

# 개인정보의 정치학

6 성기진 (퀸즈대 철학박사, 웹 프로그래머)



## 파놉티콘과 프라이버시 불감증

‘최대 다수의 최대 행복’이라는 공리주의 사상을 주창한 18세기 영국의 법학자 제러미 벤담 Jeremy Bentham은 교도소를 설립하는 데 전재산을 투자했다가 결국 파산했다고 전해진다. 벤담이 세우려고 했던 교도소는 그가 고안해 낸 ‘파놉티콘 Panopticon’이라는 형태의 건축물이었다. 최소한의 비용과 최대한의 효과를 강조하는 공리주의자의 아이디어답게, 죄수들을 원형으로 배치하고 그 중앙에 감시탑을 둔 파놉티콘의 목적은 최소한의 인력으로 최대한 많은 죄수들을 감시하는 것이었다. 벤담의 생전에는 이루어지지 못했지만, 파놉티콘의 원리는 교도소는 물론 현대의 공장, 학교, 병원, 사무실 등의 디자인에 큰 영향을 미쳤다. 구석구석마다 CCTV 카메라가 설치된 현대의 도시는 그 자체가 거대한 파놉티콘이기도 하다.



벤담의 디자인을 기초로 1928년에 세워진 쿠바의 프레디시오 모델로 교도소

사이버 공간에서도 감시의 시선은 흔들리지 않는다. 9/11 테러 이후 이슬람 과격분자 색출에 혈안이 된 미국의 경우, 하루 1천억 통 이상의 메일을 감시하고 분석하는 시스템이 가동중이라고 한다. 이렇게 소수의 감시자들이 다수를 철저하게 감시하는 사회 구조를 프랑스의 철학자 미셸 푸코(Michel Foucault)는 ‘파놉티콘주의(Panopticism)’라고 부른다. 그러나 국가 기관의 스파이들만이 현대인의 사생활을 캐묻고 다니는 것은 아니다. ‘빅 데이터’라는 신조어가 대변하는 소셜네트워크 서비스(SNS)들, 인터넷 검색 사업자, 대형 쇼핑몰들은 웬만한 정보기관도 부러워할 만큼 막대한 양의 개인정보를 보유하고 있다. 게다가 대부분의 사람들은 인터넷 상의 각종 서비스에 가입하면서 아무 거리낌 없이 개인정보를 제공한다. 같은 정보를 국정원이 수집했다면 ‘민간인 사찰’이라며 한바탕 난리가 벌어졌을 텐데, 페이스북이 수집하니 괜찮다고 여기는 것이다. 특히 인터넷에 대한 어떤 거부감도 없이 자라는 어린이, 청소년, 대학생들의 프라이버시 불감증은 무서울 정도이다. 카카오톡으로 속마음을 털어놓고 구글로 포르노를 검색하면서도 자신의 일거수일투족이 얼골도 모르는 누군가의 서버로 전송된다는 사실에 전혀 불안해하지 않는 모습은, 단지 IT 기술에 대한 이해가 부족하기 때문만은 아닌 것 같다. 파놉티콘 신봉자들을 무색하게 할 정도로 자발적으로 사생활을 떠벌리고 다니는 것을 정상으로 여기는 세상이 된 것이다. 심지어 미국의 어느 잡지는, 페이스북에 사생활을 털어놓지 않는 사람은 다른 애인을 숨기고 있거나 변태적인 취미를 가졌을 수도 있으니 사귀지 말라는 조언(?)을 하기도 했다.

지그문트 바우만(Zygmunt Bauman)과 데이비드 라이온(David Lyon)은 이렇게 기업들이 소비자들의 사생활에 파고들고 소비자들도 쉽게 개인정보를 내놓는 현상을 가리켜 ‘포스트-파놉티콘주의(Post-Panopticism)’라고 하였다. 파놉티콘이 근현대의 막강한 국가 권력과 중앙 집권체제의 상징이라면, 포스트-파놉티콘주의는 소비 지향적 포스트모던 사회를 대변하는 셈이다.

