

01

선한 얼굴의 '빅브라더' 구글 — 구글의 불법적 개인정보 수집 논란

김익현 지디넷코리아 미디어연구소장



들어가며

조지 오웰의 <1984>는 소설이자 예언서다. 소설 속 절대 권력자 ‘빅브라더’는 텔레스크린을 이용해 모든 사람을 철저하게 감시한다. 생활과 행동, 말처럼 겉으로 드러난 것들만 감시하는 게 아니다. 머릿속 생각까지 지배한다. 작가는 이런 설정을 통해 감시당하면서 인간성이 말살되는 암울한 미래상을 실감나게 그려냈다.

소설 속 배경이 된 1984년이 저물었을 때, 많은 사람은 “조지 오웰이 틀렸다”고 외쳤다. 그때까지만 해도 소설 속 디스토피아 세계는 그 어디에도 없었기 때문이다. 그저 작가가 스탈린의 절대 통치를 비판한 것으로 이해했다. 적어도 그 때는 그렇게 생각했다.

하지만 인터넷 시대가 되면서 <1984>의 암울한 예언이 그대로 실현됐다. 오웰이 경고했던 ‘빅브라더’가 현실 속에서 구현되고 있다. 물론 21세기의 빅브라더는 무서운 독재자의 얼굴을 하고 있진 않다. 더없이 친근한 얼굴을 한 구글, 페이스북 같은 거대 IT 기업들이 새로운 빅브라더다. 이들은 이용자들의 사생활을 날 것 그대로 들여다보고 있다. 내가 어디서 누구를 만났는지, 어떤 물건을 샀는지 빠짐없이 살핀다. 심지어 무슨 생각을 하며, 지금 어떤 것을 갖고 싶어 하는지도 알고 있다. 페이스북의 케임브리지 애널리티카(Cambridge Analytica) 스캔들¹⁾에서 볼 수 있는 것처럼 때론 개인정보 유출 사고로 이용자들이 피해를 보기도 한다.

IT 기업들이 개인정보 수집에 많은 공을 들이는 이유는 수입과 직결되기 때문이다. 이들은 대부분 방대한 정보를 바탕으로 콘텐츠부터 광고까지 맞춤형 서비스를 제공한다. 최근 들어 빅데이터 분석이나 지리 정보 기술이 발달하면서 개인정보의 활용도는 훨씬 더 높아졌다. 특히 온라인 광고가 주된 수익 모델인 구글이나 페이스북에 개인정보는 매출의 근원이다. 거대 IT 기업 중 유독 구글과 페이스북이 개인정보 관련 공방에 단골로 거론되는 건 이런 사정과 밀접한 관련이 있다. 페이스북은 소셜 그래프 검색(social graph search)을 통해 개인의 인맥과 사회 활동을 밀도 높게 파악하고 있다.

개인정보 수집 공방과 관련해선 구글이 훨씬 오랜 역사를 갖고 있다. 검색으로 사업을 시작한 구글은 크롬 브라우저, 지메일 등 다양한 서비스로 영역을 확대해 왔다. 2010년대 들어선 안드로이드 운영체제(OS)를 선보이면서 대표적

1) 케임브리지 애널리티카는 영국의 정치 컨설팅 회사다. 이 회사는 2018년 초 페이스북에서 구동되는 성격 퀴즈 앱을 활용해 이용자들의 각종 정보를 취득한 뒤 정치적인 목적으로 사용한 사실이 드러나면서 논란이 됐다. 이 사건 여파로 페이스북의 개인정보 관리 문제에 대해서도 큰 의구심이 제기됐다.

인 모바일 플랫폼으로 자리잡았다. 이렇게 성장해 오면서 구글의 개인정보 수집 경로가 다양해졌을 뿐 아니라 수집 방법도 훨씬 더 정교해졌다.

