 멀수록, 배달 난이도가 높을수록 보수가 증가함 - 일반적으로 배달 한 건당 단가는 6위안 수준	- 플랫폼에서 일정한 수준의 거래량을 보장 - 일주일에 한 번씩 정산받고 단가는 고정되어 있음
노동 보수의 지급 절차	- 유효 주문 건수에 따라, 플랫폼이 배달 하청업체에 보수를 지불 - 하청업체에서 자율적으로 기사에게 보수를 지급	당일 수당은 익일 플랫폼에서 곧바로 지급	플랫폼에서 바로 지급
이 밖의 특징	- 하청업체에서 일정한 주문 건수를 정해 줌 - 기본급 있음[12] - 상대적으로 안정적임	- 정해진 출퇴근 시간이 없고 스케줄 관리가 자유로움 - 고정적인 수입이 없고 수입은 배달 건수에 의한 영향을 많이 받음	- 계약직 형태 - 일정한 거래량을 보장하지만, 자유도가 비교적 낮음

출처: 美团研究院. 2020. "2019年及2020年上半年中国外卖产业发展报告." https://about.meituan.com/research/report(검색일: 2022. 12. 12.).

체결했고 일부 부족한 노동력은 노무 파견회사와 연결하는 방식으로 충원했다(ILO, 2020). 그러나 2018년 4월 이후 배달기사에 대한 모든 직접 고용 방식을 전부 가맹 체제나 외주 형식으로 바꾸었다(ILO, 2020). 현재 메이퇀와이마이는 '쫜송(专送)'이라고 불리는 정규직에 더해, '쭝바오(众包)' 및 '러파오(乐跑)'로 지칭되는

11 일반적으로 러파오 기사들은 일주일에 최소 48시간 이상 온라인 상태로 접속되어 있어야 하고, 궂은 날씨와 상관없이 최소 이틀은 배달 주문이 몰리는 피크 타임 동안 반드시 일해야 하며, 일주일에 최소 150건의 배달 업무를 완수해야 한다.

12 예를 들어, 쫜송 기사들은 한 달 안에 반드시 450건의 주문량을 채워야 기본 월급을 받을 수 있고, 이를 초과 달성할 시에는 '건수 구간'마다 계단식으로 상승되는 방식에 따라 급여가 책정된다. 예를 들어, 450건에서 600건은 일반적으로 5위안/건, 600건에서 800건은 5.5위안/건, 800건에서 1,000건은 6위안/건, 1,000건 이상이면 6.5위안/건이 보수로 주어진다(腾讯网, 2021).

두 형태의 계약직을 포함, 총 세 가지 고용 방식을 취하고 있다. 이 세 가지 고용 형태는 취직 방법, 배달 업무의 범위, 노동 보수를 받는 방식 및 절차가 조금씩 다르고, 또 각각의 고유한 특징들이 존재한다(쫜송, 쭝바오와 러파오에 대한 구체적인 정의와 내용은 표 3를 참고하라).

표 3에서 확인할 수 있듯, 플랫폼 경제에서 노동관계는 주로 외주 하청업체를 통해 간접적인 고용이 이뤄지는 형태로 변화했다. 이에 따라, 중국에서 배달 플랫폼 기업과 배달기사 사이의 노동관계는 불명확해졌고, 플랫폼 배달 노동자들이 전통적인 산업 분야의 노동자만큼의 법적 보호를 받지 못하는 결과가 초래됐다.

2. 플랫폼 노동자의 임금 수준, 자율성과 종속성

중국 사회 내 다른 유형의 노동자들보다 플랫폼 노동자의 임금이 높은지를 파악하기 위해, 우선 쫜송 배달기사, 비전일제 노동자[13]와 메이퇀 사무직 노동자[14]의 평균 월급을 비교하고자 한다.[15] 표 4에서 비전일제/사무직 노동자와 쫜송 배달기사들을 비교하는 이유는 쫜송 배달기사가 쭝바오나 러파오와는 달리 하청업체에 소속되어 있고, 매달 기본 급여를 수령해 수입이 상대적으로 안정적이어서 이들의 일반적인 임금 수준을 파악하는 것이 가능했기 때문이다.

표 4에서 확인할 수 있듯, 배달기사의 월급은 일반 직장인들과 비교한다면 낮은 수준이지만, 비전일제 노동자에 비해서는 높은 수준인 것으로 나타났다. 배달기사는 직접 전동차를 구매하고 전기세 등 유지비용도 지불해야 하기에, 이를 제외한 "실질적인 소득"을 별도로 파악해 볼 필요가 있다. 표 5는 직장인의 평균 노동 시간인 8시간 가량 일하는 쫜송(专送) 배달기사들의 실질 소득과 비전일

13 여기서 비전일제 노동자는 민법의 정의에 따라 "취업이 비교적 자유롭고, 시간당 보수를 지급받으며 비정기적 업무를 수행하는 노동자"를 뜻한다.

14 메이퇀 사무직은 배달기사를 제외한 기타 메이퇀의 고용 근로자를 가리킨다.

15 물론 실질적인 노동자의 처우는, 물가상승률이 반영된 수준으로 임금인상이 이뤄져야 개선되는 것이 사실이다. 그러나 물가가 상승한다고 해서 반드시 임금이 인상되지는 않으며, 실제로 임금인상은 자주, 또 쉽게 이뤄지지 않는다. 따라서 필자는 임금인상을 그 자체만으로도 긍정적인 변화로 바라보며, 이를 노동자의 권익 신장을 보여 주는 하나의 지표로 포함해 분석했다.

표 4 배달기사와 비전일제 노동자, 사무직 노동자의 평균 월급 비교 (단위: 위안)

	2019	2020	2021	2022	2023
쫜송 배달기사[16]	-	10,167	10,167	10,133	9,440
비전일제 노동자[17]	3,840	4,224	4,224	4,224	4,224
직장인(메이퇀 사무직 기준)	28,200	21,300	29,600	25,700	19,500

출처: "즈요우지(职友集)"웹사이트의 데이터에 근거하여 연구자 자체 정리.

표 5 2021년 기준 배달기사와 비전일제 노동자, 직장인의 실질적인 소득 비교

	쫜송 배달기사	비전일제 노동자	직장인(메이퇀 사무직 기준)
시간당 임금 (2021년 기준)	63.5위안	26.4위안	185위안[18]
사회보험	90위안[19]	-	578.9위안
전동차	월 전기세 54.6위안[20]	-	-
	최초 장비 구입비용 2,900위안[21]		

제 노동자 및 직장인의 소득을 비교한다.

이상에서 확인할 수 있듯, 배달기사는 실질 소득을 계산해 비교하더라도 비전일제 노동자보다 높은 소득을 받고 일한다. 평균 임금을 기준으로 놓고 볼 때,

16 데이터는 취업전문포털사이트 즈요우지를 참조했음(https://www.jobui.com/salary/quanguo-waimaiqishouyuan)(검색일: 2023. 11. 12.).

17 비전일제 노동자의 경우, 신뢰할 수 있는 임금 관련 데이터가 없는 상황이다. 따라서 본고에서는 비전일제 노동자의 임금이 대체로 최저시급 수준일 것이라는 추측에 기대어, 이들 평균 임금을 중국 베이징 시의 최저시급×8시간×20일로 계산했다. 2020~2023년 최저시급이 동일하므로, 해당 기간 평균 임금은 모두 동일하게 계산된 값으로 표 5에 기입되었다.

18 노동법에서 규정한 직장인의 주당 합법적인 노동 시간은 40시간으로, 표 1의 2021년 메이퇀 사무직 평균 월급은 29,600위안/40시간/4주=185위안으로 계산된다.

19 百度知道(2021).

20 배달기사 하루 전기료는 1일 평균 주행거리×킬로미터당 전기료 = 130km×0.014위안 = 1.82위안으로 유추할 수 있다. 따라서 월 전기료는 1.82위안×30일 = 54.6위안으로 대략적인 계산이 가능하다(小鑫谈车, 2022; 问一问, 2022).

21 电动车骑记(2022).

