

# 빅테크 자본의 전 지구적 시장 독점과 수탈

## 1. 들어가며

빅테크는 더 이상 IT 산업의 대표적인 기업군을 의미하지 않는다. 빅테크는 오늘날 자본주의가 작동하는 방식을 가장 집약적으로 보여주는 존재이며, 동시에 그 체제가 안고 있는 모순이 가장 극명하게 드러나는 지점이다. 이들은 단순히 특정 산업에서 시장 점유율이 높은 기업이 아니라, 다양한 산업과 사회 영역이 소비자와 시민에게 접근하기 위해 반드시 통과해야 하는 관문을 통제하는 사회적 권력으로 기능하고 있다. 디지털 플랫폼, 클라우드 인프라, 데이터 흐름, 알고리즘적 판단에 대한 통제는 이제 개별 시장의 문제가 아니라, 경제 전반과 민주주의의 구조를 재편하는 요인이 되었다.

2000년대 이후 빅테크의 급속한 성장은 이를 단순히 기술혁신의 성과나 전통적 의미의 노동착취만으로 설명하기 어렵게 만든다. 물론 빅테크는 제3세계 노동자와 깃워커에 대한 저임금·불안정 노동에 의존하고 있으며, 콘텐츠 생산과 데이터 생성의 부담을 이용자와 플랫폼 노동자에게 전가해왔다. 그러나 이들이 축적한 막대한 초과이윤의 핵심은 생산 과정 내부의 착취보다는, 네트워크 효과와 잠금 효과, 데이터 축적과 알고리즘 통제, 인수합병을 통한 경쟁 제거 등 디지털 시장의 구조적 특성을 활용해 사회적으로 생산된 가치를 포획하는 방식, 즉 지대 수탈 메커니즘에 더 가깝다. 빅테크는 시장에서 경쟁하는 기업이라기보다, 시장 접근 자체를 통제하며 통행료를 부과하는 존재가 되었다.

이러한 지대 수탈 구조는 자연적으로 형성된 것이 아니다. 독과점 규제의 완화와 방치, 지적재산권 체제의 강화, 개인정보 보호와 공정거래 규제의 미비, 조세 회피를 가능하게 하는 국제 조세 질서 등은 빅테크의 지배력을 제도적으로 뒷받침해 왔다. 나아가 각국 정부는 기술 패권과 국가 경쟁력을 명분으로 빅테크에 막대한 재정적·정책적 지원을 제공해 왔으며, 빅테크는 다시 그 경제력을 바탕으로 정치적 로비와 공론장 영향력을 확대하는 악순환을 만들어 왔다. 그 결과 빅테크의 경제적 권력은 정치적 권력과 결합하며 민주주의의 작동 조건 자체를 잠식하고 있다.

최근 인공지능은 이러한 빅테크 지배 구조를 더욱 강화하는 핵심 동력으로 등장하고 있다. AI의 발전에 필수적인 데이터, 연산 자원, 에너지, 자본, 인프라는 이미 소수의 빅테크 기업에 의해 독점되고 있다. 그 결과 AI 경쟁은 혁신적 아이디어의 경쟁이라기보다, 누가 더 많은 자본과 인프라를 동원할 수 있는지의 경쟁으로 수렴하고 있으며, 이는 기존 플랫폼 의존과 잠금 효과를 한층 더 심화시키고 있다.

이 글은 이러한 문제의식을 바탕으로, 빅테크가 현대 자본주의 체제에서 차지하는 경제적·정치적 영향력을 살펴보고, 디지털 시장과 AI 시대의 구조적 특성이 어떻게 빅테크의 독점과 지대 수탈을 강화하는지를 분석한다. 나아가 이러한 지대 수탈에 빅테크와 국가의 결탁이 미치는 영향을 검토하고, 이러한 구조에 맞서 민중이 어떠한 전략을 통해 대응할 것인지 간략하게나마 제시해보고자 한다.

## 2. 현대 자본주의 체제 내 빅테크의 영향력

빅테크가 현대 자본주의 시장에서 어느 정도의 영향력을 차지하고 있는지는 시가총액 순위를 보면 알 수 있다. 2026년 1월 기준으로 시가총액 상위 10개 기업 중에서 9개 기업을 빅테크라고 부를 수 있는 IT 기업이 차지하고 있다. AI 칩인 GPU 시장을 독점하고 있는 엔비디아가 시가총액 4.5조 달러로 1위를 차지했고, 애플, 알파벳(구글), MS, 아마존, 메타 등이 뒤를 잇고 있다.<sup>1</sup> 참고로 2010년 시가총액 1위 기업은 석유회사인 엑손모빌이었고,

<sup>1</sup> The Motley Fool, The Largest Companies by Market Cap in January 2026, 2026.1.5.  
<https://www.fool.com/research/largest-companies-by-market-cap/>

MS, 애플, 월마트, 버크셔 해서웨이(금융회사)가 뒤를 이었으며<sup>2</sup>, 2000년에는 MS, GE, 시스코, 월마트, 엑손모빌 순이었다.<sup>34</sup> 물론 이 당시 MS는 오늘날과 같이 데이터센터 중심의 기업이 아니라 PC 운영체제를 독점한 기업이었다.

### Largest companies by market cap

NAME AND TICKER	MARKET CAP	CURRENT PRICE	SECTOR
Nvidia (NASDAQ:NVDA)	\$4.5 trillion	\$180.75	Information Technology
Apple (NASDAQ:AAPL)	\$3.8 trillion	\$252.72	Information Technology
Alphabet (NASDAQ:GOOG)	\$4.0 trillion	\$330.34	Communication Services
Microsoft (NASDAQ:MSFT)	\$3.4 trillion	\$451.52	Information Technology
Amazon (NASDAQ:AMZN)	\$2.6 trillion	\$232.55	Consumer Discretionary
Meta Platforms (NASDAQ:META)	\$1.6 trillion	\$606.08	Communication Services
Broadcom (NASDAQ:AVGO)	\$1.7 trillion	\$341.00	Information Technology
Taiwan Semiconductor Manufacturing (NYSE:TSM)	\$1.8 trillion	\$339.12	Information Technology
Tesla (NASDAQ:TSLA)	\$1.5 trillion	\$423.95	Consumer Discretionary
Berkshire Hathaway (NYSE:BRK.A)	\$1.1 trillion	\$740,750.00	Financials

그림 1 : 시가총액 상위 10개 기업 (2026.1)

미국 상위 10대 빅테크는 2025년 기준으로 (IT 분야가 아니라) 미국 전체 시가총액의 3분의1, 전 세계 시가총액의 6분의 1을 차지하고 있다고 한다.<sup>5</sup>

<sup>2</sup> <https://finance.yahoo.com/news/were-5-biggest-companies-2010-002100612.html>

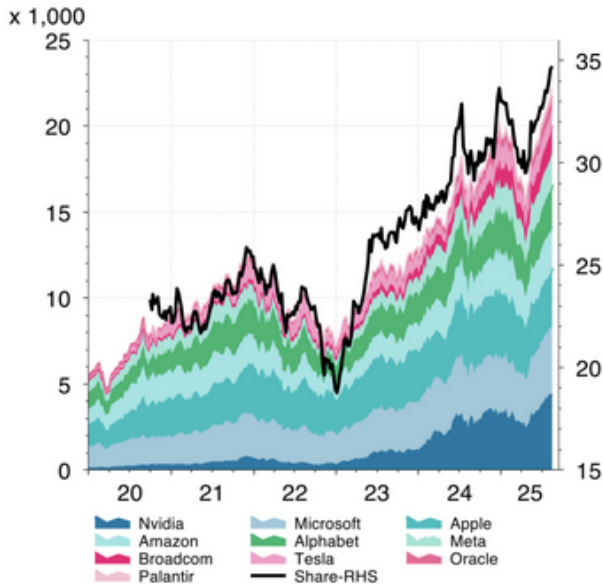
<sup>3</sup>

<https://www.investmentnews.com/equities/only-one-of-the-worlds-biggest-firms-of-2000-is-still-in-the-top-10-today/243474>

<sup>4</sup> 아래 사이트에서는 1965년부터 2025년까지 시가총액 상위 20개 기업의 변화 양상을 시각적으로 보여준다. <https://www.charts.fyi/market-cap-evolution>

<sup>5</sup> <https://cepr.org/voxeu/columns/unpacking-us-tech-valuations-agnostic-assessment>

**Figure 1 Mag10 market capitalisation**  
(Billion US dollar and market share)



Source: LSEG.

Note: Market capitalisation in billion US dollars (coloured areas, left axis) and share of US total market (line, right axis). The share line starts when Palantir was listed.

그림2 : 상위 10개 빅테크의 시가총액 (2025년)

이들 빅테크의 기업 가치는 2000년 이후 꾸준히 급증해왔다. 2000년 당시 애플, MS, 아마존, 엔비디아의 기업 가치는 합해서 2,440억 달러에 불과했고, 메타(페이스북)와 테슬라는 설립조차 되지 않았던 시기였다. 2025년 9월 기준으로 애플, MS, 엔비디아, 알파벳(구글), 아마존, 메타, 테슬라 등 7개 빅테크의 총 시가총액은 20조 7천억 달러에 달한다. 7개 기업이 모두 상장된 2012년 1.14조 달러였던 것에서 18.1배(연평균 성장률 25.5%) 성장한 것이다. 2018년부터의 시가총액 성장률은 엔비디아가 55.7배로 가장 높았고 애플 5.1배, MS 4.9배, 메타 4.9배, 알파벳 4.1배 등의 성장을 보였다. 급속한 AI의 발전으로 엔비디아 GPU 수요가 급증한 이유도 있지만, 기존 빅테크의 성장률이 상대적으로 낮아보이는 것은 이들이 이미 엔비디아(810억 달러)에 비해 엄청난 규모(예를 들어, 애플의 경우 7460억 달러)의 가치를 가지고 있었기 때문이다.<sup>6</sup>