구글의 이용자 정보 수집 방법은 크게 두 가지로 나눌 수 있다. 구글은 이용자들이 '능동적으로' 직접 정보를 제공하도록 만들기도 한다. 유튜브, 지메일, 검색 같은 구글의 각종 애플리케이션을 사용하기 위해 로그인하면서 정보를 제공하는 것이 이런 방식에 속한다. 반면 각종 애플리케이션을 도구로 활용해 정보를 수집하기도 한다. 이용자 입장에서 '수동적으로' 정보를 제공하게 된다. 이때는 플랫폼(안드로이드, 크롬), 애플리케이션(검색, 유튜브, 구글 맵), 퍼블리싱 도구(구글 애널리틱스, 애드센스), 광고 툴(애드몹, 애드워즈) 등 다양한 도구를 활용한다.²⁾

이 중 검색은 구글의 출발점이다. 창업자인 래리 페이지와 세르게이 브린의 대학원 과제가 출발점이 된 구글은 순식간에 검색 시장의 판도를 뒤흔들었다. 그때까지 검색 시장을 주도했던 알타비스타, 야후 같은 업체들을 순식간에 따돌렸다.

그런데 구글 검색은 지나치게 똑똑했다. 그러다 보니 숨겨져 있는 개인정보를 가감 없이 찾아낼 수 있었다. 구글이 검색시장의 지배적 사업자로 떠오른 이후 구글 검색의 사생활 침해 가능성에 대한 경고가 끊이지 않았다. 15년 전 구글과 미국 IT전문매체 씨넷(CNet) 간의 갈등은 구글의 개인정보 무차별 수집이 얼마나 큰 위협이 될 수 있는지 잘 보여줬다.

구글 검색 둘러싼 갈등

에릭 슈미트와 씨넷의 공방

2005년 8월 미국 IT전문매체 씨넷에는 흥미로운 기사가 실렸다. 불과 30분 정도의 구글 검색을 통해 당시 구글 최고경영자(CEO)였던 에릭 슈미트에 관한 각종 정보를 쉽게 찾을 수 있었다는 내용이었다. 기사엔 에릭 슈미트와 관련된 구체적인 개인정보가 빼곡하게 담겨 있었다.³⁾

이들테면 당시 50세인 에릭 슈미트는 2004년 기준 자산이 15억 달러에 이르며, 2005년 초 9,000만 달러 가량의 구글 주식을 매각했다고 소개했다. 또 그 무렵 구글 주가가 300달러로 상승하자 최소 5,000만 달러 가량을 또 팔았다

2) Schmidt, D. (2018). Google data collection, URL: <https://static.poder360.com.br/2018/08/DCN-Google-Data-Collection-Paper.pdf>

3) Mills, E. (2005, 8, 3). Google balances privacy, reach. <CNet>. URL: <https://www.cnet.com/news/google-balances-privacy-reach-1/>



고 적었다. 슈미트가 아내와 거주하는 주택을 비롯해 당시 대통령 후보였던 엘 고어 후원 모임을 했던 내용도 소개했다. 특히 그 행사에서 슈미트의 아내가 엘튼 존의 노래에 맞춰 엘 고어와 댄스를 한 사실도 있다고 적었다. 당사자인 에릭 슈미트 뿐 아니라 구글 측이 이 기사에 발끈해 한 동안 씨넷 기자와의 접촉을 피했을 정도였다.

씨넷이 이런 기사를 쓴 건 구글 검색의 사생활 침해 우려를 보여주려는 의도 때문이었다. 당시 씨넷은 ‘검색되는 정보’만으로도 이 정도 개인정보를 쉽게 찾을 수 있다면서 더 무서운 것은 오히려 ‘숨어 있는 콘텐츠’라고 경고했다. 다른 사람들은 볼 수 없는 구글 서버에 저장된 정보들이 정말 위험한 존재란 얘기였다. 누군가 구글 서버에 접속할 경우엔 심각한 상황이 초래될 수도 있다고 경고했다.

검색엔진들은 일반적으로 이용자들이 검색할 때마다 검색어, 방문한 웹사이트, IP 주소, 사용한 브라우저 등의 정보를 저장한다. 게다가 구글은 지메일 서비스가 있어서 개인 식별 정보도 함께 갖고 있다. 이런 정보들이 결합될 경우엔 개인에 대한 정교한 추적이 가능해진다. 구글의 개인정보 침해 위험을 경고한 씨넷의 기사는 “해커들이나 정부 수사기관, 혹은 구글이 설정한 윤리 기준에 못 미치는 내부자들이 이런 정보들을 손에 넣을 경우엔 엄청난 피해로 이어질 수 있다”고 경고했다.