표 6 고용 유형별 배달기사의 플랫폼에 대한 자유도

	쫜송	쫑바오	러파오
플랫폼 명령/지시 여부	- 노동 수행의 과정 내내 배달 플랫폼과 하청업체의 관리와 지시를 받아야 함 - 모든 개인정보는 플랫폼에 실시간으로 등록 및 반영됨	- 어플리케이션에서 명령 및 지시를 그대로 따름 - 모든 개인정보는 플랫폼에 실시간으로 등록 및 반영됨	- 어플리케이션에서 명령 및 지시를 그대로 따름 - 모든 개인정보는 플랫폼에 실시간으로 등록 및 반영됨
규칙 준수 의무	"메이퇀기사의 기본 규정 및 제도(美团骑手的基本规章制度)" 준수 의무[22]	"메이퇀기사의 기본 규정 및 제도(美团骑手的基本规章制度)" 준수 의무	"메이퇀기사의 기본 규정 및 제도(美团骑手的基本规章制度)" 준수 의무
시스템을 통한 감시	알고리즘으로 배달 시간, 경로 등을 감시	알고리즘으로 배달 시간, 경로 등을 감시	알고리즘으로 배달 시간, 경로 등을 감시
패널티	- 배달 중 생기는 문제에 대해 하청업체의 도움을 받을 수 있음 - 그러나 정해진 시간에 배달하지 못한 경우, 근무 점수 차감됨	- 세 가지 고용형태 중에서 패널티 수준이 가장 낮음 - 그러나 하루 20건 이상 지정된 배달업무를 거절할 시 6시간 동안 배달 제한[23]	- 복장 불량 시 패널티를 부여함 - 배달기사에게 지정된 주문을 수락하지 않을 경우 점수 차감(개인적인 사유로 문제 발생 시에도 배달료를 차감)
출퇴근 시간의 유무	- 정해진 출퇴근 시간이 존재 - 최소 주 6일 근무	정해진 출퇴근 시간이 없음	- 정해진 출퇴근 시간이 존재함 - 지정 시간대 플랫폼 접속이 필수
용모 및 복장 규칙	플랫폼 기업이 지정한 의상 및 헬멧 착용	요구 사항 없음	요구 사항 없음

출처: 美团研究院. 2020. "2019年及2020年上半年中国外卖产业发展报告." https://about.meituan.com/research/report(검색일: 2022. 12. 12.).

플랫폼 노동은 학력 및 소득 수준이 비교적 낮은 노동자들에게 이전보다는 나은 수준의 벌이를 보장해 주는 대안적 선택지로 평가될 수 있다.

22 해당 규정은 출근 시간, 작업시간, 배달 시 주의사항, 배달 규칙, 처벌 및 포상 등에 대해 구체적으로 명시하고 있다. 예를 들어, 쫜송 기사는 반드시 아침 조례에 참가하여야 하고, 항시 핸드폰 애플리케이션에 접속해 있어야 하며, 그렇지 않을 경우에는 10위안의 패널티가 부과된다.

23 이외에도, 하루에 3건 이상 배달 시간을 초과했거나 2건 이상 신고를 당했거나, 또는 고객이 낮은 별점을 줬을 때 12시간 동안 배달 업무의 수행이 제한된다. 또한, 배달 시간 초과 건수가 5건, 신고 건수가 3건, 낮은 별점 건수가 3건, 또는 50건 이상 배달 거절을 했을 때에는 24시간 동안 배달을 제한하고, 1주일 동안 같은 현상이 발생했을 경우 반드시 '전문교육(专项培训, 배달에 관한 교육

그렇다면, 플랫폼 경제에서 노동자는 더 자유로운가? 이 질문에 답하기 위해, 플랫폼 기업이 내리는 지시와 노동자가 준수할 규칙의 종류, 시스템의 감시 및 패널티의 유무, 노동시간 조율의 자율성 등을 살펴보고자 한다(조사 결과는 표 6을 참고하라).[24]

이상에서 알 수 있듯, 고용 형태를 막론하고 배달기사들은 모두 플랫폼의 지시/감시를 받고 있고 플랫폼 기업에서 제시한 배달 관련 규칙을 준수해야 한다. 페널티는 고용 형태에 따라 조금씩 그 정도가 달라지지만, 배달 업무가 제대로 수행되지 않았을 경우 일정한 수준의 패널티를 적용받는다. 즉 과거 노동자들에 비해 플랫폼 노동자들이 더 자유롭다고 인식되고 있으나, 정확히 표현하면 배달기사들은 플랫폼 안에서 새로운 방식으로 기업의 통제(이를테면, 배달 규칙, 배달 시간, 페널티의 적용)를 받는 것이라고 말할 수 있다.

다음으로, 이처럼 자칫 지나치게 통제적일 수 있는 대형 플랫폼 기업에 대응하여 플랫폼 노동자가 자신의 권익을 수호할 수단을 갖고 있는지에 대해 살펴보고자 한다.[25] 배달기사가 직접적으로 플랫폼 기업을 대상으로 소송한 경우는 자료 검색 결과, 거의 찾아볼 수 없었다. 플랫폼 노동자가 주도한 집단적인 행동과 관련된 보도 역시 2019년 2월 18일 산둥성 린이시(山东省临沂市)에서 발생했던 집단 파업뿐이었다(中国劳工通报, 2019). 당시 플랫폼 노동자들은 메이퇀의 배달비 인하 정책에 대응하여 3일 동안 파업을 진행하였는데, 파업이 순조롭게 확산되지 못했다. 즉 소송이나 파업 등을 통한 노동자의 집단행동은 유의미한 수준으

을 뜻함)'을 받아야 한다. 또한, 규칙을 세 차례 이상 위반할 시 아무리 전문교육을 받는다고 해도 배달 노동자는 플랫폼에서 영구적으로 퇴출당하게 된다(新浪科技, 2021).

24 II장에서 설명했듯이, 노동자들이 보다 "자유롭게 일"한다는 점은 플랫폼 경제의 장점으로 줄곧 강조되어 왔다. 중국 정부와 사회에서 플랫폼 경제가 노동자들에게 허락하는 자유를 긍정적으로 인식하고 있음을 III장에서 언급했다. 그렇다면, 플랫폼 경제 도입의 효과를 판단하기 위해서, 노동자가 실제로 얼마만큼 "자유롭게" 일할 수 있는지에 대한 구체적인 검토가 필요하다. IV-3에서는 업무 과정에서 얼마나/어떤 권한을 배달기사가 가지고 있는지, 플랫폼 기업이 배달기사에게 어떤 통제를 행사하고 있는지와, 노동자 개인이 자신의 스케줄을 스스로 관리하는지 등을 중심으로, 노동자가 실질적으로 자유로운지를 면밀히 들여다본다.

25 노동자의 종속성을 판단할 때 노동자 발언권의 보장이 중요한 요소 중 하나에 포함되는 이유는, 이를 통해 노동자가 부당한 대우에 대처하고 정당한 권리를 요구할 수 있기 때문이다. 본 연구는 배달 애플리케이션 노동자의 파업 참가와 제소, 단결 활동의 허용 여부를 살펴봄으로써, 노동자의 발언권이 얼마나 잘 보장되고 있는지를 파악하고자 했다.

로 발전하지 못하고 있는 것으로 짐작된다.

한편 플랫폼 배달기사의 노동조합도 활발한 활동을 전개하거나, 주목할 만한 수준의 성과를 이루지 못한 것으로 보인다. 광저우시에서는 2019년 1월 9일 처음으로 350여 명의 어러머 플랫폼의 배달기사들이 배달기사 노동조합을 결성했고(中国工会新闻网, 2019), 2021년 9월 28일 메이퇀의 하청업체인 후이안정우에(淮安正悦)에서 노동조합이 조직되었다(电商报, 21/09/28). 또한, 2021년 12월 24일에는 메이퇀 본사에서 제1차 공회(노동조합) 회원대표대회(工会会员代表大会)가 열렸는데, 이는 메이퇀 최초의 배달기사 노동조합으로 알려져 있다(数据军团, 2021). 그러나 노동조합이 설립된 후 일년 동안 노동조합과 관련된 행사 소식이나 기사 자료를 찾을 수 없는 것으로 미루어 보아, 아직 이렇다 할 활동이 전개되고 있지 않은 것으로 판단된다.

요컨대, 플랫폼 배달기사들은 전통적인 고용형태의 노동자보다는 기업과 덜 종속적인 관계를 맺고 있지만, 그렇다고 해서 이들이 자유롭다고 단정지어 말할 수는 없다. 플랫폼 경제에서는 노동자에 대한 감시와 관리가 심할 뿐만 아니라, 불합리한 대우에 대응해 소송과 파업 등을 전개하기 어렵기 때문에, 오늘날 중국의 배달 플랫폼 노동자들은 새로운 방식의 통제를 감내해야만 한다.