<sup>6</sup> <https://www.voroniapp.com/markets/-US-Big-Tech-Stocks-Surge-1612>

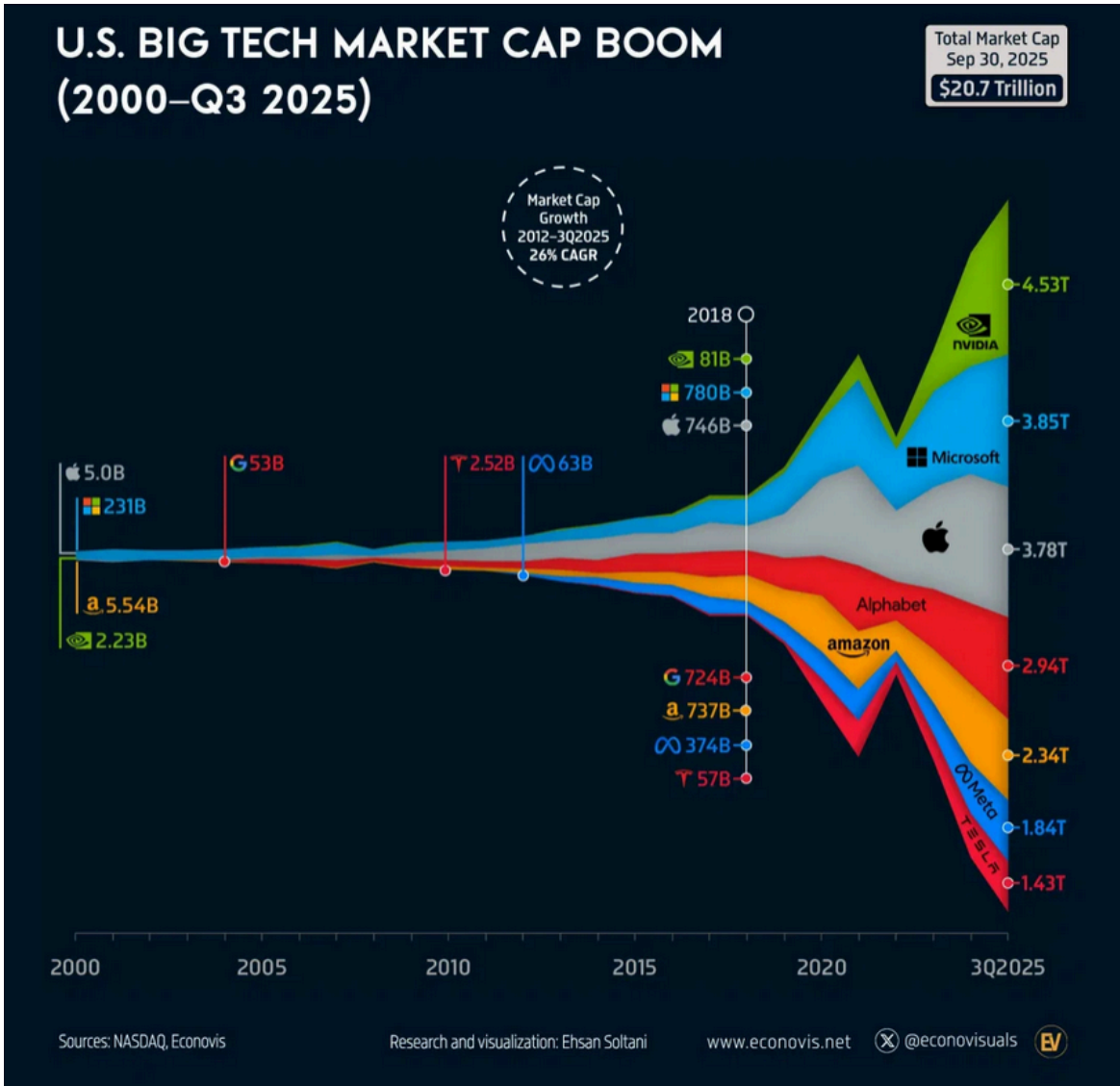


그림3 : 빅테크들의 시가총액 변화 추이 (2000 - 2025 Q3)

2000년부터 2020년까지 빅테크의 시가총액은 급격하게 성장했는데, 물론 이는 시장의 기대를 반영한 것이다. 그러나 시가총액만큼은 아니더라도, 아마존, 애플, 구글, MS, 메타 등 5개 빅테크(GAFAM)의 매출액이 2019년에서 2020년동안 19% 증가하는 등 매출액 역시 지속적으로 상당한 성장세를 보였다.<sup>7</sup>

<sup>7</sup> <https://www.atlas-mag.net/en/article/gafams-market-capitalization>

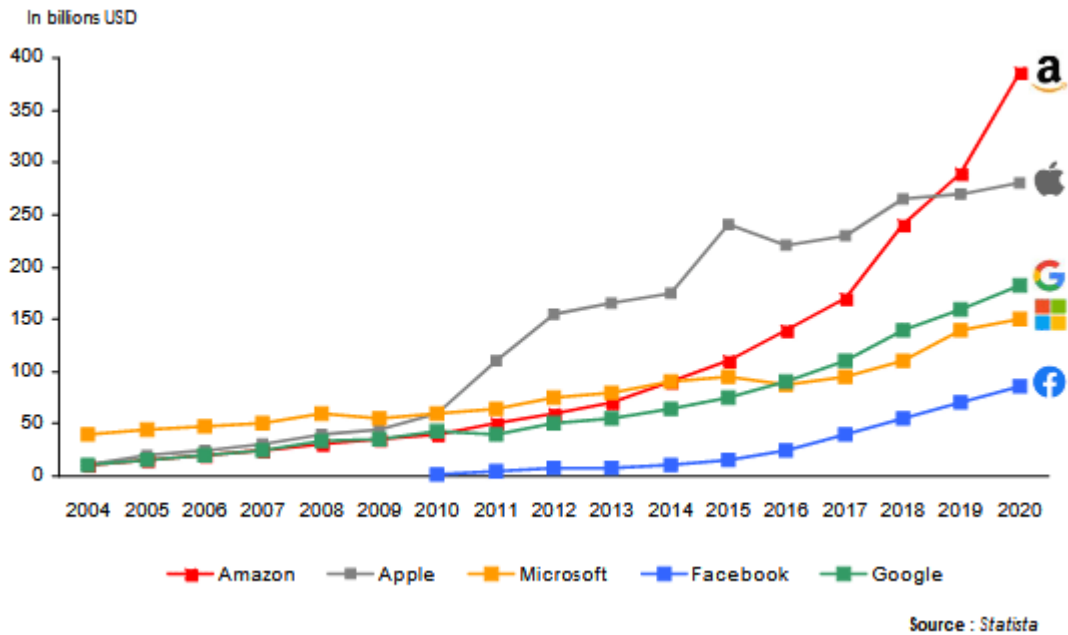


그림4 : 빅테크들의 매출액 변화 추이 (2004 - 2020)

2021년까지 급성장했던 빅테크의 가치는 2022년 금융 위기로 대폭 하락하기도 했지만, 2022년 11월 챗지피티의 출시 이후 다시 급성장하기 시작했다. 2021년까지의 성장이 광고, 수수료, 클라우드 등 플랫폼 사업에 기반한 것이었다면, 2023년부터는 AI 사업에 대한 기대가 반영된 것으로 볼 수 있고, 실제 빅테크의 사업구조도 AI를 중심으로 재편되고 있다.<sup>8</sup>

1990년대 이후 시가총액 상위 기업은 에너지·제조·금융 중심에서 2000년대 컴퓨터·네트워크로, 2010년대 디지털 플랫폼과 클라우드로, 그리고 2020년대 들어 AI 서비스 및 인프라 기업으로 재편되고 있다. 이러한 변화는 현대 자본주의에서 가치 창출과 축적의 핵심 부문이 어디로 이동하고 있는지 보여준다. 그러나 개별 기업의 시가총액 순위만으로는 이러한 변화를 체제적 현상으로 일반화하는 데 한계가 있다. 이때 중요한 지표가 S&P 500이다. S&P 500은 미국의 신용평가사 스탠더드 앤 푸어스(Standard & Poor's)가 선정한 미국 증시에 상장된 가장 대표적인 500개 대형 우량 기업의 주가 움직임을 종합하여 나타내는 주가지수인데, 시가총액 가중 방식으로 산출되며 미국 경제와 시장 전체의 흐름을 가장 잘 반영하는 지표로 평가받는다. 최근 수년간 이 지수에서 빅테크가 위치하고 있는 상위 소수 기업이 차지하는 비중이 급격히 증가하였다. 예를 들어, 1990년 시가총액 1위 기업이었던 IBM은 전체 지수의 2.9%를 차지했지만, 2024년 1위 기업인 애플이 차지하는 비중은 7%, 2위 엔비디아의 비중은 6.4%에 이른다. 이는 단지 산업의 대표 주자가 플랫폼이나 AI 기업으로 교체되었다는 의미를 넘어, 소수의 기업이 경제 전반에 미치는 영향력이 구조적으로 확대되고 있으며, 자본 축적과 시장 지배력이 집중되는 경향이 심화되고 있음을 보여준다.<sup>9</sup>

<sup>8</sup> <https://www.visualcapitalist.com/charted-the-growth-of-big-tech-since-chatgpts-launch/>

<sup>9</sup> <https://www.visualcapitalist.com/how-the-top-sp-500-companies-have-changed-over-time/>