## 페이스북 회원 1명의 가치는 5달러

오랫동안 유학을 떠나있었다 보니 예전에 사용하던 인터넷 ID들은 대부분 휴면 상태가 되거나 잊어버리고 말았다. 귀국 후 하나씩 되살리거나 재가입하는 절차를 거쳤는데, 요구하는 개인정보의 양이 그야말로 ‘헐~’이었다. 대부분의 해외 인터넷 서비스들은 이름과 메일 주소, 비밀번호만 입력하면 되는데, 우리나라는 주민번호부터 직장, 학교 이름까지 온갖 개인정보를 다 수집하는 것이다. 게다가 서너 군데의 마케팅 업체에 개인정보를 넘겨준다는 약관에 일일이 동의하지 않으면 가입이 불가능하다.

국내 인터넷 서비스들의 과도한 개인정보 수집과 방만한 관리 때문에 한때 구글 등 해외 서비스에 가입하는 ‘사이버 망명’이 유행하기도 했다. 그러나 해외 기업들도 개인정보 수집에 혈안이 된 것은 마찬가지이다. 내놓고 요구하지는 않지만, 오랜 시간에 걸쳐 사용자의 취향과 클릭 패턴을 분석해서 마케팅에 활용하는 기술은 오히려 더 발달되어 있다. 페이스북의 재정 보고는 ‘회일 한 명당 광고 수익 몇 달러’라는 식으로 이루어진다. 10억 명이 넘는 회원들에게는 무료로 서비스를 제공하고, 그 대신 광고주들에게서 돈을 받아 운영되는 회사이기 때문이다. 광고료를 많이 벌려면 각각의 회원이 가장 관심 있어 할 만한 광고를 보여 주어 클릭 수를 높여야 한다. 그러려면 회원들의 취향을 잘 파악하는 것이 필요하다. 그래서 개인정보를 닦치는 대로 수집하고, 가장 사소한 ‘좋아요’ 하나하나마저 분석하는 것이다. 포스트-파놉티콘주의 사회에서는 테 이상 소비자가 왕이 아니다. 광고주가 지배하는 세상에서 소비자는 또 하나의 상품일 뿐이다. SNS 기업들이 더 많은 이윤을 얻으려면 회원들로부터 더 많은 개인정보를 얻어내야 한다. 그래서 SNS 기업들은 소비자들끼리 거리낌없이 사생활을 털어놓도록 다양한 방법을 이용한다. 작년 4월 페이스북이 1조 원 이상을 들여 사진 편집 및 공유 서비스인 ‘인스타그램’을 인수한 것은 스마트폰 사용자들이 수없이 찍어대는 사진들을 뒤져볼 필요를 느꼈기 때문이다. 얼마 후 인스

타그램의 약관이 개정되었다. 사용자들의 모든 사진을 페이스북이 상업적인 용도로 사용할 수 있도록 허가하는 내용이었다.

### 잘못한 것이 없다면 숨길 것도 없다?

에릭 슈미트(Eric Schmidt) 구글 회장은 사용자들의 개인정보를 구글이 지나치게 수집하고 있다는 지적에, “만약 구글에게 알려주고 싶지 않은 사생활이 있다면, 당신은 뭔가 하지 말아야 할 일을 하고 있는 게 아닐까? 숨길 것이 없다면 겁낼 필요도 없다”는 대답을 했다. 잘못된 것이 없다면 사생활이 송두리째 인터넷에 공개된들 걱정할 필요 없다는 이 발언은, 페이스북을 쓰지 않는 사람은 수상한 사람이라는 모 잡지의 조언과 일맥상통한다. 파놉티콘주의 사회가 도청 장치 등을 사용해 개인정보를 강탈해 간다면, 포스트-파놉티콘주의 사회는 사회적 압력을 통해 소비자들이 개인정보를 털어놓도록 유도하는 것이다. 게다가 그런 압력이 굴복하지 않는 사람은 모두 변태, 범죄자, 또는 반사회적 인격 장애자라는 인식을 널리 퍼뜨림으로써, 포스트-파놉티콘주의를 비판하는 것조차 어렵게 만들었다.