3. 플랫폼 노동자 커뮤니티: 온라인 에스노그라피

비정규직 플랫폼 노동자인 '쫜송' 배달기사들은 주로 '메이퇀 쭝바오(美团众包)' 커뮤니티를 통해 소통한다. 온라인 커뮤니티에 올라오는 글들을 수집한 결과, 다음과 같은 주요한 특징들을 파악할 수 있었다.

첫째, 온라인 커뮤니티는 주로 노동자들이 개인적인 감정을 토로하고 의견을 공유하는 통로로 이용되고 있다. 커뮤니티 공간에서 노동자들이 가장 자주 표출하는 감정은 '불만'이다. 전국의 모든 배달기사가 커뮤니티에 실시간으로 접속하고 있는 만큼, 평균 10분에 한 번씩 글이 업로드되는데 글의 주된 내용은 급여에 대한 불만이었다. 노동자들은 기본적으로 급여가 오르지 않는 것과 배달료를 차감하는 것에 대해 불만을 표출하고 있었다. 예를 들어, 한 배달기사는 '메이퇀의 단가가 너무 낮아 하루 종일 일해도 남는 돈이 얼마 없다'고 토로했고,

그림 1 플랫폼 커뮤니티에 게시된 불만 글[26]

이에 다른 배달기사는 '앞으로 더 낮아질 것'이라고 비관적인 의견을 덧붙였다. 또한, 배달료 차감에 관한 불만을 적은 글들도 심심찮게 찾아볼 수 있었다. 예를 들어, 한 배달기사는 '핸드폰을 주머니에 넣고 실수로 도착 버튼을 눌렀는데, 플랫폼에서 50위안을 차감해 버렸다. 이렇게 더운 날에 힘들게 일했는데 반나절 동안 일한 돈이 전부 날아가 버린 기분'이라며 비참한 심정을 토로했다.

앞서 배달 노동의 수익이 비전일제 노동자의 급여에 비해 높은 편임을 조사 결과 확인했지만, 실제 현업에 종사하고 있는 노동자의 입장에서는 임금이 여전히 턱없이 부족한 수준으로 여겨지고 있는 것으로 나타났다. 특히 플랫폼 기업의 빡빡한 규정으로 인해 급여가 차감되는 경험은 노동자들을 더욱 좌절케 했다. 그 외에도 그림 1에서 확인할 수 있듯, 현재 배달 단가로는 방값과 수도료, 전기세도 지불할 수 없다는 내용의 글이 자주 커뮤니티에 올라오고 있다. 불만을 토로하는 방식 또한 다양한데, 플랫폼 노동자들은 직설적인 언어로 불만을 표현하기도 하고, 반어법을 통해 플랫폼 기업을 풍자하고 간접적으로 불만을 표

26 익명성 보장을 위하여 이름과 인적 사항을 제거하고, 최소한의 정보만을 남겨 수집했음을 밝힌다.

출하기도 했다. 예를 들어, '메이퇀이 너무 좋다'는 제목의 글이었지만, 실제로는 '배달 배정이 불균일'하고 '배달 건수가 너무 적다', '보험료가 너무 비싸다' 등의 내용을 담고 있었다. 노동자들이 이러한 반어법 표현을 자주 쓰는 이유는 커뮤니티 상에 글을 작성 시 실명과 개인정보가 플랫폼 기업에 노출된다는 사실을 의식해야 했기 때문인 것으로 보인다.

'불만' 외에 커뮤니티에서 노동자들이 자주 표현하는 감정은 '회의감'이다. "배달 플랫폼 노동자가 정식 직업으로 규정되었다"는 기사에 대해, 커뮤니티에서는 '사회보장도 제대로 되어 있지 않고, 사회적 지위도 낮은데 이름만 바꿔서 무슨 의미가 있냐'는 댓글이 주를 이루는 등 플랫폼 배달업이 정규직이 아닌 부업에 불과하다는 인식이 이들 노동자 사이에서 공유되고 있었다.

둘째, 배달기사 온라인 커뮤니티는 정보 공유의 창구로 기능하고 있다. 커뮤니티에서는 배달 노동자들 사이에 직업교육, 급여와 사회보험에 관한 정보 공유가 활발히 이루어지고 있다. 예를 들어, 직업교육과 관련해서 오프라인 교육의 필수 여부, 오프라인 교육을 받는 위치, 교육 횟수 및 교육 내용에 대한 정보에 더하여, 사회보장과 관련하여 보험에 필수적으로 가입해야 하는지, 사고가 났을 때 실제로 보험 처리가 가능한지 등의 정보가 공유되고 있었다. 노동자들이 필요로 할 정보 제공의 목적으로, 메이퇀와이마이에서는 직접 온라인 커뮤니티에 별도의 메뉴를 개설했다. 여기에는 플랫폼 애플리케이션에 추가된 새로운 기능이나 규정 등에 대한 소개, 전염병 예방, 그리고 부당한 대우를 받았을 때 신고하는 경로 및 배달 건수를 많이 채우는 방법에 대한 글이 업로드된다.

셋째, 플랫폼 노동자들은 드문 일이지만 아주 가끔 노동조합을 설립하고자 하는 의지를 온라인 커뮤니티에서 표출하기도 한다. 몇몇 플랫폼 노동자들은 스스로를 '약소집단'이라고 인식하고 제때 필요한 도움을 받을 수 없는 현실에 무력감을 느끼며, 이에 대한 해결책으로 노동조합을 설립할 것을 제안하고 있었다. 소수 노동자들은 이러한 제안에 동조했지만, 그렇다고 해서 실질적인 행동으로 이어지진 않았다. 또한, 일부 노동자들은 노동조합의 설립이 결국 '쓸모없는 것'이라며 회의적인 속내를 내비치기도 했다.

이렇듯, 중국인 배달 노동자들은 플랫폼 노동의 등장을 자율성의 증가보다는 오히려 '새로운 방식의 통제로의 전환'으로 인식하고 있었다. 앞서 살펴보았

그림 2 노동조합 설립 문제와 관련해, 플랫폼 노동자들이 작성한 게시물

듯 비록 플랫폼 노동은 중국 사회에서 일자리 창출 및 임금 상승이라는 긍정적인 효과를 가져왔으나, 그와는 별개로 중국인 플랫폼 노동자들은 노동 수행의 과정에서 다른 국가/지역의 플랫폼 노동자들과 비슷한 어려움을 겪고 있는 것으로 드러났다. 이하에서는 플랫폼 노동자들 이외에, 중국 사회 구성원들과 노동자들 전반이 플랫폼 노동을 바라보는 시각이 어떠한지에 관해 논의해 보고자 한다.

V. 중국 플랫폼 노동의 특수성

플랫폼 노동이 과거의 수직적이고 보수적인 직장보다 더 나은 경제활동의 선택지로 받아들여지고 있는지를 확인하려면, 중국 현지의 특수한 사회적·역사적 맥락을 함께 살펴봐야 한다. 플랫폼 노동과 관련된 주요 논쟁 중 하나는 노동관계의 성립 여부인데, 이에 대한 대중의 판단은 각 지역에서 전통적인 형태의 노동자들이 어떤 조건과 강도로 노동해 왔는지에 따라 크게 달라진다. 가령 일본

과 한국처럼 전통적인 직장 구조가 매우 경직되고 수직적이며 노동의 절대적인 양과 강도, 시간이 상당한 수준일 경우, 플랫폼 노동은 이러한 직장과 동일한 의미의 '일터' 개념으로 인정되기 어렵다(박준희, 2022; 하은솔 외, 2023). 왜냐하면, 한편으론 이들 직장인 노동자가 플랫폼 서비스 이용 시 자신의 노동조건과 견주어 보며 배달 노동자들과 거래할 적정 금액이 얼마쯤인지를 계산하고, 또 다른 한편으로 플랫폼 노동자들 역시 만일 자신이 안정적인 형태의 직장에 소속되어 일한다면 감수해야 할 비용들에 대해 정확하게 인지하고 있기 때문이다.