# Top 10 S&P 500 Companies by Decade

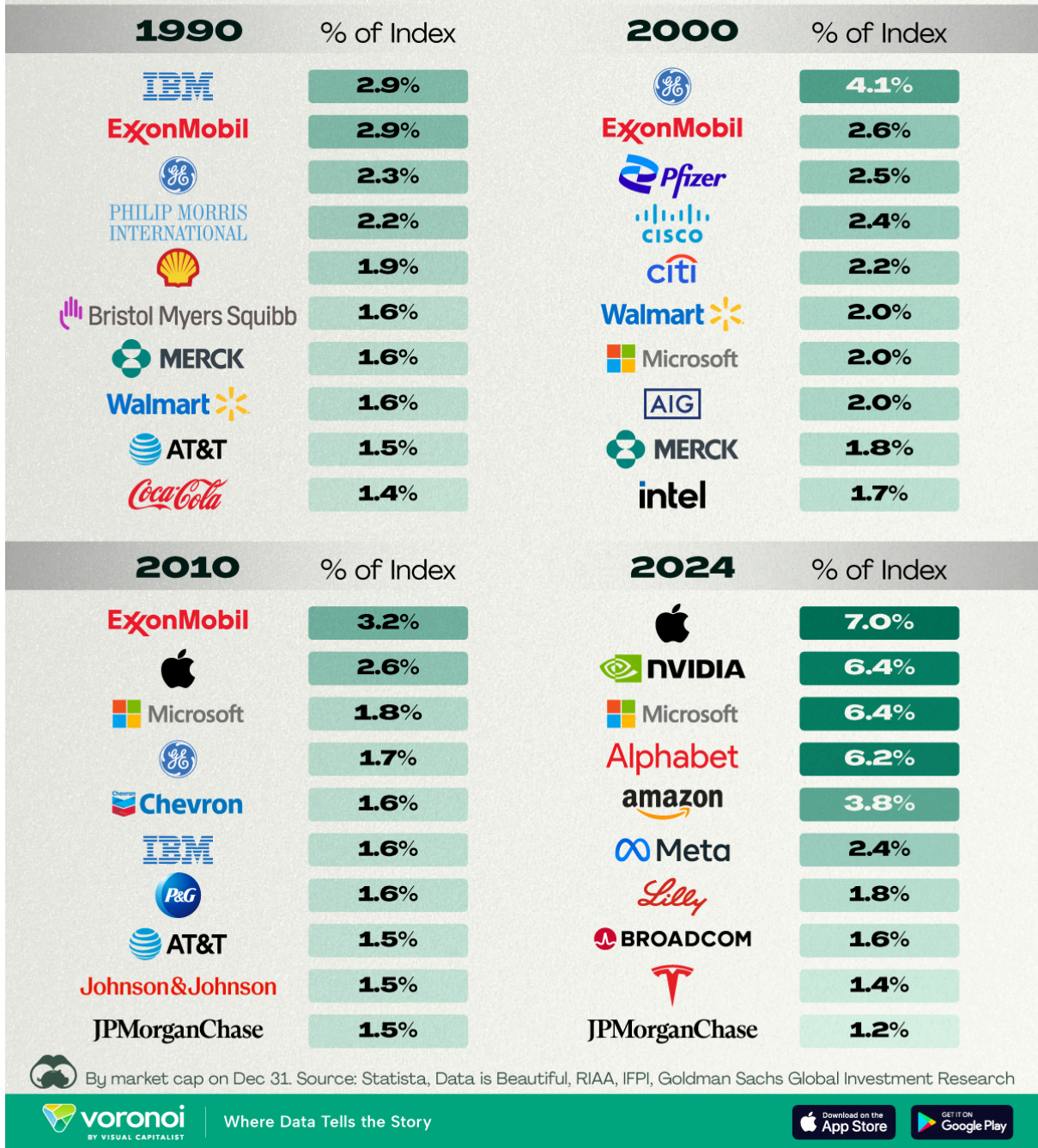


그림5 : S&P 500 상위 10개 기업 변화 추이

### 3. 디지털 시장의 특징과 빅테크 독점의 요인

#### (1) 디지털 시장의 특징

디지털 시장을 특징짓는 표현 중 하나가 '혁신'일 것이다. 워낙 통상적으로 사용하다보니 정말 디지털 시장에서 잘나가는 기업들, 특히 빅테크 성공의 주요 요인이 혁신 기술인

것처럼 느껴질 정도다. 그러나 이들 기업의 성공 요인을 '혁신'에 두는 것은 신화에 가깝다. 빅테크의 시장 지배력은 오히려 플랫폼·디지털 시장이 갖는 고유한 구조적 특징과 깊이 연결되어 있다. (Congress, House of Representatives, Committee on the Judiciary, 2020) 우선, 통신이나 플랫폼 시장에서는 네트워크 효과(network effect)가 작동한다. 즉, 동일한 서비스를 이용하는 이용자가 많아질수록 서비스의 가치가 커지는 구조이다. 전화, 메신저, SNS 등의 서비스는 이용자가 늘어날수록 상호작용의 가치가 기하급수적으로 증가한다. 네트워크 효과는 선점 효과와 결합하여 후발 주자의 진입 장벽을 높인다. 왓츠앱은 세계 최대의 이용자 규모를 가지고 있는 메신저이지만 한국에서는 카카오톡이 국민 메신저이다. 카카오톡이 가장 혁신적이고 편리해서가 아니라, 한국 시장에 먼저 진입했고 네트워크 효과를 통해 이용자 규모가 일정 수준 이상이 된 이후에는 자기 증식했기 때문이다. 한국의 이용자들에게는 메신저의 기능과 무관하게 자신의 지인들이 많이 가입해있는 카카오톡의 가치가 더 높은 것이다.

네트워크 효과는 직접 네트워크 효과와 간접 네트워크 효과로 나눌 수 있다. 카카오톡의 사례가 직접 네트워크 효과라면, 양면 시장이 작동하는 플랫폼에서는 간접 네트워크 효과의 일종인 교차 네트워크 효과가 작동할 수 있다. 양면 시장(나아가 다면 시장)은 서로 다른 두 집단의 이용자가 플랫폼을 매개로 연결이 되어 한쪽 집단의 규모나 참여가 다른 쪽 집단의 가치에 직접적인 영향을 미치는 시장을 의미한다. 예를 들어, 어떤 신용카드의 가치는 그것을 사용할 수 있는 가맹점이 많을 때 높아진다. 소비자는 가맹점이 많은 신용카드를 선택할 것이다. 거꾸로 가맹점 입장에서서는 소비자가 많은 신용카드가 더 매력이 있을 것이다. 신용카드 플랫폼을 매개로 사용자 그룹과 가맹점 그룹의 규모가 서로 영향을 미친다. 마찬가지로 페이스북과 같은 플랫폼에서는 이용자의 규모가 증가할수록 페이스북 자체의 가치도 높아지지만(직접 네트워크 효과), 광고주 입장에서든 매력적인 시장이 된다.(교차 네트워크 효과) 이러한 네트워크 효과로 인해 페이스북 및 인스타그램 이용자 수의 증가는 광고 매출의 증가로 이어지게 된다.

둘째, 전환 비용과 잠금 효과(Switching Costs & Lock-in)에 의해 한번 특정 서비스를 사용하게 된 이용자는 그 서비스에 고착되게 된다. 전환 비용은 이용자가 다른 서비스로 옮길 때 발생하는 비용으로, 금전적 비용 뿐만 아니라 학습 비용, 데이터 이전 또는 상실의 부담, 사회적 관계의 상실 등 유무형적 비용을 모두 포함한다. 예를 들어, 아이폰을 사용하던 사람들이 안드로이드폰을 사용하려면, 사용법도 새로 익혀야 하고 기능에 익숙해지는 시간도 필요하며, 기존 아이폰 데이터를 포기해야 할 수 있다. 이러한 전환 비용 때문에 더 나은 기능의 경쟁 서비스가 나와도 이용자는 쉽게 다른 서비스로 이전하기 힘들며, 기존의 서비스에 고착되는데 이를 잠금 효과라고 한다.

셋째, 이용자 데이터 축적과 자기강화 루프 효과에 따라 방대한 이용자 규모를 갖고 있는 플랫폼은 추가적인 이점을 갖게 된다. 플랫폼 이용 과정에서 방대한 이용자 행태 데이터가 자동으로 축적되므로, 플랫폼은 이러한 데이터를 사용하여 플랫폼의 서비스나 알고리즘을 개선할 수 있고, 이는 보다 나은 이용자 경험을 제공하여 더 많은 이용자를 견인할 수 있는 요인이 된다. 그럼 다시 더 많은 이용자의 행태 데이터가 축적될 수 있다. 예를 들어, 구글은 전 세계 이용자의 검색 데이터를 이용하여 사람들이 많이 사용하는 검색어, 검색 결과 주로 방문하는 사이트, 검색 순위에 따른 클릭 비율 등 상세한 데이터를 얻게 되고, 이는 다시 구글 검색을 개선하는 기반이 된다. 이는 규모가 작은 후발 검색엔진이 얻을 수 없는 자산이며, 후발 주자에게는 엄청난 진입 장벽이 된다. 빅테크 플랫폼들은 자기 플랫폼 내 입점업체의 판매 데이터를 자신의 이익을 위해 부당하게 사용하기도 했다.

넷째, 빅테크는 규모의 경제에 따른 수확체증 효과를 향유한다. 즉, 생산 규모가 커질수록 투입 대비 산출이 비례 이상으로 증가해 평균 비용이 하락하는 현상을 말한다. 초기 고정비는 크지만 이용자가 추가될 때마다 드는 추가 비용(한계비용)은 거의 0에 수렴하기 때문에 이용자가 증가할수록 평균 비용은 하락하게 된다. 소프트웨어 개발이나 데이터센터 구축 등에서 이러한 효과가 나타난다. 이에 따라 방대한 이용자 규모를 가지고 있는

빅테크가 오히려 가격 경쟁력을 가질 수 있으며, 시장이 성숙할수록 소수 기업에의 집중이 심화되는 경향이 나타난다.

이러한 디지털 시장의 특징은 시장을 선점한 기존 기업 또는 규모가 큰 기업에 혜택을 주고 신생 업체의 진입장벽을 높여서 소수 기업의 독점을 강화하는 소위 '승자독식' 결과를 초래한다.

## (2) 인수합병을 통한 경쟁자의 제거

빅테크의 규모가 단지 혁신적 서비스 제공에 따른 이용자 증가에 의해서만 이루어진 것이 아니라는 점은 빅테크들이 수행한 방대한 인수합병을 통해서도 알 수 있다. 이들은 인수합병을 통해 이용자 및 데이터를 확보하고, 인접 시장으로 영향력을 확대하였으며, 경쟁자를 제거하는데 활용하기도 했다. 2020년 미 하원 법사위원회가 발표한 <디지털 시장 경쟁 조사> 보고서는 메타, 구글, 아마존, 애플 등 4개 빅테크 기업의 인수합병 현황을 상세하게 보여주고 있다.

예를 들어, 메타는 설립 이후 2020년까지 약 80여개의 기업을 인수해왔는데, 특히 경쟁 서비스라고 할 수 있는 인스타그램과 왓츠앱을 인수했음에도 불구하고 경쟁당국은 아무런 문제없이 이를 승인하였다.<sup>10</sup> 구글이 2020년까지 인수합병한 업체는 약 250여개에 달한다. 인공지능과 관련해서도 구글은 2014년에 딥마인드를 인수했고, 2017년에 머신러닝 커뮤니티 플랫폼인 캐글을 인수했다.<sup>11</sup> 아마존 역시 약 100여개 기업을 인수했고, 독자적인 생태계를 구축한 기업 이미지가 강한 애플도 약 120여개의 기업을 인수했다. 애플은 '인재와 지적재산' 확보에 중점을 두고 2~3주마다 새로운 회사를 인수했다고 한다. 이 보고서에서 다루지는 않지만, 마이크로소프트 역시 2016년에 비즈니스 인맥 소셜미디어인 링크드인을 인수했고, 2018년에는 오픈소스 개발 허브인 깃허브를 인수했으며, 2019년에는 오픈AI에 대규모 투자를 하면서 독점적 기술 파트너십을 체결하였다.