그때 이후 구글이 '정보화시대의 빅브라더'가 될 것이란 우려는 끊이지 않았다. 특히 빅데이터 분석 기술이 발달하면서 이런 우려는 더 현실이 됐다. 미국 월마트가 데이터 분석 기술을 통해 부모도 모르는 고등학생 딸의 임신 사실을 먼저 알고 임신 상품 할인 쿠폰을 보낸 사례는 검색 기술이 얼마나 촘촘한 감시망을 구축하고 있는지 잘 보여준 대표적인 사례였다.⁴⁾

구글의 정보수집

능동적 방식과 수동적 방식

2010년대 들어 구글은 안드로이드 운영체제의 개발과 함께 모바일 플랫폼 강자로 발돋움했다. 안드로이드는 전 세계 월간 이용자가 20억 명을 웃돌 정도로 폭넓게 보급돼 있다. 비교적 폐쇄된 생태계를 고수하는 아이폰과 달리 안드로이드는 상대적으로 개방된 시스템이다. 게다가 애플과 달리 구글은 스마트폰 단말기 사업은 크게 신경쓰지 않고 있다. 그러다 보니 겉으로 드러난 모양은 애플보다 훨씬 개방적인 이미지를 갖고 있다.

하지만 구글은 안드로이드를 통해 운영체제의 강자로 떠오른 이후 끊임없이 개인정보 불법 수집 논란에 휘말렸다. 무엇보다 이용자의 위치정보를 실시간으로 추적할 수 있기 때문에 데스크톱 시대와는 비교할 수 없을 정도로 강력한 감시망을 만들어낸다. 물론 구글 서비스들은 위치 정보를 사용할 땐 이용자들에게 동의를 구한다. 구글 맵 같은 경우 위치 정보에 접속할 수 있도록 허락하지 묻는다. 이 요구에 응할 경우 구글 맵이 타임라인에 활동 이력을 기록한다.

그런데 분 단위로 기록된 이런 정보들은 프라이버시 침해 우려가 적지 않은 편이다. 경찰들도 이런 정보를 이용해 범죄 용의자 체포 영장 발급 등에 활용해 왔다. 그래서 구글은 위치 기록(location history)을 차단할 수 있도록 해놨다고 홍보해 왔다. 개인들이 정보 공유를 원하지 않을 경우엔 추적하지 못하도록 설정할 수 있다고 해명해 왔다. 그런데 구글의 해명과 달리 위치 기록을 중단시켜도 계속 추적한다는 사실이 공개돼 한바탕 논란이 일었다.

구글의 집요한 정보 추적과 이중성을 폭로한 대표적인 인물이 미국 밴더빌트대학의 더글러스 슈미트(Douglas Schmidt) 교수다. 슈미트 교수는 2018년 '구글 데이터 수집(Google Data Collection)'이란 논문을 통해 구글이 이용자

4) 권오성 (2016. 2. 11), 부모도 모르는 딸의 임신, 대형마트는 알고 있다. <한겨레신문>. URL: http://www.hani.co.kr/arti/economy/economy_general/729868.html



의 개인정보를 어떻게 치밀하게 수집하는지 자세하게 소개했다. 논문에서 소개한 구글의 개인정보 수집 방법은 전방위에 걸쳐 있었다.⁵⁾

논문에 따르면 구글이 개인정보를 긁어가는 두 축은 안드로이드와 크롬이다. 안드로이드 기기에 설치된 구글 플레이에서 앱을 다운받으려면 구글 계정을 만들어야 한다. 이때 이름, 전화번호, 이메일 정보를 입력해야 한다. 이 계정은 구글이 개인정보를 수집하는 핵심 관문 역할을 한다. 구글 페이 같은 서비스에 등록할 때는 신용카드, 우편번호, 생년월일 정보를 수집해간다.