이처럼 플랫폼 경제에서의 거래는 전통적인 직장 환경에서 노동하는 '소비자'와 비교적 자율성이 큰 임시직 '노동자' 사이에서 성사되는 것이기에, 이들 간 타협된 거래 가격이 플랫폼 노동자의 임금을 상당 부분 결정하게 된다. 이러한 의미에서 플랫폼 노동 서비스는 단순히 기업 대 노동자의 거래가 아니라, '전통적 의미의 노동자' 대 '새로운 유형의 노동자'의 거래이기도 하다. 그러므로, 플랫폼 노동자의 노동 환경과 조건이 나아지기 위해서는 반드시 넓은 의미에서 해당 지역 내 모든 노동자들에 대한 권리 개선이 함께, 그리고 동시에 이뤄져야만 한다.[27]

또한, 플랫폼 노동의 불안정성에 대한 견해 역시 각 지역 구성원의 사고방식과 국가별 사회보장 제도의 특징에 따라 크게 달라진다. 한국의 청년들은 "어차피 평생 직업도 없"고 "불확실한 상황에 스스로 대비해야 한다"고 인식하고 있는 까닭에, 플랫폼 노동자뿐만 아니라 여타 노동자들 역시 직업 불안정성을 피할 수 없는 미래로 여기고 있다(하은솔 외, 2023). 한국 사회가 노동자 전반의 고용 안정성에 대한 뚜렷한 해법을 제시하고 있지 못한 상황에서, 플랫폼 노동의 불

27 실제로 이미 노동자 권리보호 제도가 탄탄히 구축된 사회에서는 플랫폼 노동자들에게 임금 노동자의 지위를 부여하는 일에 대한 사회적 합의가 비교적 수월히 이뤄지고 있다. 2016년 영국 런던의 딜리버루 배달 노동자들이 성과 압박과 산재위험을 가중시키는 임금 체계에 반대하며 앱에서 로그아웃해 6일간 파업을 강행했을 때, 시민들은 기부를 통해 무려 약 1만 3,000파운드를 모금하면서 배달 노동자들을 강력히 지지한다는 의사를 밝혔다(Degner and Kocher, 2018: 신솔아·신진욱, 2022: 152-153에서 재인용). 이러한 시민들의 지지와 연대는 결국 영국 딜리버루가 사측이 제시했던 임금체계를 철회하게 만드는 결과로 이어졌으며, 이 사건을 시작으로 유럽에서 플랫폼 노동자의 노동 조건을 개선하려는 정치·사회적 노력들이 줄지어 전개됐다(신솔아·신진욱, 2022; 이준용, 2022; 정인철, 2023). 그 결과, 2021년 유럽연합에서는 <플랫폼 노동의 노동조건 개선을 위한 입법 의견>이 공식 발표되었다.

안정성을 지적하는 학자들의 목소리는 그저 공허한 외침에 머물 수밖에 없다는 것이 우리가 처해 있는 안타까운 현실이다. 한국과는 달리 일본에서는 직장인들이 직업 안정성과 비교적 높은 사회보장 수준을 보장받고 있기 때문에, 일본의 플랫폼 노동자들의 권리 주장은 무엇보다 사회보험의 가입을 요구하는 형태로 나타난다(박준희, 2022). 그러나 중국에서는 기존의 노동자 관련 사회보장 제도가 일본만큼 안정적이지 않기 때문에, 배달 노동자들 사이에서 사회보험에 대한 요구가 두드러지지 않는다. 사회보장 제도에 대한 신뢰가 비교적 낮은 까닭에, 중국 청년들은 안정성보다는 오히려 높은 수준의 자율성이나 일한 만큼 주어지는 임금을 대체로 선호한다(Lei, 2021).

이상에서 확인할 수 있듯, 플랫폼 노동과 관련된 주요 쟁점들(즉 플랫폼 노동관계를 어떻게 규정할지와, 플랫폼 노동의 불안정성을 어떻게 해결해야 할지의 문제)은 각 지역 사회의 개별적 맥락에서 논의되어야 마땅하다. 플랫폼 노동자의 권리를 보호하기 위해 플랫폼 노동의 여러 문제를 지적하는 연구자들의 취지엔 십분 공감하지만, 이러한 견해는 플랫폼 노동의 등장 뒤에 숨겨진 노동자들 일반의 자율성 제고에 대한 간절한 희망을 무시한다는 한계를 지니고 있다. 각 지역 플랫폼 노동자들의 자율성과 안정성을 동시에 균형 있게 보장할 방법을 찾으려면, 우선 그 지역의 특수한 맥락 속에서 플랫폼 노동이 실천되고 있는 상황을 면밀히 분석해야 한다. 이러한 문제의식 아래, 중국 플랫폼 노동의 특수성을 크게 다음의 두 가지 특징을 들어 설명해 보고자 한다.

1. 플랫폼 노동에 종사하는 농민공과 빈곤 가정의 청년들

중국 사회에서 플랫폼 노동이 배태되는 양상은 플랫폼 노동자의 다수가 농민공 청년들이라는 사실에 의해 상당 부분 특징지어진다. 각 지역에서의 산업별·직업별 노동자의 인구학적 특성이 다르다는 점이 적극적으로 고려되어야, 플랫폼 노동의 주체와 현실을 올바르게 이해할 수 있다. 바랏 외(Barrat et al., 2020)와 타씨나리와 마카론(Tassinari and Maccarone, 2020)은 영국 딜리버루와 호주 딜리버루/우버이츠에서 대다수의 플랫폼 배달 노동자가 외국인 이민자들임을 지적했다. 그에 반해, 중국에서는 플랫폼 노동에 종사하는 주체가 다수의 농민공 청년

들인데(Wu et al., 2022), 베이징의 음식 배달 노동자 317명의 호구를 조사한 연구에서 그들 중 81.7%가 농업 호구를 소지하고 있으며 97.5%가 외지 출신인 것으로 드러났다(김경환·황선영, 2022). 배달 노동자들을 대상으로 메이퇀과 어러머에서 진행한 설문조사에서도, 응답자의 77%가 농업 호구 소지자, 70%가 외지 출신 이주자인 것으로 나타났다(新华网, 2021). 이들 배달기사의 대부분은 중학교/고등학교를 졸업한 20대 청년들로, 2020년 기준 음식 배달업 유입 이전 이들의 종사 업종을 살펴보면, 그들 중 25%는 제조업, 6.9%는 건설노동, 0.5%는 농업, 그리고 67.8%가 식당 및 백화점 서비스업에 종사하던 노동자들이었다(新华网, 2021에서 재인용). 2021년에는 제조업 공장 노동자들 다수가 음식 배달업으로 유입되는 현상이 언론에 보도된 바 있는데(新浪财经, 2023), 중국 배달앱 노동자 68명을 대상으로 인터뷰한 레이(Lei, 2021)의 연구에서도 무려 응답자의 58%가 제조업에 종사한 경험이 있는 것으로 나타났다. 이들 청년 배달 노동자는 폐쇄적이고 열악한 환경의 공장에서 노동한 경험을 다시는 돌아가고 싶지 않은 과거로 여기는 탓에, 플랫폼 배달업에서 주어지는 비교적 높은 자율성을 대부분 긍정적으로 평가했다(Lei, 2021에서 재인용).

중국 플랫폼 노동 관련 선행 연구들은 플랫폼 노동자의 직업 안정성과 사회보험의 보장 등의 측면에만 집중했던 나머지, 사실상 농민공 청년들의 자율성 제고를 향한 목소리는 다소 외면해 왔다. 중국의 강도 높은 노동 현장에서 청년 노동자들에게 플랫폼 노동은 적어도 새로운 대안으로 받아들여지고 있으며, 전통적인 노동 환경·방식의 억압성을 되돌아보게 하는 정반대 성격의 직업 선택지로 인식된다. 즉 플랫폼 노동을 "자유로운 노동"으로 묘사하는 서사가 단순히 신화에 지나지 않는 것은 아니며, 플랫폼 노동의 등장은 현재 중국 사회에서 "노동"이 나아가야 할 방향을 구성원들이 진지하게 고민해 볼 계기를 만들어 주고 있다. 이렇듯, 과거 공장에서 일하던 농민공들 다수가 플랫폼 배달 산업에 종사하고 있다는 사실은 오늘날 중국 플랫폼 노동의 지역적 인식 및 의미의 형성 과정을 매우 특정한 방향으로 결정짓고 있다.[28]

28 한편 플랫폼 노동자들의 시위와 파업 양상 역시 농민공 청년들이 공유하는 "집단적 행동"의 경험에 의해, 또 그 경험들에 근거하여 전개되고 있다. 과거 공장이나 건설 현장에서 일했던 배달 노동