그러나 잘못된 것이 없다면 숨길 것도 없고, 숨기고 싶은 것은 모두 잘못이라는 이 논리에는 몇 가지 치명적인 허점이 있다. 첫 번째는 사람이 프라이버시를 원하는 것이 꼭 잘못을 숨기기 위해서는 아니라는 점이다. 부부 관계를 갖거나 화장실에 갈 때도 사람들은 자연스럽게 프라이버시를 원하지만, 그것이 잘못된 일은 아니다. 바울 사도는 ‘기도할 틈을 얻기 위해’ 다른 사람들은 물론 배우자조차 멀리해야 할 때가 있다고 했다(고린도전서 7:5). 어떤 사람들은 프라이버시가 현대 개인주의의 산물이라고 매도하지만, 꼭 그렇지만은 않다.

두 번째는 개인정보의 유출이 가져오는 피해이다. 2011년 7월 네이트에서 3천 5백만 명의 비밀번호와 주민번호 등이 유출된 사고를 비롯하여, 지난 몇 년간 우리나라에서 해킹으로 흘러나간 개인정보만 수억 건에 달한다. 유출된 개인정보는 본인 사칭, 보이스피싱, 스팸메

일, 스톱킹 등 다양한 불법 행위에 사용되어 선량한 사람들에게 많은 피해를 입히고 있다. 그럼에도 대부분의 인터넷 서비스 업체들은 해킹의 위협에 안일한 대응으로 일관하고 있으며, 사건이 발생하더라도 회원들의 탈퇴를 막기 위해 은폐와 변명하는 데만 급급하다. 사생활을 다 털어놓아도 된다고 자신있게 말하던 때와는 전혀 다른 모습이다.

그러나 가장 심각한 문제는 수많은 사람들의 사생활을 알 권리가 과연 SNS 기업들에게 있느냐는 것이다. 아는 것이 힘이라는 말도 있듯이, 누군가에 대해 많은 것을 알게 되면 그 사람의 삶에 간섭할 권력을 얻게 된다. 내 취향과 소비 패턴을 알고 있는 SNS 기업들은 그 정보를 바탕으로 광고를 보여줌으로써 앞으로의 내 소비 패턴을 조종할 수 있고, 나아가 정치에도 큰 영향을 미칠 수 있다. 개인정보를 수집한다는 것은 단순히 서버에 주민번호나 주소 등을 차곡차곡 쌓아두는 과정이 아니라, 신생 인터넷 기업들과 전 세계 네티즌들, 그리고 지금까지 개인정보를 관리해온 국가 기관들 사이의 권력 관계를 재정립하는 과정이기도 하다.

옛날, 다윗 왕이 인구 조사를 실시하자 하나님은 이스라엘에 재앙을 내리셨다(사무엘하 24장). 인구 조사는 단순히 머릿수를 세는 것이 아니라 군사 정책과 조세 정책의 중요한 틀을 세우는 일인데, 다윗이 하나님의 나라와 백성을 마치 자기 것인 양 다루었기 때문이다. 다윗이 교만의 대가를 치러야 했다면 구글과 페이스북과 카오톡은 어떨까? 한 나라의 왕조차도 국민들의 개인정보를 무단으로 수집하는 것을 허락하지 않으셨는데, 한 날 기업이 수억 명의 사생활을 일일이 기록하고 분석하여 마케팅에 이용할 권리를 주장할 수 있을지 곰곰히 생각해보아야 할 문제이다.

### 개인정보를 어떻게 다루어야 하는가?

국가 기관의 철저한 감시를 강조하는 파놉티콘과 달리, 포스트-파놉티콘주의 사회에서는 국민 개개인이 자발적으로 SNS 서비스의 약관에 동의하고 자신의 삶을 공

개하는 것처럼 보인다. 그러나 지금까지 살펴본 것처럼 실상은 그렇지 않다. 현대의 인터넷 서비스들과 사용자 간의 관계는 프라이버시에 대한 잘못된 이해에 바탕을 두고 있으며, ‘동의’를 클릭한 하면 타인의 개인정보를 돈벌이에 마음대로 사용해도 된다는 상업주의에 물들어 있다. 심지어 정당한 프라이버시를 원하는 사람들을 변태나 범죄자로 매도하고 있다. 이것은 체제 유지를 위해 국민들을 무자비하게 감시하고 조종하는 독재 국가의 파놉티콘보다 조금도 나은 바가 없다.