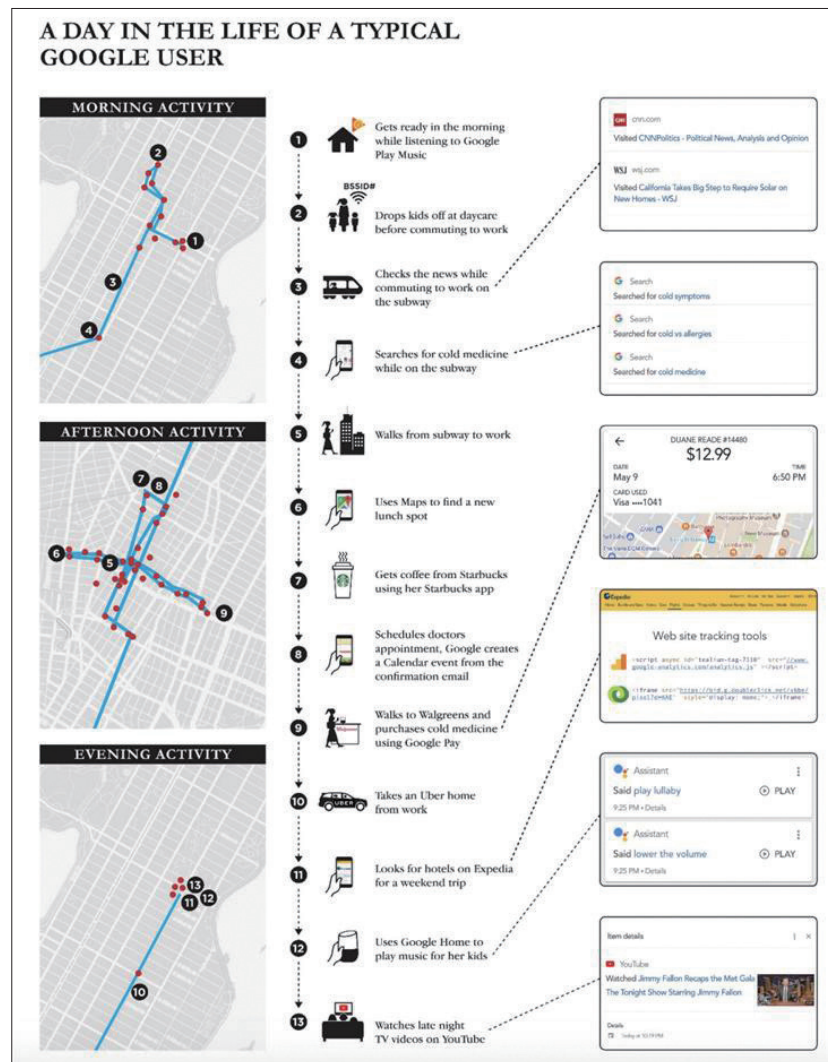
크롬은 안드로이드처럼 의무적으로 정보를 입력할 필요는 없다. 하지만 자동완성(autofill) 기능 등을 통해 핵심 개인정보를 긁어간다. 자동완성은 신용카드를 비롯한 결제정보나 패스워드뿐 아니라 방문했던 사이트의 URL까지 알아서 채워주는 기능이다. 구글은 이런 정보들을 사용자의 PC 드라이브에 저장해놓는다. 하지만 구글 계정을 통해 크롬에 로그인한 뒤 동기화(sync)를 하게 되면 이 정보들이 그대로 구글 서버로 전송된다.

이런 개인정보만 수집하는 게 아니다. 크롬에 로그인한 상태에서 웹페이지에 접속하게 되면 곧바로 브라우징 이력을 비롯해 패스워드, 쿠키, 웹 사이트 접속 정보, 다운로드 이력 등 각종 정보를 바로 구글로 전송한다. 안드로이드 역

5) 앞의 Schmidt, D. (2018).

시 사용하는 기기 유형을 비롯해 이용자 이름, 스마트폰에 앱을 인스톨한 정보 같은 것들을 주기적으로 구글 서버로 전송한다. 스마트폰에서 어떤 앱이든 접속할 때마다 이런 정보들이 구글로 보내지게 된다.

[그림 1] 일반적인 구글 이용자의 전형적인 하루⁶⁾



6) 앞의 Schmidt, D. (2018).

슈미트 교수는 이용자들이 아침에 일어날 때부터 저녁에 잠자리에 들 때까지 구글이 어떤 방식으로 개인정보를 수집해가는지 그래픽으로 정리했다. 그것이 [그림 1]이다. [그림 1]에 따르면 일반적인 구글 기기나 서비스 이용자들은 사실상 종일 구글의 감시를 받으면서 생활한다는 것을 알 수 있다. 그래픽만 보면 구글은 ‘정보화시대의 빅브라더’라고 불러도 크게 어색하지 않다.