더불어 중국에서 플랫폼 경제는 부족한 일자리를 새롭게 생성하며 빈곤층의 청년 노동자들에게 일감을 제공함으로써, 정부와 사회의 기대를 어느 정도 만족시키고 있다. 특히 플랫폼 배달업은 노동 집중형 산업으로 학력 및 직업 수준 측면에서의 자격 조건이 높지 않고 업종 진입 장벽이 낮은 편이기 때문에, 농민공을 포함한 빈곤층 노동자들에게도 일할 기회를 새롭게 창출해 주고 있다. 2019년 조사에 따르면, 메이퇀와이마이 플랫폼에 취업한 배달기사 가운데 25만 7,000명은 빈곤가정(贫困戶)출신 노동자였고 전체 배달기사의 6.4%를 차지하였다. 그중 25만 3,000명(98.4%)은 메이퇀에 취업한 후, 빈곤상태에서 벗어난 것으로 나타났다. 빈곤가정 출신의 배달기사의 월수입을 살펴보면, 그들 중 30.2%는 3,000~5,000위안, 29.2%는 5,000~8,000위안, 7.7%는 8,000위안 이상을 벌며, 9.8%만이 1,000위안 이하였다(美团研究院, 2020). 이렇듯, 중국에서 플랫폼 노동은 빈곤한 외지인구가 도시에 진입하여 신속히 취업할 수 있는 경로를 제공할 뿐만 아니라, 예전보다 높은 수입을 보장하여 절대적 빈곤 상태에서 해방될 수 있는 수단이 되어 주고 있다.

물론 농민공 청년들이 플랫폼 배달 산업에 대거 유입되면, 이들이 도시 내 소득 수준이 낮은 취약 계층에 또다시 갇히게 될 위험이 존재한다. 이 같은 문제 상황을 최소화할 목적으로, 메이퇀에서는 장기적으로 이들 청년 노동자가 고부가가치 산업에 진입할 수 있도록 직업훈련 및 커리어 개발 프로그램을 제공하고 있다. '메이퇀대학 배달학원(美团大学配送学院)'에서는 플랫폼 배달 노동자들이 학습할 수 있는 1,826개의 온라인 강의를 무료로 배포하고 있는데, 이를 통해 이들 노동자가 새로운 취업 형태의 출현에의 적응을 준비함과 동시에 배달 관련 노하우를 배울 수 있도록 돕고 있다(그림 3을 참고하라).[29]

자들에게는 시위와 파업이 낯선 의사표현의 수단은 아니기에, 중국 도시들에서 배달앱 노동자들의 집단 행위가 빈번히 일어나고 있다(Lei, 2021: 280). 이에 대해, 중국 정부 소속 기관인 중화전국총공회(中华全国总工会, All China Federation of Trade Unions)에서는 플랫폼 노동자들을 대상으로 한 노동조합을 결성하여 기업이 노동자들과의 원만한 관계를 유지할 것을 촉구하고 있다(Lei, 2021: 281).

29 메이퇀와이마이의 배달기사 애플리케이션에는 전문적인 '배달중심'이라는 메뉴가 있는데, 해당 메뉴를 클릭하면 '신입기사 교육', '규칙 및 절차', '안전지식' 등의 배달기사의 전문 영역을 제고할 수 있는 학습 모듈이 나타난다. 이외에도 '배달기사 보험 모듈'에는 '빠르게 손해배상을 청구하는 방

그림 3 “메이퇀대학 배달학원”의 강좌 목록

메이퇀에서는 학력 수준이 향상된 기사들에게 발전격려상을 수여할 뿐만 아니라 여러 다양한 형식의 장려금도 지원하고 있다. 중국의 플랫폼 기업들은 정부의 정책적 요구 사항을 충족하는 차원에서, 취약계층 출신의 노동자들에게 경제적 부담이 상대적으로 적은 학업 경로를 제공해 주고 있다. 예를 들면, 메이퇀은 국가가 운영하는 평생교육대학과 파트너십을 체결해 배달 노동자들이 실질적으로 학업을 이어 갈 수 있는 시스템을 창설했다. 2021년 10월 기준 총 101명의 배달기사가 첫 전액 장학금을 수령했고 국가 평생교육대학의 물류경영 전공에서 교육받았다. 그리고 이듬해에는 88명의 배달기사가 4년제 및 2년제 대학에 입학하여 국가와 기업이 제공하는 학비 지원 혜택을 받았다(电商报, 2022).

법’, ‘보험 신청 방법’ 등이 포함되어 있어, 여기서 배달기사들은 전문지식의 학습 외에도 생활보장과 관련된 기초지식을 습득할 수 있다. 또한 학구열이 높고 더 높은 수준의 교육을 받길 원하는 배달기사들을 위해, 동일 애플리케이션은 ‘배달 관련 영어’, ‘응급상황 대처교육’ 등의 콘텐츠도 제공하고 있다.

2. 경제적 · 사회적 · 정치적 조직으로서의 플랫폼

중국에서의 플랫폼은 단순한 기업이 아니라 사회주의적 딴웨이(单位) 전통의 연속선상에 있는, 경제적·사회적·정치적 특성을 아우르는 종합적인 조직으로 이해될 수 있다. 메이퇀은 III장과 IV장에서 이미 살펴보았듯, 기본적으로 경제적인 '서비스 생산' 조직이다. 이는 타 지역의 플랫폼 기업들과 비슷하나, 메이퇀이 보통의 기업 범주를 넘어서는 차원의 사회적·정치적 조직으로도 기능한다는 점에서 중국 플랫폼이 갖는 특수성을 찾을 수 있다.

우선 메이퇀은 자체적인 복지 시스템을 설계 및 운영하는 사회적 조직으로 기능한다. 플랫폼이 기존의 직장과는 다른 새로운 노동 조직이기 때문에, 노동관계가 성립하지 않는 등의 문제가 발생하거나 노동자의 권리가 제대로 보장되지 않을 위험이 있다. 이러한 문제를 인식한 메이퇀은, 새로운 노동관계에서 노동자들이 최소한의 복지 혜택을 보장받을 수 있는 시스템을 고안·실행했으며, 그럼으로써 사회적인 성격의 조직으로 기능해 왔다. 예를 들면, 배달기사와 그의 가족들에게 24시 온라인 건강 서비스를 제공하여, 기사가 애플리케이션으로 직접 의사나 약사에게 무료로 진찰받거나 매달 정기적으로 약을 구매할 수 있는 비용(红包)도 제공받을 수 있다. 또한, 플랫폼 기업 내부적으로 질병 위로금 펀드를 설립하여 기사가 큰 병에 걸렸을 경우, 배달기사의 가정에 위로금을 전달하는 등의 복지 혜택을 제공하고 있다. 이러한 위로금은 2019년 상반기부터 2021년 말까지 374명의 기사에게 제공되었고, 배달기사 가족 1,015명에게 약 6,751만 8,000위안이 전달됐다.

또한, 메이퇀의 "캥거루 아기 공익계획(袋鼠宝贝公益计划)"이라는 공익 펀드는 기사의 자녀들이 큰 병에 걸리거나 예기치 않은 사고를 당할 시 최대 10만 위원의 지원금을 제공해 주는 제도다. 이에 더해, 메이퇀은 베이징 옌지아오(燕郊)에 첫 "캥거루 아동 무료 병상 학교(袋鼠宝贝病房学校)"를 설립하여, 중증 질환 아이들에게 무상으로 기초 교육 서비스를 제공했다. 2021년 한 해에만 메이퇀에서는 약 890만 위안의 지원금을 전달했고 "병상 학교"에는 약 94만 5,000위안을 투입했으며, 총 995만 위안이 배달기사의 자녀들을 지원하는 자금으로 쓰였다(美团公益基金会, 2022). 이렇듯, 메이퇀은 배달기사와 그의 가족들에게 최소한의 권리

와 보건 및 복지 혜택을 보장해 줌으로써 사회적 조직으로서의 역할을 수행하고 있다(美团网, 2022).

나아가, 메이퇀에서는 배달기사들의 다양한 지역 활동에의 자발적 참여를 권장하고 있으며, 그들의 사회참여 관련 내용을 적극적으로 홍보해 이들 노동자가 사회에 안정적으로 통합될 수 있도록 돕는다. 메이퇀와이마이 홈페이지에는 "사회적 책임"이라는 메뉴가 개설되어 있는데, 여기에 전국 각 지역 배달기사들의 선행 사례가 계속해서 업로드되고 있다(그림 4를 참고하라). 예를 들면, 2018년 10월 9일 베이징 차오양구(朝阳区)의 한 골목의 주택가에 불이 났는데, 근처에서 아침 조례를 하던 메이퇀 배달기사들이 주민들을 대피시키고 소화기로 화재를 진압한 선행 사례가 전국적으로 보도됐다(美团外卖, 2019d).[30] 메이퇀에서 이러한 선행 사례를 공식 홈페이지에서 홍보함으로써 배달 노동자들에게 사회적인 가치와 모범적 행동을 간접적으로 학습하도록 만든다는 사실에서, 중국의 플랫폼이 다분히 정치적인 성격을 지닌 조직임을 알아챌 수 있다.