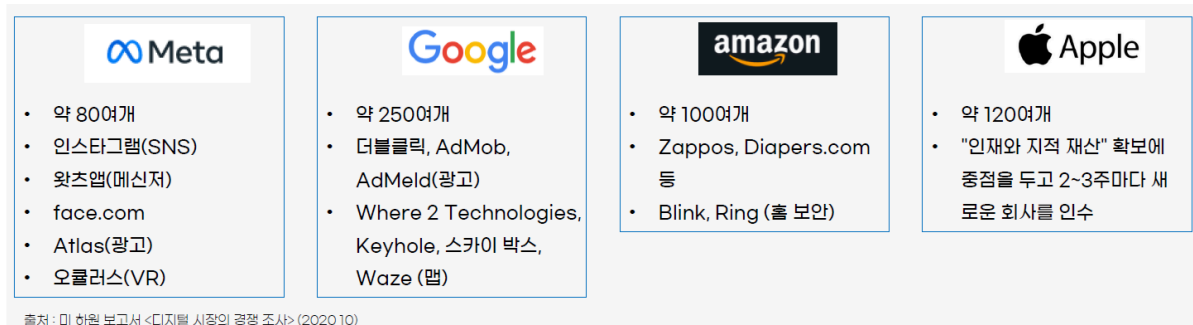


그림 6 : 주요 빅테크 인수합병 현황

## (3) 시장지배력을 활용한 부정경쟁

시장지배적인 지위를 확보한 이후, 빅테크는 시장지배적 위치에 있는 핵심 플랫폼을 활용하여 인접 시장으로 지배력을 확대하고 기존 시장에서의 위치를 더욱 공고화한다. 예를 들어, 빅테크는 시장지배력을 통해 자신의 제품이 사전에 설치되거나 기본 설정(Default Setting)되도록 하는데, 구글의 경우 검색 화면에서 크롬 브라우저를 다운로드 받을 수

<sup>10</sup> 미국 연방거래위원회는 2020년에 페이스북이 수년간의 반경쟁적 행위를 통해 소셜 네트워크 시장에서 불법적인 독점적 지위를 유지하고 있다는 혐의로 소송을 제기했는데, 소장에 따르면 페이스북은 2012년 신생 경쟁업체 인스타그램 인수, 2014년 모바일 메시징 앱 왓츠앱 인수, 그리고 소프트웨어 개발자들에게 반경쟁적 조건을 부과하는 등 독점적 지위에 대한 위협을 제거하기 위한 체계적인 전략을 펼쳤다고 비판하고 있다. 이는 인수합병을 승인했던 연방거래위원회 스스로 과거의 결정이 잘못되었음을 인정한 것이라고 볼 수 있다.

<https://www.ftc.gov/legal-library/browse/cases-proceedings/191-0134-facebook-inc-ftc-v-ftc-v-meta-plaforms-inc>

<sup>11</sup> ZDNET Korea, 구글, 최대 데이터과학자 커뮤니티 '캐글' 인수, 2017.3.9.

있도록 하여 검색 시장의 지배력을 브라우저 시장으로 확장하였고, 다시 크롬 브라우저의 기본 검색을 구글 검색으로 설정하여 기존 시장의 지배력을 공고화했다. 나아가 안드로이드 스마트폰에서는 삼성 등 기기제조업체를 압박하거나 수익공유 계약을 맺고, 안드로이드 스마트폰에서 플레이스토어, 크롬, 구글 검색이 기본 설치되도록 했다.

빅테크 플랫폼은 이용자, 입점업체, 광고주 등 다양한 그룹을 매개하는 중개자로서 시장의 규칙을 설계하는 지위를 자신의 이익을 위해 악용한다. 가령 애플은 앱스토어 운영자로서의 지위를 악용하여 애플뮤직을 이용자에게 더 많이 노출시킴으로써 스포티파이와 같은 기존의 지배적인 경쟁 음악앱을 밀어냈다. 네이버는 가격비교 사이트 네이버쇼핑 알고리즘을 자신이 운영하는 스마트스토어에 유리하게 설정했고, 카카오는 택시 플랫폼 알고리즘을 카카오택시 가맹 택시에 유리하게 설정하여 공정위 제재를 받았다. 아마존은 입점업체의 판매 데이터를 취득하여 자사 상품 개선 목적으로 부당하게 활용했다. 이처럼 빅테크는 특정 상품의 경쟁자이자 매개자로서 이중의 역할을 수행하면서 반경쟁 행위를 통해 경쟁업체에 손해를 가하고 부당한 이익을 취득했다. 미 하원 보고서는 이러한 지배적인 플랫폼의 불법행위에 의해 시장 참여자들 사이에서 공포가 만연하며, 이는 정치적·경제적 자유와 민주주의에 대한 위협이라고 비판한다.

#### (4) AI 시대의 변화 양상

인공지능이라는 개념은 이미 1950년대 전후부터 사용되었지만, 최근 본격적으로 AI가 우리 사회에 도입될 정도로 발전할 수 있었던 요인은 AI 훈련을 위한 방대한 데이터, AI 훈련과 운영을 가능하게 할 수 있는 연산 능력, 그리고 트랜스포머와 같은 알고리즘의 발전을 들 수 있다.<sup>12</sup> 2022년 11월 챗지피티 출시 이후 빅테크들은 최첨단 AI 모델(또는 범용 AI 모델)을 중심으로 한 경쟁에 돌입했다. 기존 빅테크 서비스들이 없어진 것은 아니기 때문에, 디지털 시장의 특징은 지속되고 있다. 다만, 몇 가지 AI 경쟁으로 인한 변화를 짚어볼 수 있다. 첫째 기존 빅테크는 AI 경쟁에 있어서도 유리한 고지를 점하고 있는데, 최근 AI 발전의 핵심적인 요인 중 하나인 방대한 데이터를 보유하고 있기 때문이다. 오픈 AI 등 신생 기업도 있지만, 구글, 메타, 마이크로소프트 등 기존 빅테크들이 최첨단 AI 모델 개발 경쟁에서도 우위를 점하고 있다.

둘째, 오히려 AI는 신생기업에게 진입장벽을 높이는 장벽이 될 수 있다. AI는 이미 구글 검색, 페이스북 알고리즘, MS 코파일럿 등 기존 빅테크의 플랫폼의 서비스와 결합되고 있다. 이는 이용자의 빅테크 의존을 심화시키고 잠금 효과를 강화한다.

셋째, 방대한 데이터와 알고리즘 기술력의 차이 외에도, 최첨단 AI의 학습에 천문학적 비용이 든다는 점도 신생 기업이 기존 빅테크와 경쟁하기 어렵게 만든다. 예를 들어, 2023년 발표된 구글의 제미니 울트라 학습 비용은 1억 9140만달러(약 2750억원), 오픈AI의 GPT-4의 학습 비용은 약 7840만달러(약 1130억원)로 추산된다. 학습 데이터와 모델 파라미터 규모가 커질수록 더 많은 학습 비용이 들기 때문에, 이후 모델의 학습 비용은 그 이상일 것이다.<sup>13</sup> 흥은택 카카오 전 대표이사는 “초거대 AI 모델이 혁신적인 아이디어에 의해 차별화되는 것이 아니라, 모델의 크기와 품질에 좌우되고 결과적으로 풍부한 자본과 기술력을 가진 글로벌 기업들에 절대적으로 유리한 싸움이 될 것”이라고 말하기도 했다.<sup>14</sup>

넷째, 최첨단 AI 학습 및 운영을 위해서는 막대한 연산 자원, 즉 GPU 등 연산을 위한 반도체와 데이터센터가 필요하다.<sup>15</sup> AI 개발 경쟁과 맞물려 연산(compute)이 새로운

<sup>12</sup> MIT FutureTech, What drives progress in AI? Trends in Compute, 2025.1.3.

<sup>13</sup> 굿모닝경제, "구글 제미니 훈련비만 2700억원"...딥시크에도 AI '싼의 전쟁'은 계속, 2025.2.18.

<sup>14</sup> 녹색경제신문, 흥은택 카카오 대표 “챗GPT, 글로벌 기업들과 경쟁 어려워, 우리 방식대로 영향력 높일 것”, 2023.2.10.

<sup>15</sup> 이처럼 AI를 위한 반도체 생산과 데이터센터 운영의 폭발적 증가는 지구의 자원 착취와 전기, 물 등 에너지 사용, 그리고 기후 문제와 연결이 되는데 이에 대해서는 ‘인공지능과 데이터센터의 제국주의적 자원 수탈’ 발제문에서 다룬다.