불법 정보수집 관련 소송

① 크롬 ‘시크릿 모드’

개인정보를 무단 추적해 온 구글은 그동안 여러 곳에서 사생활 침해 관련 소송에 휘말렸다. 특히 유럽연합(EU)에서 일반개인정보보호법(GDPR)이 발효되자마자 곧바로 제소당했다. 첫 테이프를 끊은 것은 프랑스였다. 프랑스 데이터 보호 기관인 국가정보자유위원회(CNIL)는 2019년 1월 구글의 개인정보 처리 과정이 적절하지 않았으면서 5,000만 유로(약 640억원) 벌금을 부과했다. 구글은 이 조치에 불복하면서 항소했지만 2020년 6월 열린 항소심에서도 패소했다.⁷⁾

EU에서 전개된 소송의 핵심 쟁점은 구글의 개인정보 처리 과정이 투명하지 않다는 점이었다. 개인정보를 제공받을 때 명확한 동의 절차를 거쳐야 한다는 GDPR의 규정을 제대로 지키지 않은 게 문제가 됐다.

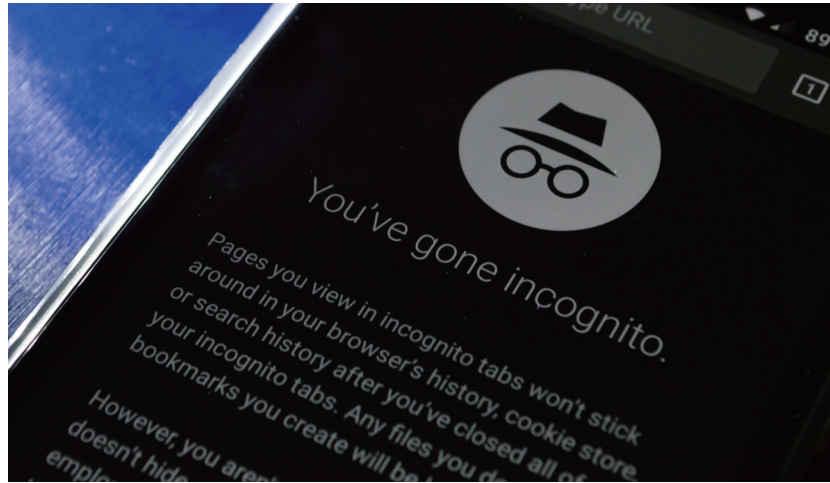
구글은 올해 들어 6월과 7월 연이어 미국에서 집단 소송에 휘말렸다. 이번 집단 소송에선 구글이 개인정보를 수집하면서 소비자들을 기만한 것이 쟁점이 됐다.

6월 제기된 첫 집단소송은 크롬 브라우저에서 개인정보를 무단 수집한 부분을 문제 삼았다. 미국 뉴욕의 로펌인 보이스 쉐러 플렉스너(Boies Schiller Flexner LLP)는 크롬 브라우저에서 시크릿 모드(Incognito mode)로 설정한 경우에도 이용자들의 사생활 정보를 훔쳐 갔다면서 캘리포니아 북부지역법원에 집단소송을 제기했다.⁸⁾

구글은 그동안 크롬 브라우저에서 시크릿 모드를 설정할 경우 인터넷 사용 기록, 쿠키 및 사이트 데이터 또는 양식에 입력된 정보를 저장하지 않는다고 주장해 왔다. 하지만 소장에 따르면 이런 주장과 달리 시크릿 모드를 설정한 경우에도 구글은 이용자들의 브라우저 이력을 비롯한 세세한 정보까지 비밀리

7) 우예진 (2019. 1. 22), 프랑스, 개인정보 취득 규칙 위반한 구글에 약 640억원 벌금 부과. <중앙일보>. URL: <https://news.joins.com/article/23310813>

8) Brown et al v Google LLC et al, U.S. District Court, Northern District of California, No. 20-03664



에 수집해 왔다. 특히 정보수집을 하는 데는 구글 애널리틱스, 구글 애드 매니저를 비롯해 스마트폰 앱 등 다양한 수단들이 동원됐다고 소송 제기자들은 주장했다. 이번 소송은 안드로이드 기기를 이용해 크롬 브라우저를 이용한 모든 사람이 참여할 수 있는 집단 소송이다. 이들은 집단 소송을 통해 구글과 모회사인 알파벳에 최소 50억 달러 손해배상을 요구했다.

구글 애널리틱스와 애드 매니저 등의 툴은 이용자들이 웹페이지를 방문할 때마다 적극적으로 자동 추적할 수 있도록 고안됐다. 구글 입장에선 이용자 개인정보를 수집하기에 더없이 좋은 도구였다. 소장에서는 뉴욕타임스 사이트를 예로 들었다. 크롬에서 '시크릿 모드'로 설정한 뒤 뉴욕타임스 사이트를 접속할 경우, 구글 애널리틱스와 구글 애드 매니저가 계속 데이터를 수집한 뒤 구글 서버로 보낸다.