이상에서 살펴본 것처럼, 플랫폼이 노동자를 파편화시킨다고 표현하기엔 적절치 않을 정도로, 중국 플랫폼 기업은 노동자들 삶의 사회적·정치적 영역에까지 깊이 침투해 있다. 특히 플랫폼이 개인의 삶에 개입하는 양상은 국가의 권장과 지침에 따라 크게 결정된다는 점에서 플랫폼 기업이 국가와 맺고 있는 관계의 긴밀한 정도를 가늠해 볼 수 있다. 메이퇀와이마이는 경제적·사회적·정치적 측면을 아우르는 종합적인 조직으로서, 국가의 정책적 기조와 일치하는 범위 안에서 중국 청년 노동자들의 삶을 새로운 형태로 재편하고 있다. 이처럼 다른 지역과는 다르게, 중국에서의 플랫폼은 노동자 개인에게 최대한의 권리와 안정성을 보장하고자 노력하는 만큼, 개인 삶, 가치관과 행동의 형성에도 깊숙이 관여

30 이 밖에도, 2019년 4월 8일, 헤이룽장성(黑龙江省)의 한 도시에서 한 배달기사가 배달하던 중에 한 가게에서 화재가 발생한 것을 목격하고 두 번이나 홀로 불길 속으로 뛰어 들어 불을 끈 다음 조용히 자리를 뜨는 영상이 중국 동영상 사이트에 업로드되었다(美团外卖, 2019a). 이 동영상 역시 이틀만에 조회수 500만 회를 돌파하였고, 급기야 CCTV에서 웨이보 공식 계정에 이 사건을 소개하면서 많은 시민들의 찬사를 받았다. 화재 진압 외에도 야밤에 행인을 겁탈하는 강도를 잡거나 (美团外卖, 2019b), 맹인 할아버지를 도와 횡단보도를 건너는(美团外卖, 2019c) 등의 선행은 계속해서 메이퇀와이마이 홈페이지에 업로드되고 있다.

그림 4 "메이퇀와이마이" 웹사이트 -"사회적 책임" 페이지

하고 있다.[31] 이렇듯, 중국의 플랫폼 노동은 현지의 특수한 맥락 속에서 살펴보아야만, 비로소 그 지역적인 의미와 실질적인 양상을 명확히 이해할 수 있다.

VI. 결론

플랫폼 노동자들이 몸소 겪고 있는 어려움이 너무나도 큰 까닭에, 전통적인 고용 노동자들의 자유롭게 일하고 싶다는 바람으로부터 플랫폼 노동이 처음 등장할 수 있었다는 중요한 사실은 이따금 잊혀지곤 한다. II장에서 설명하였듯,

31 앞서 언급했듯, 중국에서 플랫폼이 개인 삶에 개입하는 양상은 국가의 권장과 지침에 따라 결정된다. 정부가 플랫폼 기업이 노동자들에게 최소한의 안정적인 대우를 보장하도록 압력을 행사하고 있기 때문에, 중국에서는 타 지역과는 다소 다른 양상으로 플랫폼 노동이 구성 및 재현되고 있는 것이다.

플랫폼 노동자들은 비교적 자유롭게 일하는 대신 고용 및 소득 불안정을 견뎌야 하는 반면, 전통적인 형태의 고용 노동자들은 그보다 안정적인 소득과 사회경제적 혜택을 보장받지만 촘촘한 감시와 관리 속에 쳇바퀴 돌듯 일해야 한다. 이 같은 "자유-억압"(노동 환경)과 "안정-불안정"(소득 및 고용)이라는 두 개의 축 사이에서 반드시 하나를 포기해야 하는 딜레마가 현재 노동자들이 처한 상황이다. 이를 양자택일 문제로 귀결시키지 않으려면, 플랫폼 노동자에게 안정적인 소득 및 고용을 보장하는 동시에, 전통적인 고용 노동자에게는 보다 자유롭고 인간적인 근로 환경이 주어져야만 한다. 자유로운 노동과 안정적인 소득 사이의 균형점이 어디쯤인지는, 오직 각 지역과 플랫폼의 개별적 맥락 속에서 결정 및 판단될 수 있다. 따라서, 본 논문은 중국의 배달 플랫폼 메이퇀와이마이를 집중적으로 조명하여, 중국이라는 특수한 지역적 틀에서 구성된 플랫폼 노동의 양상과 의미를 살펴보고자 했다.

III장, IV장과 V장에서는 중국에서 플랫폼 노동이 지닌 특수한 의미와 형태 및 양상을 설명했다. 이를 통해, 중국 플랫폼 노동의 특징들은 과거 중국의 노동 현장/환경과 이에 대한 노동자들의 불만 및 요구들에 의해 형성된 것임을 확인했다. 중국 사회에서 발견되는 플랫폼 노동의 지역적 특성은 크게 다음의 두 가지로 요약될 수 있다. 첫째, 중국의 기존 노동 환경 및 제도 전반을 고려할 때, 노동의 플랫폼화를 마냥 낙관할 수도 비관할 수도 없다는 것이다. 즉 플랫폼 노동은 중국 노동자들에게 노동 현장/환경 측면에서 긍정적인 변화를 가져다 준 동시에, 또 다른 측면에서 부정적인 영향도 함께 초래하였다. 중국 법률 및 제도 아래 노동관계와 노무관계는 그 정의가 명확하지 않아, 플랫폼 노동자들은 기존 하청업체 노동자들이 그러하였듯 회색지대에 속해 있으며, 이에 따라 온전하고 정당한 대우를 보장받기 어렵다는 사실을 III장에서 설명했다.

그럼에도 불구하고, 중국의 노동 환경은 아직 타 국가들에 비해 열악한 상황이고 노동자 권익 보장 수준이 낮은 편이기 때문에, 플랫폼 노동의 등장이 오히려 노동자들의 처지를 개선한 측면도 분명 존재했다. 예를 들어, IV장에서 중국의 공장 노동자들이 새롭게 플랫폼 산업으로 진입하면서 과거에 비해 확대된 자유를 얻게 됐다는 점, 그로 인해 이들 노동자가 다시는 공장 노동 현장으로 돌아가고 싶지 않다고 생각한다는 점, 그리고 중국 사회 내 빈곤 가정 출신 노

동자 및 비교적 학력 수준이 낮은 노동자들의 일자리가 늘어난 점 등에 대해 설명했다. 물론 다른 지역/국가와 비슷하게, 중국에서도 플랫폼 노동의 몇 가지 어두운 이면들이 포착되었다. 플랫폼 노동은 알고리즘에 의한 노동자 감시와 기계적인 관리를 용이하게 만들었을 뿐만 아니라, 노동자의 사회적인 지위를 기대만큼 향상시키지 못한 동시에 노조의 결성·유지에도 막대한 어려움을 초래하였다.

둘째, 중국의 플랫폼 노동은 중국 기업들이 지닌 특수한 성질에 의해 그 구체적인 양상이 정해졌다. 즉 중국 기업은 본질적으로 다양한 기능을 담당하는 경제적·사회적·정치적 조직이기 때문에, 플랫폼 노동자들은 메이퇀와이마이와도 단순히 경제적인 관계를 맺고 있을 뿐만 아니라, 그로부터 여러 기본적인 사회적 권리를 보장받는다거나, 또는 자연스럽게 사회 공익적인 가치를 습득하며 정치적인 활동에 간접적으로 참여하기도 했다. V장에서 설명하였듯이, 플랫폼 기업은 노동자들에게 직업교육 훈련 프로그램을 제공해 새로운 산업 및 직업군으로의 진입을 돕거나, 노동자 개인과 가족들에게 기초 의료보험을 제공해 최소한의 인간적인 권리를 보장하는 등 여러 종류의 사회적인 책임도 맡고 있다. 또한, 플랫폼 기업이 노동자들에게 적극적으로 공익적인 행동을 하도록 격려해, 중국 정부에서 지정한 '모범(模范)'을 학습시킬 뿐만 아니라 이들 노동자가 지역사회 네트워크에 편입되도록 돕는다는 점에서 정치적인 조직으로도 역할하고 있음을 확인했다.