병목으로 등장하고 있다.<sup>16</sup> 2026년 시가총액 순위에서 GPU를 독점 공급하고 있는 엔비디아가 1위, 맞춤형 AI 칩과 반도체 설계, 인프라 소프트웨어 공급 기업인 브로드컴(Broadcom)이 7위, 반도체 위탁생산(파운드리) 전문 기업인 대만의 TSMC가 8위에 오른 이유가 여기에 있다. 초대형 데이터센터(하이퍼스케일) 시장 역시 빅테크가 장악하고 있다. 전 세계 초대형 데이터센터는 아마존 AWS, MS의 애저(Azure), 구글 클라우드가 약 60%의 시장을 점유하고 있다. 클라우드 시장은 꾸준히 성장해왔는데, AI의 부상으로 성장폭이 커지고 있다. 2025년에는 글로벌 클라우드 인프라(IaaS) 지출이 2025년 1분기에만 909억 달러에 이르렀으며 전년 대비 21% 증가했다.<sup>17</sup>

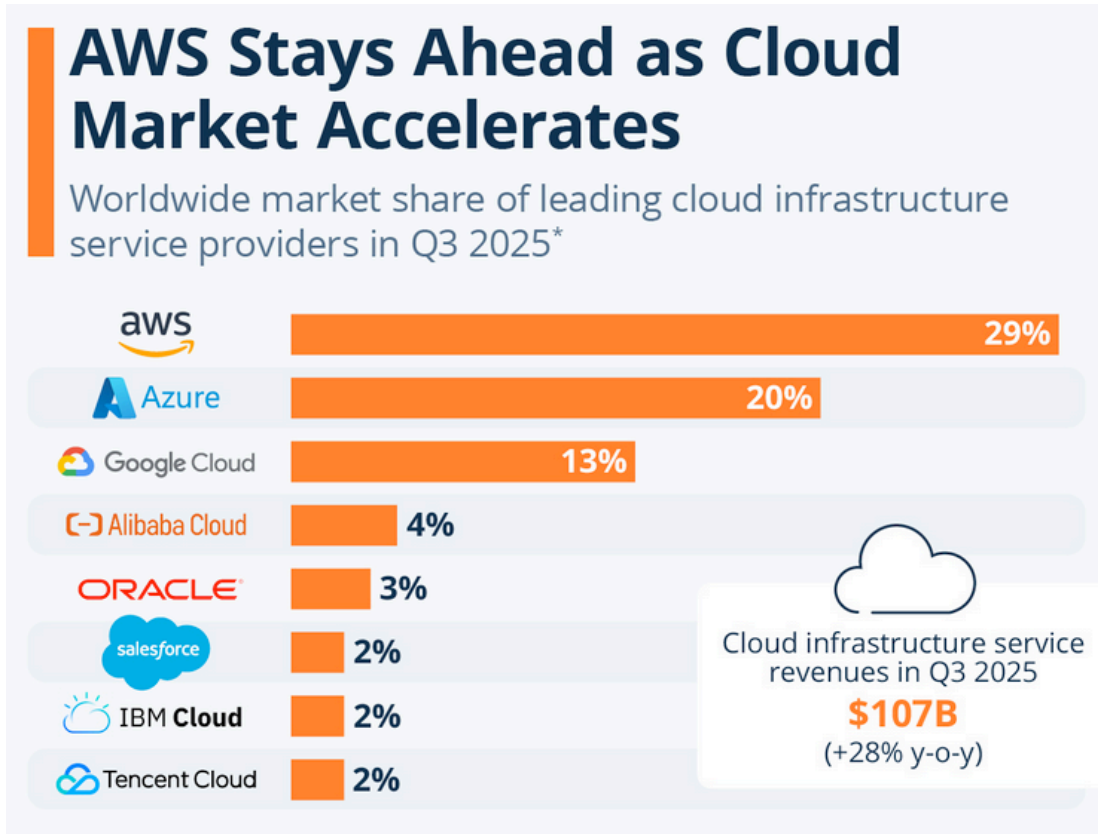


그림7 : 클라우드 인프라 시장 점유율 (2025년 3분기)

아래 그래프에서도 2022년 말 챗지피티 등장과 AI 개발 경쟁의 심화 이후로 데이터센터 설비투자(CAPEX)와 용량이 급증하고 있음을 볼 수 있다.<sup>18</sup>

<sup>16</sup> AI 모델은 데이터, 연산량, 모델의 크기(매개변수 수)가 증가할수록 성능이 향상되는 경향을 보이는데, 이를 '스케일링 법칙'이라고 한다. 이는 학습할 수 있는 데이터의 부족이나 연산 능력의 확보가 AI 개발 경쟁에서 병목으로 작용할 수 있음을 의미한다.

<sup>17</sup> <https://holori.com/cloud-market-share-2026-top-cloud-vendors-in-2026/>

<sup>18</sup>

<https://www.crn.com/news/cloud/2025/hyperscale-data-centers-hit-1-300-with-aws-google-microsoft-leading-global-boom>

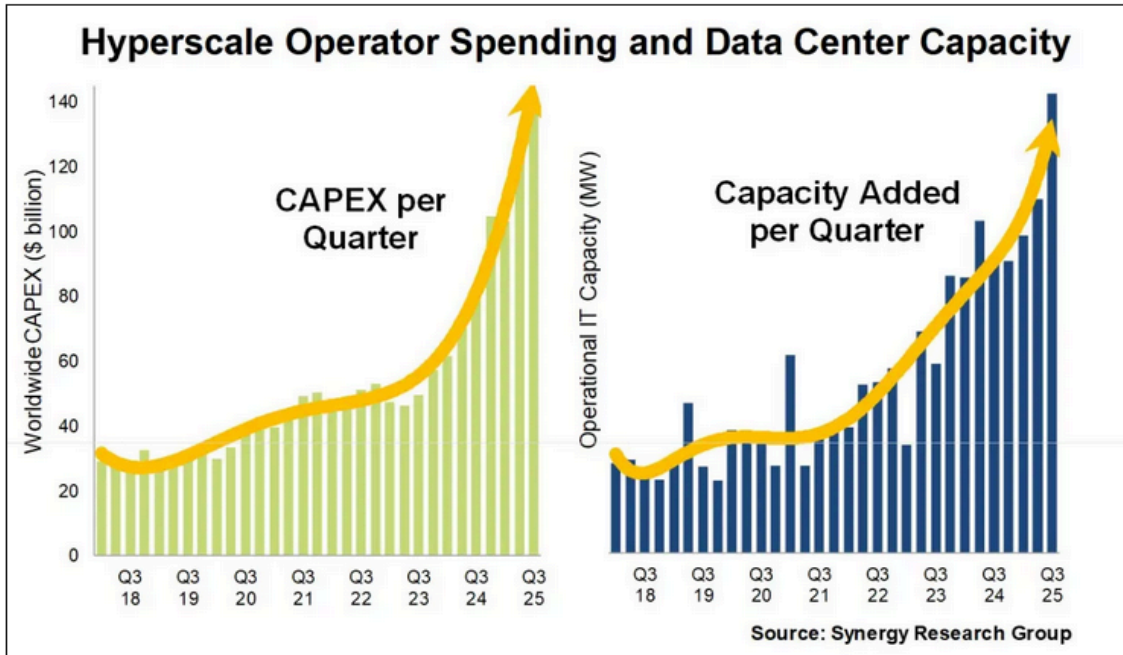


그림8 : 하이퍼스케일 운영자 지출 및 데이터센터 용량

아마존, 구글, MS, 메타, 오라클 등 빅5의 초대형 데이터센터 설비투자는 2026년에 600억 달러를 초과할 것으로 예측되는데, 이는 2025년보다 36% 증가한 것이다. 그리고 그 지출의 약 75% 또는 450억 달러는 기존 클라우드가 아닌 AI 인프라와 직접 연결된다.<sup>19</sup>

#### 4. 빅테크 수익구조와 지대 수탈

##### (1) 주요 빅테크별 수익구조와 영업이익률

그런데 빅테크는 어떻게 돈을 벌까? 유튜브나 넷플릭스 등 구독료를 받는 경우도 있지만, 통상 빅테크 서비스들은 무료로 제공되지 않는다. 아이폰 등 기기 판매를 통해 돈을 버는 애플조차 이용자들이 앱스토어에서 앱을 다운로드 받을 때 돈을 받지 않는다. 2025년 기준 주요 빅테크 기업들의 수익구조를 알아보면 다음과 같다.<sup>20</sup>

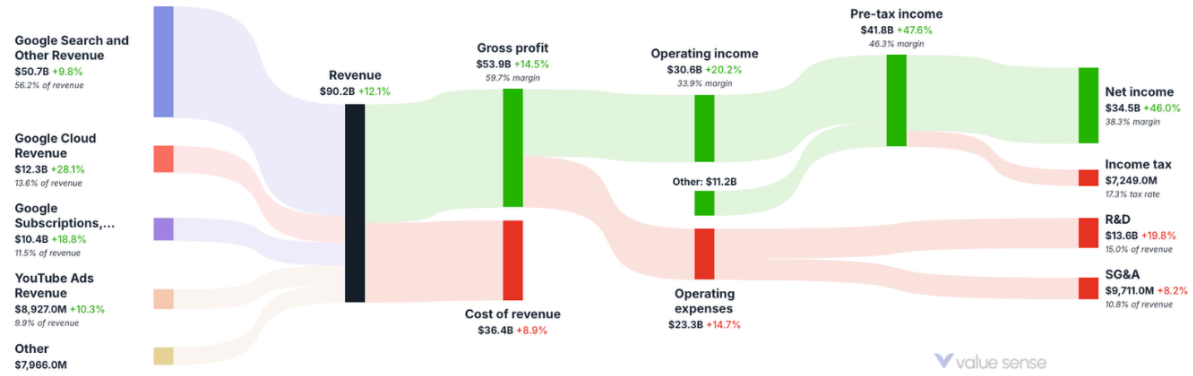
엔비디아 수입의 90.6%는 데이터센터(GPU, 서버, 네트워크, 소프트웨어) 수입이다. 애플은 78.8%가 아이폰 등 제품 판매, 21.2%가 앱스토어나 애플뮤직 등 서비스 수입이다. MS는 윈도 운영체제 업체라기 보다는 데이터센터/클라우드 업체다. 수입의 39.9%가 서버 제품 및 클라우드 서비스에서 나오며, 오피스 제품 및 클라우드 서비스 수입은 22.4%, 윈도 수입은 9.5%에 불과하다. 메타는 앱들(Family of apps)에서 나오는 수입이 98.7%로 수입의 대부분이다. 이 앱들은 페이스북, 인스타그램, 왓츠앱, 메신저인데, 기업 고객용 왓츠앱을 제외하면 모두 무료이다. 즉, 이 수입은 디지털 광고에서 나오는 수입을 의미한다. 아마존의 경우 온라인 스토어에서 47.9%, 제3자 판매자 서비스 28.5%, 클라우드(AWS) 18.3% 등으로 구성된다. 구글의 경우 구글 검색(검색 광고 수입 등)이 56.2%로 가장 많고, 구글 클라우드 13.6%, 유튜브 광고 9.8% 등으로 구성된다. 구글의 수입도 광고 수입과 클라우드 수입으로 나눌 수 있다. 테슬라 수입의 72.5%는 자동차 판매에서 나온다.