하나의 로그인 정보를 통해 여러 구글의 애플리케이션에서 동시에 인증할 수 있는 싱글사인온(SSO) 역시 개인정보를 추적하는 중요한 도구였다. SSO 버튼은 코드 내에 다양한 추적 기능을 심어 놔기 때문에 크롬과 유사한 여러 정보를 실시간으로 수집한 뒤 구글 서버로 보낸다.

소송 제기자들은 '이용자가 어떤 설정을 해놓더라도(no matter what settings a user chooses)⁹⁾ 이 모든 과정이 그대로 작동된다고 강조했다. 이런 근거를 토대로 소송 제기자들은 구글이 "고의로 소비자들을 기만(intentionally

9) 본문 볼드체는 소송 제기자들이 소장에서 강조한 부분이다.

deceive consumers)”했다고 주장했다.

그렇다면 구글은 왜 이렇게 이용자의 개인정보를 추적하는 것일까? 이용자들에겐 맞춤형 서비스를 제공하는 측면이 있다. 하지만 결국은 구글의 핵심 수익 모델인 광고 비즈니스의 기본 정보로 활용하기 위해서다. 소장에선 그 부분을 이렇게 묘사했다.

“구글은 이용자나 파트너 웹사이트들의 이익을 위해 봉사하는 수준에 머무르지 않는다. 광고 상품을 개선해 더 많은 매출을 올릴 수 있도록 하는 데 이 데이터들을 활용하고 있다.”

이 과정에서 구글은 ‘시크릿 모드’를 설정할 경우엔 전혀 추적되지 않는다고 홍보함으로써 소비자들을 기만했다. 소송 참가자 중 어느 누구도 ‘시크릿 모드’로 브라우저를 할 때 자신들의 개인정보가 추적될 것이라고 생각한 사람은 아무도 없었다는 것이다.

② 안드로이드

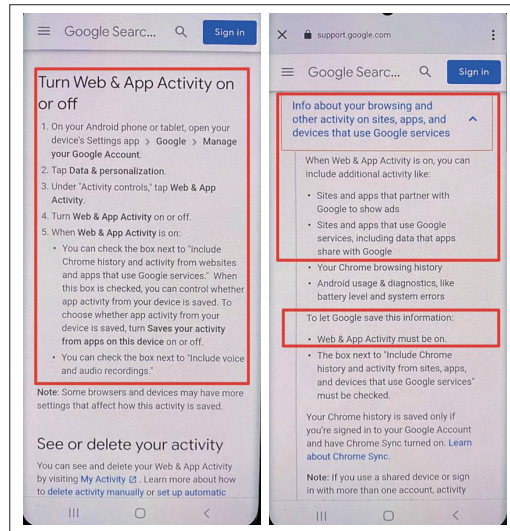
크롬의 데이터 불법 수집 문제로 집단 소송을 제기한 보이스 쉐러 플렉스너 로펌은 한 달 뒤인 올해 7월엔 모바일 앱에서 사용자의 정보를 무단 수집한 혐의로 또다시 구글과 모회사인 알파벳을 제소했다. 이 소송에서도 역시 구글이 강조한 대로 각종 정보 추적 기능을 끈 뒤에도 계속 정보를 수집해가는 점이 문제가 됐다.¹⁰⁾

구글은 그동안 안드로이드에서 ‘웹 및 앱 활동’ 기능을 끌 경우엔 정보 수집 활동을 멈추게 된다고 강조해 왔다. 구글은 프라이버시 정책을 통해 “여러분의 정보는 여러분들이 통제할 수 있다”라고 천명했다. 하지만 프라이버시 보호를 위해 ‘웹 및 앱 활동’ 기능을 끄더라도 구글이 계속 정보를 추적하고 수집한다고 소송 제기자들은 주장했다.

모바일 앱에서 정보 추적을 하는 핵심 도구는 2014년 구글이 인수한 파이어베이스(Firebase)였다. 구글은 파이어베이스를 인수한 이후로 많은 모바일 앱 페이지 인덱스를 수집해 왔다. 파이어베이스는 앱 제작자들이 각종 데이터를

10) Rodriguez, et al. v. Google LLC, et al., Case No. 3:20-cv-4688, in the U.S. District Court for the Northern District of California.