본고가 밝힌 중국 플랫폼 노동의 특수성은, 플랫폼 노동자를 보호하는 제도적 기반을 조성하기에 앞서, 반드시 각 지역별 독특한 구조적·상황적 맥락에 대해 먼저 이해할 필요가 있음에 대해 인지하게 해 준다. 앞으로 중국과 나아가 세계 각지의 플랫폼 노동에 대한 논의가 활발히 이루어져 각 지역의 상황에 맞는 적합한 제도 기반이 갖춰지게 되기를, 그럼으로써 플랫폼 노동자들이 한층 더 자유롭고 안정적으로 일하게 될 날이 하루빨리 오기를 바란다.

투고일: 2023년 2월 14일 | 심사일: 2023년 10월 23일 | 게재확정일: 2023년 11월 29일

참고문헌

김경환·황선영. 2022. “중국 플랫폼노동자의 노동환경 연구: 음식배달산업을 중심으로.” 『아시아연구』 25(1), 43-54.

김주호. 2021. “플랫폼 노동 앞에 멈춰 선 시민권: 시민권의 관점에서 본 플랫폼 노동, 그리고 법의 한계.” 『현상과 인식』 45(3), 205-242.

김준영·권혜자·최기성·연보라·박비곤. 2018. 『플랫폼경제종사자 규모 추정과 특성 분석』. 한국고용정보원.

남재욱. 2021. “플랫폼 노동자의 노동상황과 일자리 만족도에 관한 연구.” 『노동정책연구』 21(2), 101-133.

박성국. 2021. “플랫폼 노사관계와 단체교섭: 음식배달·대리운전·퀵서비스 사례.” 『노동리뷰』 2021.01, 117-129.

박준희. 2022. “일본 플랫폼 노동자의 실태와 법적 쟁점.” 『국제노동브리프』 8월호, 53-62.

방강수. 2020. “플랫폼 아날로그 노동과 음식배달원의 근로자성.” 『노동법학』 (74), 79-120.

백승호. 2018. “불안정 노동의 확대와 복지국가 혁명.” 『월간 복지동향』 233, 27-33.

신솔아·신진욱. 2022. “플랫폼 노동자는 어떻게 연대하고 조직하는가: 독일 배달 노동자 조직 4개 사례 비교연구와 실천적 함의.” 『시민과 세계』, 141-196.

이승윤·백승호·남재욱. 2020. “한국 플랫폼노동시장의 노동과정과 사회보장제의 부정합.” 『산업노동연구』 26(2), 77-135.

이준용. 2022. “프랑스의 플랫폼 노동자 대표 선거와 노동정책의 주요 내용.” 『국제노동브리프』 20(7), 59-66.

장지연·이호근·조임영·박은정·김근주·Enzo Weber. 2020. 『디지털시대의 고용안전망: 플랫폼 노동 확산에 대한 대응을 중심으로』. 한국 노동연구원.

정수남. 2020. “거리 위의 프레카리아트: 배달앱 노동자의 삶과 실천감각.” 『Oughtopia』 35(2): 81-130.

정인철. 2023. “스페인: 라이더법을 둘러싼 쟁점.” 『국제노동브리프』 21(1), 66-71.

조임영. 2021. “프랑스의 플랫폼 노동에 관한 법제.” 『강원법학』 62, 47-90.

채석진. 2021. “배달 플랫폼 노동 청년들의 숨쉬기.” 조문영 엮음. 『문턱의 청년들』. 책과함께.

하은솔·이혜림·김수영. 2023. “혼자 일하는 청년들은 어떻게 연결되는가?: 청년 독립노동자의 사례를 중심으로.”『비판사회정책』78, 7-55.

한인상·신동윤. 2019. “플랫폼노동의 주요 현황과 향후과제.”『NARS 현안분석』76, 1-18.

황덕순·주진우·최봉. 2016. “서울시 청년 고용정책 평가와 정책과제.” 서울연구원 정책과제연구보고서.

彭倩文·曹大友. 2016. “是劳动关系还是劳务关系?-以滴滴出行为例解析中国情境下互联网约租车平台的雇佣关系.”『中国人力资源开发』第2期, 93-97.

魏一华·谭建平. 2018.“互联网经济下新型劳动关系的风险防范.”『社会科学前沿』第2期, 84-90.

李丽萍. 2014. “改革开放以来我国城镇非正规就业分析.”『经济体制改革』第6期, 27-31.

ILO. 2020. “中国数字劳工平台和工人权益保障.” 2020. 9.

美团网. 2022. “美团2021年度报告.”

看准网. 2022. “外卖配送员工资.” https://www.kanzhun.com/firm/wage/detail/1nB82tS_FlFTxIW7VPycRec~.html(검색일: 2023. 11. 12.).

共研网. 2023.“2022年中国外卖用户规模、市场规模及主要平台分析.” https://www.gonyn.com/industry/1332308.html(검색일: 2023. 11. 12.).

腾讯网. 2021. “众包, 专送, 优选的区别, 以及新该如何选择.” https://finance.eastmoney.com/a/202310302887342794.html(검색일: 2023. 11. 12.).

美团研究院. 2020. “2019年及2020年上半年中国外卖产业发展报告.” https://www.sohu.com/a/409725269_99900352(검색일: 2023. 11. 12.).

美团·公益基金会. 2022. “2021年度袋鼠宝贝公益计划.” https://www.meituan.com/csr/people/couriers-development/baby-kangaroo(검색일: 2023. 11. 12.).

美团外卖. 2019a. “骑手公益故事—独闯火场2次灭火 这位外卖小哥的救火视频‘燃’遍全网.” https://waimai.meituan.com/cpc/newsdetail.html?id=62(검색일: 2023. 11. 12.).

_____. 2019b. “骑手公益故事—超燃! 女子深夜被抢, 美团外卖小哥深夜飙车追贼几条街!”. https://waimai.meituan.com/cpc/newsdetail.html?id=60(검색일: 2023. 11. 12.).

_____. 2019c. “美团外卖骑手公益故事—小伙送外卖路上护送盲人大伯获赞‘最帅外卖小哥’.” https://waimai.meituan.com/cpc/newsdetail.html?id=59(검색일: 2023. 11. 12.).

_____. 2019d. “骑手公益故事—长春一居民家起火 外卖小哥集体变身消防员’.”https://waimai.meituan.com/cpc/newsdetail.html?id=67(검색일: 2023. 11. 12.).

问一问. 2022. “跑外卖一天跑多少公里.” https://zhidao.baidu.com/question/373874799283984524.html?qbl=relate_question_5(검색일: 2023. 11. 12.).

百度知道. 2021. “美团骑手保险理赔范围是怎样的.” https://zhidao.baidu.com/question/399461394761263445.html(검색일: 2023. 11. 12.).

小鑫谈车. 2022. “骑电动车一公里需要多少钱？比汽车、摩托车省多 少 ？ 用 数 据 告 诉 你”. https://baijiahao.baidu.com/s?id=1742637181893669872&wfr=spider&for=pc(검색일: 2023. 11. 12.).

数据军团. 2021. “美团(北京)工会正式成立(将打造互联网特色工会).” https://baijiahao.baidu.com/s?id=1720034446819721556&wfr=spider&for=pc(검색일: 2023. 11. 12.).

新京报. 2020. “外卖骑手职业可持续发展调查报告.”https://www.sohu.com/a/431357376_114988(검색일: 2023. 11. 12.).

新浪科技. 2021. “外卖平台, 制造‘忠诚骑手’.” https://finance.sina.cn/tech/2021-07-20/detail-ikqcfnca8003946.d.html?fromtech=1(검색일: 2023. 11. 12.).

新浪财经. 2022. “1300万外卖骑手, 从‘零工’走向‘职业’.” https://finance.sina.cn/tech/csj/2022-02-16/detail-ikyamrna1036544.d.html?fromtech=1(검색일: 2023. 11. 12.).

_____. 2023. “年轻人宁送外卖, 不进工厂.” https://finance.sina.cn/tech/2023-03-06/detail-imyixcpy0603277.d.html(검색일: 2023. 11. 12.).

新华网. 2021. “收入不低、工作灵活, 外卖骑手岗位吸引力不断扩大.” http://www.xinhuanet.com/politics/2021-07/07/c_1127629096.htm(검색일: 2023. 11. 12.).