<sup>19</sup>

<https://techblog.comsoc.org/2025/12/22/hyperscaler-capex-600-bn-in-2026-a-36-increase-over-2025-while-global-spending-on-cloud-infrastructure-services-skyrockets/>

<sup>20</sup> How Big Tech Makes Money: Analyzing Revenue Streams and Profit Margins of Tech Giants, <https://blog.valuesense.io/how-big-tech-makes-billions/>

## HOW GOOG MAKES MONEY



How Google makes money - valuesense.io

그림9 : 구글의 수익구조 (2025년)

그런데 이들의 순이익률을 보면 경이로운 수준이다. 엔비디아가 68.7%로 가장 높고, 구글 38.3%, 메타 37.9%, MS 36.8% 등 30%가 넘는 순이익률을 기록했다. 그나마 제품 판매와 관련된 애플, 테슬라, 아마존의 순이익률이 그보다는 낮게 나왔다. 참고로 미국 전체 산업의 평균 순이익률은 8.54% 정도라고 하며, 은행업이 순이익률 30.89%로 모든 산업 가운데 가장 높은 평균 이익률을 보인다.<sup>21</sup>

1. [NVIDIA](#): 68.7% net income margin
2. [Microsoft](#): 36.8% net income margin
3. [Google](#): 38.3% net income margin
4. [Meta](#): 37.9% net income margin
5. [Apple](#): 29.2% net income margin
6. [Tesla](#): 21.3% net income margin
7. [Amazon](#): 8.9% net income margin

그림10 : 주요 빅테크들의 순이익률 (2025년)

### (2) 빅테크의 수익구조와 지대추구

빅테크들의 높은 순이익률을 어떻게 설명할 수 있을까. 빅테크가 다른 산업에 비해 어느 정도의 고용률을 보이고 있는지 비교하는 자료를 찾기는 쉽지 않지만, 시가총액이나 매출 규모에 비해 직접적인 고용 인원은 매우 적을 것으로 추정된다. 소프트웨어나 플랫폼은 한번 구축하면 추가 비용이 거의 없이 전 세계 수억명의 이용자에게 서비스를 제공할 수 있기 때문이다. 데이터센터와 같은 인프라도 초기 구축 비용은 많이 들지만, 한계 비용은 크지 않다. 또한 IT 기업의 특성상 내부 업무의 자동화 정도도 높을 것이다. 빅테크는 플랫폼만 운영할 뿐 페이스북, 유튜브 등의 콘텐츠는 이용자가 직접 생산한다. 이러한 요인으로 빅테크는 어마어마한 근로자 당 수입을 올리고 있다.<sup>22</sup> 물론 빅테크의 사업 모델은 플랫폼의 유해 콘텐츠를 관리하거나 AI 학습용 데이터를 정제하는 등 저개발국의 저임금

<sup>21</sup> Industry Benchmarks of Gross, Net and Operating Profit Margins, 2024.8.23.

<https://www.venasolutions.com/blog/average-profit-margin-by-industry>

<sup>22</sup> How Much Revenue Do Tech Giants Earn Per Employee?

<https://www.visualcapitalist.com/how-much-revenue-do-tech-giants-earn-per-employee/>

노동자에 대한 착취와 직접 고용하지 않은 수많은 플랫폼 노동자(긱 노동자)에 대한 착취에도 기반하고 있다.<sup>23</sup> 그러나 빅테크의 초과이익은 전통적 의미의 노동 착취만으로 설명될 수 없으며, 플랫폼·인프라에 대한 독점적 통제를 통해 사회적으로 생산된 가치를 포획하는 지대 수탈 메커니즘에 의존하고 있다고 볼 수 있다. 빅테크의 수익구조를 통해 이러한 지대 수탈 메커니즘을 살펴보자.

첫째, 빅테크의 대표적인 수익원의 하나는 디지털 광고 수익이다.<sup>24</sup> 메타는 수입의 대부분을 광고 수입에 의존하고 있으며, 구글 역시 검색 광고, 디지털 광고, 유튜브 동영상 광고 등 광고 수입에 대한 의존도가 높다.<sup>25</sup> 아마존, MS, 애플 등 다른 빅테크 역시 일정한 광고 수입을 포함하고 있다. 이들이 광고주에게 가치가 있는 것은 방대한 이용자 행태정보를 기반으로 더 나은 광고 효과를 제공할 뿐만 아니라, 이용자에게 광고를 보여줄 수 있는 경로를 독점·통제하고 있기 때문이다.<sup>26</sup> 이들의 광고 기술 자체가 혁신적이라기 보다는 네트워크 효과로 인한 방대한 이용자 및 행태정보 데이터가 가치의 원천이다. 이러한 지배력을 기반으로 빅테크는 광고주 산업에서 생산된 잉여가치를 이전받는다.

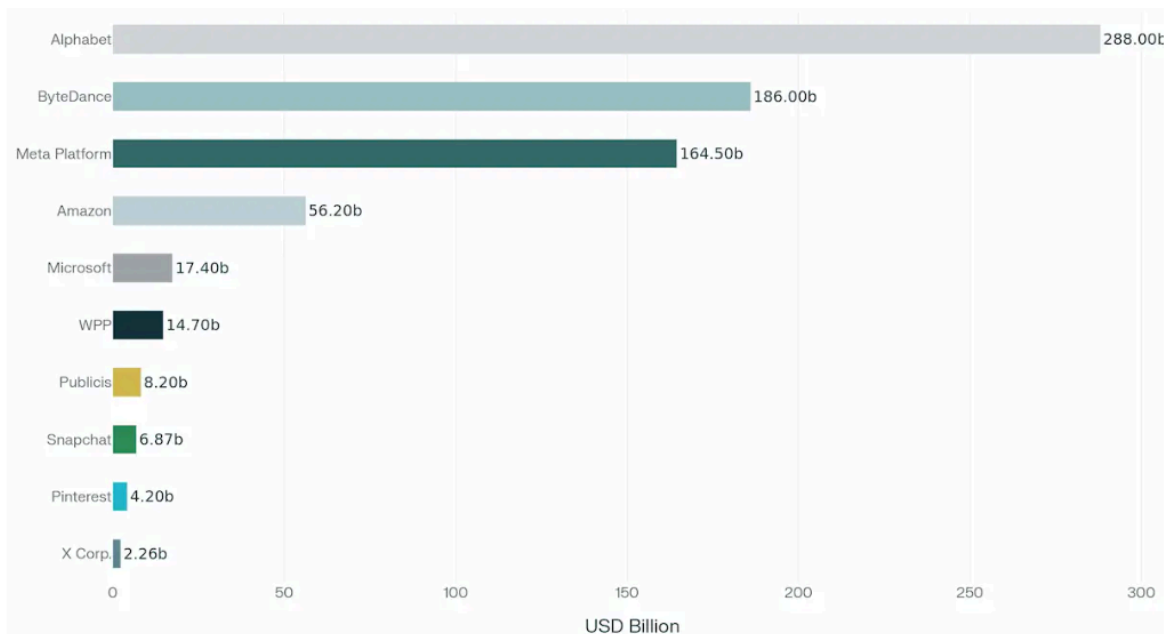


그림 11 : 2025년 온라인 광고 수입 상위 10개 기업

둘째는 수수료 수익이다. 애플 앱스토어나 구글 플레이스토어는 앱개발자에게 30%의 수수료를 받는다. 아마존도 입점업체로부터 과도한 수수료를 받는다. 이 시장은 경쟁 시장이 아니며, 빅테크가 부과하는 수수료는 앱스토어 운영비를 훨씬 초과한다. 그러나 앱개발자나 입점업체는 소비자에게 도달하기 위하여 이들 플랫폼을 경유할 수밖에 없다. 이들이 부과하는 수수료는 서비스에 대한 대가라기 보다는 시장 접근에 대한 통행료라고 할 수 있다. 이런 식으로 빅테크는 주로 소상공인인 앱개발자와 입점업체의 잉여가치를 수탈한다.

셋째, 빅테크는 AI·디지털 서비스 제공에 필수적인 반도체와 데이터센터 등 인프라를 독점하고 있다. 앞서 살펴보았다시피, 아마존 AWS, MS의 에저(Azure), 구글 클라우드 등

<sup>23</sup> 이에 대해서는 본 세션의 '인공지능과 일터의 변화, 노동자운동의 대응' 발표에서 자세히 다룬다.

<sup>24</sup> <https://www.emergenresearch.com/blog/top-10-companies-in-the-online-advertising-market>

<sup>25</sup> 메타나 구글은 자신의 플랫폼에서만 광고를 하지 않는다. 우리가 뉴스 사이트나 쇼핑 사이트를 방문하거나 앱을 실행할 때 보이는 배너 광고(타겟 광고)의 대부분은 메타 또는 구글의 광고이다.

<sup>26</sup> 빅테크의 고객은 광고주이며 빅테크가 판매하는 것은 광고 공간, 즉 이용자의 관심이다. 또한, 광고주가 적절한 이용자를 선택할 수 있도록 하기 위하여 이용자의 행태정보(개인정보) 데이터가 제공된다.

주요 빅테크는 전 세계 클라우드 인프라를 독점하고 있다. 엔비디아는 AI에 필수적인 연산수단인 GPU 반도체를 독점 공급한다. 마치 토지와 건물을 통해 지대를 수취하듯이, 반도체와 데이터센터는 AI·디지털 시대의 토지와 건물이며, 빅테크는 거대 지주이다. 이들은 인프라를 이용하는 다른 기업이 생산한 잉여가치의 일부를 이전받는다.

넷째, 이들은 약탈적 가격을 책정하여 소비자도 수탈한다. 초기에 거의 무료로 제공되었던 유튜브 콘텐츠는 유튜브의 독점이 공고화되면서 유료화되거나 광고를 보여주기 시작했다. 2023년 12월 유튜브는 프리미엄 서비스의 가격을 기존 10,450원에서 14,900원으로 무려 43%나 인상되었다. 2020년 8,690원과 비교하면 4년만에 71.5%가 상승한 것이다.<sup>27</sup> 경쟁 시장이었다면 이처럼 과도하게 가격 인상을 할 수 없었을 것이다. 프리미엄 서비스에 가입하지 않은 이용자는 과거보다 더 많은 광고를 보아야 했다. 또한 유튜브는 동영상 올리는 크리에이터에게 일정 수익을 배분하고 있는데, 구독자나 시청 시간이 일정 기준을 충족시키지 못하는 크리에이터의 경우 이들이 올린 동영상에 광고는 표시되지만 수익은 배분받지 못한다. 소비자에 대한 수탈이면서 창작 노동자의 잉여 노동에 대한 수탈이라고 할 수 있다. 애플 기기의 높은 가격도 디지털 시장의 전환 비용(lock-in) 효과에 기인한 약탈적 가격의 하나라고 볼 수 있다. 이러한 약탈적 가격이 가능한 것은 사실상의 대체제가 없는 독점 시장이기 때문이다.