[그림 2] 구글의 '웹&앱 활동' 기능 관련 설명. 차단하면 개인정보를 추적하지 않는다고 설명하고 있다.¹¹⁾



저장하고, 공지와 광고를 보내며, 클릭을 추적할 때 사용하는 소프트웨어다. 안드로이드 생태계에서 모바일 앱을 제대로 개발하기 위해선 파이어베이스 개발자도구킷(SDK)는 필수품이나 다름없다.

이들테면 안드로이드 운영체제, 광고 서비스, 애널리틱스 같은 구글 서비스에 접속하기 위해선 반드시 파이어베이스 SDK를 사용해야 한다. 구글 애널리틱스를 제대로 활용하기 위해선 파이어베이스 SDK를 반드시 활용해야 한다. 소장에 따르면 현재 유통되고 있는 안드로이드 앱 중 150만개 가량이 파이어베이스 SDK를 활용하고 있다.

그런데 구글은 바로 이 파이어베이스 SDK를 통해 이용자들이 앱과 소통하는 것을 기록해 왔다. 이용자들이 어떤 콘텐츠를 보는지, 어떤 콘텐츠를 새롭게 생성하고 공유하는지 손바닥 들여다보듯이 바로 파악했다. 구글이 권고한 대로 위치추적 기능을 켜둘 때도 파이어베이스 SDK를 활용해 사용자들의 각종 상황을 계속 추적해 왔다. 구글은 이렇게 수집한 정보를 활용해 자신들의 상품 품질을 높여 왔다. 구글의 자랑인 맞춤형 광고가 대표적이다.

결국 구글은 구글 애널리틱스를 이용해 웹 사이트에서 자동으로 정보를 가져가고, 파이어베이스로는 앱의 각종 정보를 추적 및 수집하고 있다. 이런 활

11) 앞의 Rodriguez, et al. v. Google LLC, et al. (2020, 7).

동은 구글 앱뿐 아니라 각종 서드파티 앱에서도 그대로 작동됐다. 소장에선 뉴욕타임스, 이코노미스트 같은 언론사 앱뿐 아니라 듀오링고, 알리바바, 리프트, 샤잠 등 인기 앱에서도 구글은 예외 없이 개인정보를 수집해갔다고 주장했다.

그렇다면 구글은 왜 이렇게 개인정보 수집에 공을 들이는 걸까? 앞에서 지적한 대로 구글의 핵심 비즈니스 모델인 광고 사업의 품질을 좀 더 향상하기 위해서다. 사용자들로부터 무차별적으로 수집한 개인정보는 ‘구글 비즈니스의 절대적인 부분’이기 때문이다. ‘구글 데이터 추적’ 논문을 썼던 더글러스 슈미트 교수는 “갑시 자본주의란 말이 이 상황에 완벽하게 들어맞는 용어다”고 주장했다.¹²⁾

문제는 이런 상황이 모바일 앱 이용자들은 전혀 알지 못하는 가운데 벌어지고 있다는 점이다. 파이어베이스는 보통 앱 내부에서 작동하며, 이용자들은 그 존재를 알아볼 수 없게 돼 있기 때문이다. 게다가 구글은 대외적으로는 “이용자들이 자신의 정보를 통제할 수 있다”면서 이런 상황을 전혀 짐작할 수 없도록 했다.

이처럼 최근 연이어 제기된 구글의 개인정보 무단 수집 관련 소송은 크게 두 가지 부분을 문제 삼았다. 가장 우선적으로 구글이 각종 서비스와 도구들을 활용해 개인정보를 무단으로 수집하고 있다는 점이다. 그 중엔 지메일이나 구글 애널리틱스 같은 구글 서비스를 쓰기 위해 이용자들이 ‘능동적으로’ 제공한 정보도 있다. 하지만 무심코 웹 브라우저를 하거나 모바일 앱을 사용할 때 실시간으로 수집해가기도 한다. 특히 사용자들의 편의성 제고를 위한 기능으로 여겨졌던 SSO가 사실은 개인정보를 수집하는 핵심 창구 역할을 했다는 점도 놀라운 부분이다.