불행 중 다행인 것은 개인정보 보호의 중요성을 세계 각국 정부가 뒤늦게라도 인식하고 기업들의 무분별한 개인정보 수집과 방만한 관리에 제동을 걸고 나섰다라는 점이다. 지난 5년여 간 제한적 본인확인제, 일명 ‘인터넷 실명제’를 실시하면서 수많은 인터넷 서비스들이 주민번호를 수집하도록 했던 우리나라도 주민번호 유출로 인한 피해가 극심해지자 작년 가을 정책을 180도 바꾸어 주민번호 수집을 금지하기에 이르렀다. 유럽에서는 제3자 쿠키(Third-Party Cookies)를 통한 마케팅 목적의 네티즌 감시를 줄이기 위해 다양한 방안이 논의되고 있다. 그러나 급변하는 인터넷 업계의 행태를 정부의 규제만으로 바로잡기는 어렵다. SNS 기업들, 그 밖의 인터넷 서비스와 모바일 어플리케이션 제작자들, 그리고 회원 제도를 운영하는 모든 단체들이 개인정보를 대하는 태도가 바뀌어야 한다. 기독교 세계관을 바탕으로 ‘감시학(Surveillance Studies)’을 연구하는 캐나다 퀸즈대학교의 데이비드 라이온(David Lyon) 교수는 우리가 개인정보를 다룰 때 반드시 명심해야 할 한 가지를 가르쳐 준다. 개인정보는 단

순한 ‘데이터’가 아니라 하나님께서 창조하신 어느 한 사람의 삶이 담긴 이야기라는 사실이다. ‘빅 데이터’를 운운하는 SNS 기업들은 수억 명의 개인정보를 주무르면서도 막상 그 정보의 출처를 망각하기 쉽다. 그러나 개인정보에 인격이 담겨 있다는 사실을 기억하고 정치기의 자세로 관리에 임한다면 그 정보를 마구 팔거나 해커에게 빼앗겨 누군가의 인격을 모독하는 것은 할 수 없을 것이다.

마찬가지로, SNS를 이용하는 네티즌들도 자신의 개인정보를 소중히 다루는 법을 익혀야 한다. 타인의 삶 이야기를 존중하는 만큼, 자신의 삶 이야기도 하나님께서 주신 것이니 내 마음대로 다룰 수 있는 것이 아니기 때문이다. 부도덕한 기업들이 프라이버시 불감증을 아무리 부추겨도 우리는 세상의 조류에 휩쓸리지 않는 지혜가 필

요하다. 한 번 인터넷에 올려놓은 정보는 아무리 ‘삭제’를 눌러도 어딘가의 서버에 백업되어 남아 있고, 누군가의 스크린샷으로 다시 나타날 수 있다. 따라서 아이들이 집 주소나 아파트 비밀번호 등을 무심코 인터넷에 올리지도 않도록 지도하고, 자신과 아이들이 사용하는 SNS의 프라이버시 설정을 다시 한 번 점검하여 불특정 다수에게 개인정보가 노출되지 않도록 해야 한다. 새 서비스에 가입할 때 개인정보 보호 정책을 꼼꼼하게 살펴보고, 더 이상 사용하지 않는 서비스에서는 가능하면 탈퇴하고, 광고 없는 어플리케이션을 구입하는 것도 도움이 될 수 있다.



**성기진** 캐나다 브리티시컬럼비아대학교(UBC) 철학과를 졸업하고, 캐나다 퀸즈대학교 대학원에서 정치철학 및 과학철학을 공부하여 박사학위를 받았다. 현재 라브리공동체 연구비서 및 프리랜서 웹 프로그래머로 일하고 있다.