다섯째, 빅테크는 저작권, 특허, 영업비밀 등 지적재산권에 기반하여 지대 수익을 수취한다. MS의 윈도우나 오피스 제품군을 비롯한 소프트웨어가 이에 해당한다. 소프트웨어 상품은 재생산 비용은 거의 0에 수렴하지만, 지적재산권법을 통해 법적으로 배타적 권리를 인정받으며, 독점적인 가격이 책정된다. 플랫폼 알고리즘 등은 판매되는 소프트웨어는 아니지만 영업비밀로 보호되며, 빅테크는 자신의 이익을 극대화하는 방향으로 알고리즘을 조작하여 공정한 경쟁을 훼손하기도 한다.

여섯째, 빅테크는 국가간 조세 체계의 차이를 악용한 조세 회피를 통해 다른 기업이나 시민보다 낮은 세율을 적용받음으로써 그 차액을 확보할 수 있는데, 이 역시 직접적인 생산 활동을 통해 획득한 수익이 아니라는 점에서 지대라고 볼 수 있다. 플랫폼 서비스는 특정 국가에 서버나 사업장, 법인을 두지 않아도 전 세계를 대상으로 서비스를 제공할 수 있으며, 이 때문에 빅테크는 지적재산권 등 무형자산을 저세율 국가로 이전하고 고세율 국가의 법인은 라이선스 비용을 지급하는 방식으로 실제 매출은 고세율 국가에서 발생하지만, 이윤은 저세율 국가로 이전시킨다. 또한 클라우드나 데이터 사용료 등의 내부 거래 가격을 자의적으로 설정하여 고세율 국가의 이익은 감소시키고 저세율 국가의 이익은 증가시킨다. 각 국가나 도시들은 빅테크 기업을 유치하기 위하여 세제 혜택을 지원하기도 한다.

영국에 기반을 둔 공정조세재단(Fair Tax Foundation)은 2025년, 알파벳/구글, 아마존, 애플, 메타, MS, 넷플릭스 등 6개 빅테크가 이전 10년동안 이들 기업들의 장기 실효 세율과 조세 격차를 분석한 보고서를 발간하였다. 분석에 따르면, 미국의 평균 법인세율이 29.7%, 전 세계 평균이 27.0%였던 시기에 이들이 전 세계적으로 부담한 법인세율은 고작 18.8%에 불과했으며, 과거의 조세 회피로 인해 납부했던 일회성 송환세(repatriation tax) 납부액을 제외하면 실질 법인세 기여도는 16.1%로 떨어진다. 이들 6개 기업의 2015년부터 2024년까지 법정세율과 실제 납부한 법인세 현금액 사이의 격차는 2,778억 달러에 이른다. 이들은 매출의 절반에 가까운 49%가 해외에서 발생하지만, 해외에서 발생한 것으로 기록된 이익은 36%에 불과하며, 보고된 법인세 비용 중 '해외분'으로 분류된 것은 30% 뿐이다. 이는 낮은 영업이익률 산정과 저세율 국가로의 이익 이전(Profit-shifting)이 결합된 결과이다.<sup>28</sup>

## 5. 빅테크와 국가의 결탁

<sup>27</sup> 머니투데이, 유튜브 프리미엄 요금 4년 새 72% ↑..."최소한의 관리·감독 필요", 2025.10.3.

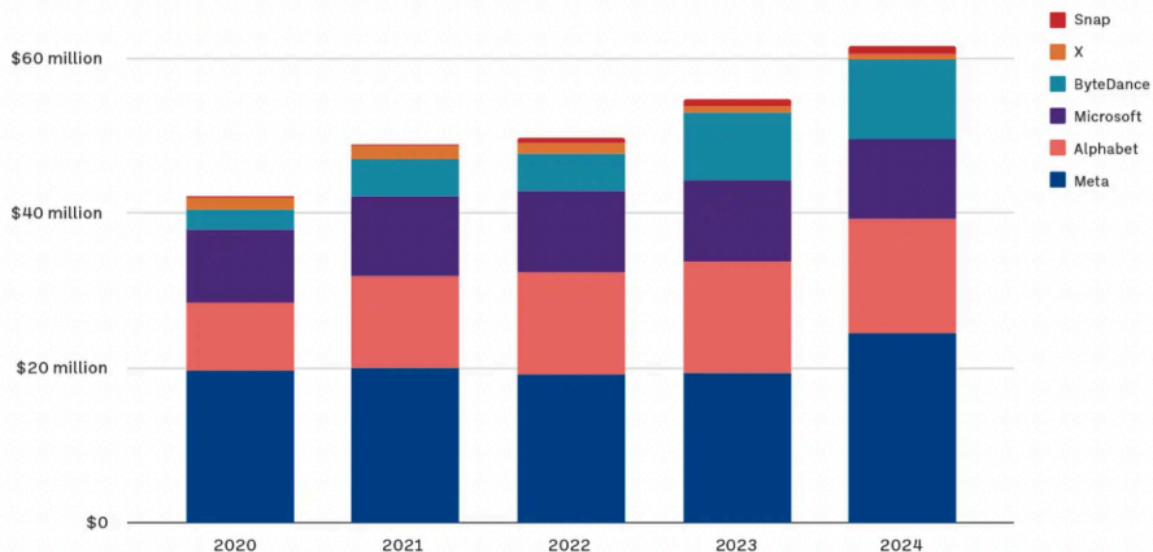
<sup>28</sup> Fair Tax Foundation(2025), The Silicon Six and their enduring global tax gap, 2025.4. <https://fairtaxmark.net/wp-content/uploads/Silicon-Six-Report-2025.pdf>

자본주의적 노동착취는 생산과정 내부에서 발생하며 경쟁 시장에서도 노동 착취를 통한 잉여가치 생산이 이루어질 수 있다. 반면 지대는 이미 생산된 가치의 이전을 통해 발생하며, 자원에 대한 독점·통제권과 같이 지대 추출자의 지위에서 발생한다. 앞서 본 바와 같이 플랫폼에 대한 통제권, 지적재산권, 인프라에 대한 통제권 등이다. 이러한 독점·통제권은 법·제도에 의해 보장되며, 따라서 이를 보장받기 위한 국가와의 협력 또는 결탁이 없으면 유지가 불가능하다. 예를 들어, 전 지구적 지적재산권 체제가 강력하게 수립되지 않았다면 이들은 소프트웨어를 통해 막대한 수입을 올릴 수 없었을 것이다. 각국의 개인정보보호법이 충분히 강력했다면 표적 광고를 위해 동의없이 수집한 행태정보 데이터를 활용하거나 AI 학습 목적으로 이용자의 소셜미디어 데이터를 활용하기 힘들었을 것이다. 각국의 공정거래 및 독과점 규제법이 제대로 작동했다면 인수합병을 통해 덩치를 키우거나, 과다한 수수료 부과를 통한 초과이익을 얻지 못했을 것이다. 전 세계가 공정한 조세 제도 수립을 위해 협력했다면 빅테크들이 각국에 정당한 납세를 하도록 강제할 수 있었을 것이다. 이처럼 각국의 법제가 어떻게 형성되느냐에 따라 빅테크에게는 수십억 달러가 좌우될 수 있다. 이 때문에 지대 수탈을 위한 제도적 지원을 얻거나 국가의 개입을 저지하기 위한 로비는 빅테크의 필수적인 사업 전략이 되었다. 한 자료에 따르면, 2020년부터 2024년까지 메타, 알파벳, MS, X 등 빅테크들은 연방 로비 활동에 무려 2억 6천만 달러를 지출했다. 이들 기업은 세 번의 의회 회기 동안 의원 두 명당 한 명꼴로 약 500명의 로비스트를 고용했다. 2024년 한 해에만 이들은 의회 로비에 6,150만 달러를 지출했는데, 이는 전년 대비 13%, 2020년 대비 46% 증가한 수치이다. 이러한 로비가 가능한 것은 빅테크가 막강한 경제력을 가지고 있기 때문이며, 로비가 성공하면 다시 엄청난 수입을 보장받는 악순환이 계속된다.<sup>29</sup>

### Big Tech Lobbying Aggregate Spending (2020-2024)



Meta, Alphabet, Microsoft, ByteDance, X, and Snap



Note: ByteDance is the parent company of TikTok and Alphabet is the parent company of Google.

Source: Issue One review of federal lobbying reports.

그림 12 : 빅테크의 로비 지출 통계 (2020-2024)

빅테크가 기존의 거대 기업과 다른 점은 공론장을 장악하고 있다는 점이다. 빅테크 플랫폼은 이용자가 어떤 콘텐츠를 접하게 될지, 어떤 콘텐츠를 더 빠르고 넓게 확산시킬지,

<sup>29</sup> The Tech Money Machine: How Silicon Valley Buys Power — and Shapes Reality, 2025.5.23. <https://www.techpolicy.press/the-tech-money-machine-how-silicon-valley-buys-power-and-shapes-reality/>

어떠한 문제를 사회적 이슈로 만들지 영향을 미칠 수 있다. 때로 빅테크는 자신의 이익을 위해 직접적으로 플랫폼 이용자에 요청하기도 한다. 미 의회가 미국 내 틱톡 사용 금지 법안을 추진하자, 틱톡은 미국 내 사용자 1억 7000만 명에게 정치인들에게 접촉해 이 법안의 통과를 막아달라고 요청하기도 했다.<sup>30</sup> 한국에서도 빅테크의 망 사용료가 이슈가 되었을 때 유튜브는 공식 고객센터에 국회 청원을 독려하는 공지사항을 내고 블로그를 통해 망 사용료 의무화가 유튜브 등 콘텐츠 사업자는 물론 크리에이터(유튜버)들에게도 불이익을 가져올 수 있다며 여론전에 나선 바 있다.<sup>31</sup>