深眸财经. 2023. “美团陷入无限战争.” https://36kr.com/p/2135856746152321(검색일: 2023. 11. 12.).

央视新闻网. 2023. “数字经济研究报告: 我国平台企业创造就业约2.4亿.” https://finance.sina.com.cn/jjxw/2023-02-25/doc-imyhxkkn8222976.shtml(검색일: 2023. 11. 12.).

电动车骑记. 2022. “价格不到3000元, 最高续航能达260公里, 适合外卖小哥的3款电动车.” https://baijiahao.baidu.com/s?id=1730434684019712932&wfr=spider&for=pc&sa=vs_ob_realtime(검색일: 2023. 11. 12.).

电商报. 2022. “美团第二期‘骑手上大学’开班.” https://www.dsb.cn/183841.html(검색일:

2023. 11. 12.).

电商报. 2021. “广州首家美团骑手工会正式成立.” https://www.dsb.cn/161461.html(검색일: 2023. 11. 12.).

第一财经. 2021. “2亿灵活就业者社保闯关：‘工伤’易行, ‘养老‘难破局.” https://www.yicai.com/news/101068067.html(검색일: 2023. 11. 12.).

职友集. 2023. “外卖骑手员工资收入.” https://m.jobui.com/salary/quanguo-meituanwaimaiqishou/(검색일: 2023. 11. 12.).

中国共产党新闻网. 2015. “中共十八届五中全会在京举行.” http://cpc.people.com.cn/n/2015/1030/c64094-27756155.html(검색일: 2023. 11. 12.).

中国劳工通报. 2019. “山东 第1/8个案例: 临沂美团外卖罢工.” https://clb.org.hk/zh-hans/content/%E5%B1%B1%E4%B8%9C-%E7%AC%AC18%E4%B8%AA%E6%A1%88%E4%BE%8B%EF%BC%9A%E4%B8%B4%E6%B2%82%E7%BE%8E%E5%9B%A2%E5%A4%96%E5%8D%96%E7%BD%A2%E5%B7%A5(검색일: 2023. 11. 12.).

中国工会新闻网. 2019. “广州首家即时配送领域工会正式成立网约送餐员有了‘职工之家’.” http://acftu.people.com.cn/n1/2019/0114/c81979-30526048.html(검색일: 2023. 11. 12.).

中国人大网. 2023. “紧跟新时代推进立法形式创新.” http://www.jlrd.gov.cn/xwzx/rdyw/202302/t20230215_8669264.html (검색일: 2023. 11. 12.).

澎湃新闻. 2022. “劳动论丨派遣工和外包工的前世今生(上).” https://m.thepaper.cn/newsDetail_forward_17164457 (검색일: 2023. 11. 12.).

Barratt, T., C. Goods, and A. Veen. 2020. “‘I’m My Own Boss…’: Active Intermediation and ‘Entrepreneurial’ Worker Agency in the Australian Gig-economy.” *Environment and Planning A: Economy and Space* 52(8), 1643–1661.

Calo, R. and A. Rosenblat. 2017. “The Taking Economy: Uber, Information, and Power.” *Columbia Law Review* 117(6), 1623–1690.

Chesta, R. E., L. Zamponi, and C. Caciagli. 2019. “Labour Activism and Social Movement Unionism in the Gig Economy. Food Delivery Workers Struggles in Italy.” *Partecipazione econflitto* 12(3), 819-844.

Davis, M. and J. Xiao. 2021. “De-Westernizing Platform Studies: History and Logics of Chinese and U.S. Platforms.” *International Journal of Communication* 15(2), 103-122.

Degner, A. and E. Kocher. 2018. "Arbeitskämpfe in der 'Gig-Economy'?" *Kritische Justiz* 51(3), 247-265.

Dubal, V. B. 2017. "The Drive to Precarity: A Political History of Work, Regulation, & Labor Advocacy in San Francisco's Taxi & Uber Economies." *Berkeley Journal of Employment and Labor Law*, 73-135.

Fabo, B., J. Karanovic, and K. Dukova. 2017. "In Search of an Adequate European Policy Response to the Platform Economy." *Transfer: European Review of Labor & Research* 23(2), 163–175.

Graham, M., I. Hjorth, and V. Lehdonvirta. 2017. "Digital Labour and Development." *Transfer* 23(2), 135–162.

Haidar, J. and M. Keune. 2021. "Introduction: Work and Labour Relations in Global Platform Capitalism." In Julieta Haidar, ed. *Work and Labour Relations in Global Platform Capitalism*, 1-27. Massachusetts, USA: Edward Elgar Publishing.

Hoang, L., G. Blank, and A. Quan-Haase. 2020. "The Winners and the Losers of the Platform Economy: Who Participates?" *Information, Communication & Society* 23(5), 681-700.

Kennedy, E. J. 2017. "Employed by an Algorithm: Labor Rights in the On-demand Economy." *Seattle University Law Review* 40(3), 987–1048.

Lei, Ya-Wen. 2021. "Delivering Solidarity: Platform Architecture and Collective Contention in China's Platform Economy." *American Sociological Review* 86(2), 279-309.

Marčeta, Petar. 2021. "Platform Capitalism: Towards the Neo-commodification of Labour?" In Julieta Haidar and Maarten Keune, eds. *Work and Labour Relations in Global Platform Capitalism*, 69-91. Massachusetts, USA: Edward Elgar Publishing.

Rosenblat, A. and L. Stark. 2016. "Algorithmic Labor and Information Asymmetries: A Case Study of Uber's Drivers." *International Journal of Communication* 10, 3758–3784.

Schor, J. B., W. Attwood-Charles, M. Cansoy, I. Ladegaard, and R. Wengronowitz. 2020. "Dependence and Precarity in the Platform Economy." *Theory and Society* 49(5), 833-861.

Steinberg, M. and J. Li. 2017. "Introduction: Regional Platforms." *Asiascape: Digital Asia* 4(3), 173-183.

Tassinari, A. and V. Maccarrone. 2020. "Riders on the Storm: Workplace Solidarity among Gig Economy Couriers in Italy and the UK." *Work, Employment and Society* 34(1), 35–54.

Vallas, S. P. 2019. "Platform Capitalism: What's at Stake for Workers?" *New Labor Forum* 28(1), 48–59.

Wood, A. J., M. Graham, V. Lehdonvirta, and I. Hjorth. 2019. "Good Gig, Bad Gig: Autonomy and Algorithmic Control in the Global Gig Economyalgorithmic Control in the Global Gig Economy." *Work, Employment and Society* 33(1), 56–75.

Wu, P. F., R. Zheng, Y. Zhao, and Y. Li. 2022. "Happy Riders Are All Alike? Ambivalent Subjective Experience and Mental Well-Being of Food-Delivery Platform Workers in China." *New Technology, Work and Employment* (37), 425–444.

Zheng, Y. and P. F. Wu. 2022. "Producing Speed on Demand: Reconfiguration of Space and Time in Food Delivery Platform Work." *Information Systems Journal* 32(5), 973-1004.

아시아리뷰 제13권 제3호(통권 29호), 2023

Abstract

Platform Labor as a Regional Phenomenon: The Case of Meituan Waimai

Hyun Jeong Kim Seoul National University
Hongjian Lin Seoul National University

This paper explores regional characteristics, meaning, and experience of platform labor by investigating a leading Chinese delivery platform company called Meituan Waimai. Specifically, we examine whether platform laborers are guaranteed more autonomy in Chinese society and what costs or hardships workers endure to gain said autonomy. We note that platform labor emerged as a solution to meet the needs of traditionally employed workers, who sought greater freedom in their work arrangements. Our findings reveal that the rise of platform labor expanded the range of employment options available to traditionally employed workers, significantly reduced the number of families in poverty, and made the transition into the labor market smoother for the socially disadvantaged class. On the other hand, we observe that the platformization of labor in China, like in other regions, enables the algorithmic surveillance and control of laborers and potentially makes it difficult for workers to unionize. Moreover, this paper demonstrates that Chinese gig platform companies serve as economic, political and social entities. Meituan Waimai plays a political role as it actively instructs its workers to align with the social values endorsed by the Chinese government. It also plays a social role by offering workers minimal social security and job education and training,

thereby enabling them to pursue opportunities for better occupations. As such, platform labor takes on specific characteristics within the unique structural and situational contexts of each society. Therefore, platform labor should be examined and understood as a regional phenomenon.

Keywords | Platform labor, delivery app workers, worker's autonomy, dependent self-employed workers, labor relations