하지만 더 큰 문제는 구글이 이 모든 과정을 철저하게 은폐해 왔다는 점이다. 구글은 크롬 ‘시크릿 모드’를 사용하면 절대 추적되지 않는다고 공언해 왔다. 모바일 앱에서도 ‘웹 및 앱 활동’ 기능을 차단하면 안전하다고 홍보해 왔다. 프라이버시 정책에선 “여러분의 정보는 여러분 개인이 통제할 수 있다”고 천명해 왔다. 하지만 최근의 여러 연구나 각종 소송을 통해 대외적으로 공표한 이런 정책과 실제 운영 상황은 굉장히 다르다는 정황이 속속 드러나고 있다.

12) 앞의 Schmidt, D. (2018).

나가며

두 얼굴의 구글

구글은 대표적인 혁신 기업이다. 출범할 때부터 '사악해지지 말자(Don't be evil)'는 모토를 내세웠다. 많은 기업이 홈페이지에 지저분한 광고를 덕지덕지 붙일 때도 구글은 깔끔한 첫 화면을 유지했다. 지메일이나 크롬 같은 멋진 응용 프로그램들도 무료로 서비스했다.

모바일 플랫폼 사업자로 변신한 뒤에 보인 모습도 마찬가지였다. 공들여 개발한 안드로이드 운영체제를 무료로 제공했다. 폐쇄정책으로 일관한 애플이 '월드가든(walled garden)'이란 비판을 받을 때도 구글은 개방정책으로 많은 안드로이드 동맹을 확보했다.

하지만 구글의 실제 모습은 이런 이미지와는 사뭇 달랐다. 소비자들에게 공짜 선물인 줄 알았던 크롬, 지메일, 구글 애널리틱스 같은 도구들은 구글 비즈니스의 알곡이나 다름없는 개인정보를 거둬들이는 창구 역할을 했다. 구글의 각종 서비스를 이용하는 대가로 무료 제공했던 안드로이드 역시 모바일 앱 활동을 추적하는 특급 정보원이었다.

서두에서 조지 오웰의 <1984> 얘기를 했다. 그 소설의 배경인 오세아니아는 '빅브라더가 지배하는 나라'다. 빅브라더의 권력은 철저한 감시와 추적에서 나왔다. 모든 국민들의 사생활을 낱알이 들여다보면서 철저하게 통제했다. 조지 오웰의 그 소설은 구소련을 비롯한 동구권 전체주의 국가들의 철저한 감시 시스템을 비판한 작품이다.

많은 사람들은 <1984>를 읽으면서 '소설 속이나 있음직한 이야기'라고 생각했다. 적어도 민주화된 국가에서는 <1984> 같은 감시 속에서 살아가는 사람들은 없기 때문이다. 인터넷이나 모바일 시대가 본격화되기 전까지만 해도 빅브라더 같은 감시를 가능하게 해 줄 기술도 존재하지 않았다.

하지만 첨단 IT 기술과 빅데이터 분석 능력이 향상되면서 이런 상식도 조금씩 흔들리고 있다. 많은 사람이 인터넷에 접속할 때 사용하는 크롬 브라우저는 개인정보를 빨아들이는 숨 같은 존재가 됐다. 스마트폰의 각종 기능을 쓰는 데 핵심 기반이 되는 GPS나 와이파이, 위치정보 같은 것들도 이용자를 실시간으로 추적하는 데 활용되고 있다.

조지 오웰의 '빅브라더'는 악인의 얼굴을 하고 있다. 잔인하고 무서운 독재자다. 반면 구글은 '선한 기업'을 표방한다. 여전히 이용자의 복지와 편리를 중요한 가치로 내세우고 있다. 그래서 사람들은 개인정보를 자발적으로 제공하면서도 섬



뜬다는 느낌을 갖지 않는다. 당장 피부로 느낄 수 있는 폭력이나 피해는 없기 때문이다.

하지만 최근의 연이은 소송을 통해 드러난 구글의 뒷모습은 결코 선하지 않다. '빅브라더' 못지않게 이용자들을 철저하게 감시하고 있다. '감시의 눈'을 통해 수집한 각종 정보는 자신들의 비즈니스를 키우는 데 사용하고 있다. 게다가 구글 이용자들은 자신들이 감시당하고 있다는 사실조차 모른 채 생활하고 있다. 게다가 구글의 각종 서비스 없이는 하루도 제대로 생활하기 힘든 상황이 됐다. '선한 얼굴로 감시하는' 구글은 그래서 더 무서운 존재다. 🤖