그러나 이런 개별적인 사례보다 빅테크 플랫폼 자체가 공론장을 파편화하여 민주주의에 부정적 영향을 미친다는 점이 중요하다. 우선 시민들이 뉴스를 접하는 통로가 신문, 방송과 같은 주류 미디어에서 페이스북이나 구글 뉴스, 유튜브 등으로 변화하면서 광고 시장이 디지털 광고를 중심으로 재편되고, 이는 전통적인 미디어에 타격을 주었다. 언론계 일자리 감소와 특히 지역 언론의 소멸은 지역 문제의 공론화와 정치적 민주주의에 부정적 영향을 준다. 또한 수익 극대화를 목표로 하는 플랫폼 알고리즘은 자극적이고 극단적인 콘텐츠가 더 잘 유통되도록 만들었는데, 이에 따라 플랫폼을 통한 정치적 양극화, 사회 갈등의 심화, 허위정보의 확산이 사회적인 문제가 되고 있다. 2021년 페이스북 내부고발자 프랜시스 하우겐은 페이스북이 알고리즘의 폐해를 알면서 비윤리적 결정을 내려왔음을 폭로하였다. 그녀는 인스타그램의 알고리즘이 청소년에게 유해한 영향을 미치고, 페이스북 알고리즘이 온라인에서 증오를 부추기고 있다고 비판하였다.<sup>32</sup>

미국과 유럽의 정책당국 역시 이러한 문제를 모르는 것은 아니다. 2020년 미 하원 법사위원회가 발표한 <디지털 시장 경쟁 조사> 보고서는 4개 빅테크 업체의 문제들을 상세하게 지적하면서, 이러한 빅테크 플랫폼의 부정적인 영향을 ▲혁신과 기업가 정신의 하락, ▲프라이버시와 개인정보보호 침해, ▲자유롭고 다양한 언론 환경 저해, ▲정치적·경제적 자유와 민주주의 위협 등으로 정리한 바 있다. 유럽연합은 빅테크 플랫폼 규제를 위해 2020년 디지털서비스법(DSA)과 디지털시장법(DMA)을 제안했는데, 이 법들은 2022년 유럽의회를 통과했다. 디지털시장법은 시장에서 게이트키퍼(gatekeeper) 역할을 하는 빅테크의 시장지배력 남용을 규제하는 것을 목적으로 하고, 디지털서비스법은 온라인중개자 일반을 규제하지만 대규모온라인플랫폼에 대해서는 강화된 규제를 적용하고 있다. 대규모온라인플랫폼은 정기적으로 자기 플랫폼의 체계적 위험(systemic risk)에 대한 평가 및 완화조치를 취해야 하는데, 다음과 같은 체계적 위험이 있다고 보았다. ▲불법적 서비스 오남용(아동성폭력 콘텐츠, 불법 혐오표현 유포, 위조품 등 법률에서 금지하는 상품과 서비스 제공 등), ▲기본권에 미치는 부정적 영향(인간 존엄성, 사생활권과 개인정보에 대한 권리, 표현의 자유와 정보의 자유, 언론의 자유와 다양성, 차별받지 않을 권리, 아동 권리와 소비자 권리 등에 대한 위험 등), ▲시민 담론, 선거 과정 및 공공 안전에 미치는 실제적 또는 잠재적 영향, ▲젠더 폭력, 공중 보건, 아동 보호 및 개인의 신체적, 정신적 건강에 미치는 실제적이고 예상되는 부정적인 영향.

인터넷도 1969년 미 국방부 고등연구계획국(ARPA)이 추진한 아르파넷(ARPANET) 프로젝트에서 시작되었지만, 정부는 그 이후에도 첨단 기술 개발을 위한 막대한 자금을 빅테크에 지원해왔고, 또 빅테크는 국가의 안보, 치안, 복지 등을 위한 인프라를 제공한다. 예를 들어 2017년에 시작한 미국 국방부 AI 프로젝트인 Project Maven는 AI 기술을 이용해 전장에서 사람이나 물체를 식별하는 기능을 제공하기 위한 것인데, 구글, 팔란티어, 아마존(AWS), MS 등이 이 프로젝트에 참여하고 있다.<sup>33</sup> Domain Awareness System은 뉴욕경찰이 MS와 파트너십을 맺고 뉴욕시를 모니터링하기 위해 구축한 세계 최대 디지털 감시 시스템이다.<sup>34</sup> 미 중앙정보국(CIA), NSA 등 정보·국방 기관은 아마존 AWS, Google,

<sup>30</sup> BBC NEWS 코리아, 미 의회, '틱톡 강제 매각법' 법안 승인...틱톡의 실제 퇴출 시점은?, 2024.4.25.

<sup>31</sup> 시사저널e, "구글도 참전"...불길 번지는 망 사용료 부과법, 2022.9.25.

<sup>32</sup> 연합뉴스, "페북이 증오 부채질한다"...내부고발자 영국 의회 증언, 2021.10.26.

<sup>33</sup> [https://en.wikipedia.org/wiki/Project\\_Maven](https://en.wikipedia.org/wiki/Project_Maven)

<sup>34</sup> [https://en.wikipedia.org/wiki/Domain\\_Awareness\\_System](https://en.wikipedia.org/wiki/Domain_Awareness_System)

MS 등과 국가 기밀·안보 목적의 클라우드 인프라 계약을 체결하기도 했다.<sup>35</sup> 이처럼 빅테크는 국가를 위한 인프라를 제공하고 이를 통해 빅테크의 감시 역량은 국가의 감시 역량을 강화한다. 2013년 스노든이 폭로한 프리즘(PRISM)과 같이 NSA와 같은 국가기관은 빅테크 기업들이 보유한 방대한 이용자 데이터에 접근할 수도 있다. 빅테크가 국가에 제공한 감시 역량이 시민감시에 활용된다는 점에서 이는 민주주의의 문제와도 연결된다. 이처럼 빅테크는 국가기관에 인프라와 감시 역량을 제공하고, 국가는 빅테크에 자금을 지원하는 협력 관계가 형성된다.

첨단 AI 기술이 국가안보적 전략자산이 되면서 AI·빅테크 기업은 국가적 차원에서 지원·육성·보호해야 할 대상이 되고 있다. 세계 AI 3대 강국이라는 목표 하에 ‘소버린 AI’를 구축하기 위해 전략적으로 AI 기업에 대한 지원에 나서고 있는 한국 역시 예외는 아니다.

## 6. 민중의 대응 전략

이상의 분석을 기반으로 빅테크 자본의 전 지구적 시장 독점과 지대 수탈에 대응하기 위한 민중의 대응 전략을 제시하고자 한다.

첫째, 지대 수탈을 저지하기 위한 제도적 대응이 필요하다. 앞서 데이터·플랫폼 노동자에 대한 저임금 노동착취와 함께, 지대 수탈을 가능하게 하는 법·제도가 플랫폼의 초과이윤을 가능하게 하는 기반임을 설명하였다. 따라서 이에 대한 대응 역시 빅테크의 지대 수탈을 차단할 수 있는 다양한 법·제도 개혁 운동을 전개할 필요가 있다. 유럽연합 디지털시장법(DMA)이나 디지털서비스법(DSA)과 같은 독점적 플랫폼 규제 법안은 비단 더 나은 자본주의를 위한 개혁이 아니라, 빅테크의 독점 지대를 차단하는 수단이 될 수 있다. 개인정보보호법 강화를 통한 행태정보 수집 및 데이터 결합에 대한 규제는 빅테크에 의해 위협받는 정보주체의 기본권을 보호하는 것이기도 하지만, 플랫폼 통제에 기반이 되는 데이터 독점을 완화하는 수단이기도 하다. 지적재산권의 완화, 상호 운용성 증진, 오픈소스 운동 등도 배타적 권리를 완화할 수 있는 방안이 될 수 있다. 데이터 및 알고리즘이 빅테크의 이익만을 위해 남용되지 않도록 투명성을 강화하고, 데이터센터 등 인프라를 민간 기업에만 의존하는 것이 아니라 공공적 시설로 확충하려는 노력이 필요하다.

둘째, 빅테크에 대응하는 다양한 주체와 운동의 연대가 필요하다. 우리 사회의 다양한 모순들이 빅테크와 연결되어 있으며, 따라서 빅테크가 야기하는 문제에 대응하는 다양한 주체와 운동들이 연대할 필요가 있다. 플랫폼 노동자의 정당한 권리를 쟁취하기 위한 노동운동, 데이터센터의 자원 착취와 에너지 소비에 대응하는 기후정의운동과 지역 주민의 투쟁, 정보주체의 권리 옹호를 위한 정보인권 운동, 플랫폼에 입주해있는 소상공인의 권리 보호를 위한 투쟁, 플랫폼의 공론장 훼손으로부터 민주주의를 지키고자 하는 미디어 운동들이 빅테크가 현 체제와 맺고 있는 관계를 인식하면서 서로 연결될 수 있다.

셋째, 공공정책 및 인권 규범 수립을 위한 국제연대가 필요하다. 기본적으로 글로벌한 특성을 갖고 있는 빅테크를 국가 단위로 규제하는데에는 한계가 있다. 특히 최근의 정세는 빅테크와 국가가 결탁하여 국익이라는 이름으로 빅테크의 이익을 강화하는 모습을 보이고 있다. AI 개발을 위한 글로벌 경쟁이 강화되면서 인권과 안전을 위한 AI 규제 목소리는 뒤로 밀리고 있다. 이에 대응하기 위해서는 전 세계 노동자, 시민사회가 국제적인 규범을 형성하고 각국이 이를 수용하도록 압력을 넣을 필요가 있다. 빅테크의 조세회피를 막기 위한, AI의 위험성을 통제하기 위한, 빅테크의 독점력 남용을 통제하기 위한 국제규범의 수립이 필요하며, 이를 위한 국제연대가 활성화될 필요가 있다.

<참고자료>

<sup>35</sup> Intereconomics(2025), Big Tech and the US Digital-Military-Industrial Complex, <https://www.intereconomics.eu/contents/year/2025/number/2/article/big-tech-and-the-us-digital-military-industrial-complex.html>

- Congress, House of Representatives, Committee on the Judiciary (2020), Investigation of Competition in Digital Markets: Majority Staff Report and Recommendations, 2020
- Fair Tax Foundation(2025), The Silicon Six and their enduring global tax gap, 2025.4.
- Intereconomics(2025), Big Tech and the US Digital-Military-Industrial Complex, Volume 60, 2025 · Number 2 · pp. 81–87 · JEL: L12, L22, P12
- MIT FutureTech, What drives progress in AI? Trends in Compute, 2025.1.3.