



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

석사학위논문

# 구글에 물어봐 -구글의 역사-

(Google It -A History of Google- ·번역논문)

제주대학교 통역번역대학원

한영과

김민경

2020年 2月

# 구글에 물어봐 -구글의 역사-

(Google It -A History of Google- ·번역논문)

지도교수 김 원 보

김 민 경

이 논문을 통역번역학 석사학위 논문으로 제출함

2020年 2月

김민경의 통역번역학 석사학위 논문을 인준함

심사위원장 \_\_\_\_\_ ㉠

위 원 \_\_\_\_\_ ㉠

위 원 \_\_\_\_\_ ㉠

제주대학교 통역번역대학원

2020年 2月

Google It -A History of Google-  
구글에 물어봐 -구글의 역사-

Min-Kyeong Kim  
(Supervised by Professor Won-Bo Kim)

A thesis submitted in partial fulfillment of the requirement for the degree of Master of Interpretation and Translation

February, 2020

This thesis has been examined and approved.

Department of Korean-English  
GRADUATE SCHOOL OF INTERPRETATION & TRANSLATION  
JEJU NATIONAL UNIVERSITY

크로울리와 쿤에게  
항상 큰 꿈에 도전하기를!

## 목차

### 1부 친구이자 적+속제+레고 = 구글?

#### 1장

답답하고 재미없는 구글이 없던 세상

친구이자 적: 첫눈에 치고 박다

세르게이 브린

래리 페이지

#### 2장

과제

백링크

구걸하고, 빌리고, 스토킹하다

게이츠 360 사무실 투어

#### 3장

오랜 암흑기: 구걸 없이 검색하던 시절

페이지 랭크

개시

충고 하나 하자면

#### 4장

#철자

대학원을 중퇴하다

미국에서 가장 많이 틀리는 단어들

#### 5장

구글 월드 본부

(거의)빈 페이지의 힘

낙서해도 신경 쓰지 마라

#### 6장

규칙은 깨기 위해 있는 것

나랑 거래할래?

내 마음을 읽어봐라

#### 7장

2000년 문제(Y2K)

구글 뉴스

#### 8장

회사강령

생각만큼 광고는 악하지 않다

규모

구글 쇼핑

#### 9장

부모의 감독

얼마 가지고 있어?

없습니까, 없습니까, 네, 팔렸습니다.

랭크 2.0

몇 천개의 코드로 이뤄진 사진 한 장

### 2부 구글에 물어봐

#### 10장

구글러(구글 직원)

구글러의 삶

100퍼센트가 아닌 20퍼센트를 준다고?

TGIF [불금]

구글 월드 본부 (진짜 버전)

구글 북스

## 11장

농담이 아니다

구글만의 난장판

GOOG(구글의 트레이드마크)

구글 어스

## 12장

풍파

장벽을 부수다

## 13장

동사

동사(플러스)

구글 지도 이전의 삶

## 14장

유튜브

모바일로 진출하다

지도 + 게임 = 금광. 말했지? 금광이라고!

## 15장

검색을 넘어서: 이해하기 어려운 용어의 안내서

알파벳을 나타내는 A

(거의) 불가능한 코드 도전과제

## 3부 불가능한 목표+시도(+/-성공)=도전

## 16장

불가능한 것이 대한 건전한 무시

브레인

로봇 + 인공지능 = 로봇들이 온다!

## 17장

차를 보내줘

드론을 옹호하는 게 아니지만

## 18장

입어 보자!

나를 좀 도와줄래?

## 19장

U는 UFO의 U

달을 향해 쏘라!

영원한 삶:

마지막 선구자

물론 우리는 함께 간다.

## 20장

많은 것이 바뀌어도 우리는 여전히 있다

## 1부

친구이자 적+숙제+레고 = 구글?



## 1장

답답하고 재미없는 구글이 없던 세상

동전을 얼마나 쌓아야 달까지 도달할 수 있을까? 스타워즈 (Star Wars)를 만드는데 어떤 최신 시각효과 기술이 쓰였을까? 정말로 조지 워싱턴은 목재로 만든 의치를 사용했을까?

참고:

- 동전을 쌓아 달까지 도달하기 위해서는 2400억 개의 동전이 필요하다.
- 스타워즈의 특수효과 - 놀라운 영상을 만들기 위해 어떤 최신 컴퓨터 그래픽이 쓰였는지 아래 링크를 확인해라.  
[http://www.youtube.com/watch?v\\_obwG9k6x2us](http://www.youtube.com/watch?v_obwG9k6x2us)
- 조지 워싱턴의 딱딱한 웃음은 딱딱한 목재 치아 때문이었을까?  
아니다. 그의 의치는 사실 뼈, 상아 그리고 사람의 치아로 만들어졌다.

만약 우리가 구글을 사용 할 수 없다면 어떨까? 구글이 아직도 발명되지 않았다면 말이다.

우리에게는 두 가지 선택이 있을 것이다. 당신은 소파에 앉아 쓴 약을 삼키듯이 호기심을 삼키고 아무것도 모른 채 살아가야 할 것이다.

아니면 당신은 부모님께 도서관으로 태워다 달라 부탁해야 할 것이다. 운이 따른다면 당신이 찾는 그 답을 선반에 있는 어떤 책의 어딘가에서 찾을 수 있을 것이다.

잠깐, 만약 부모님이 도서관이 어딘지 모른다면 어찌지? 종이로 된 지도를 들여다보아야 할 것이다.

경고: 당신이 종이접기 달인이 아닌 이상 펼친 지도를 다시 접으려면 제대로 접기 힘들다. 절대. 시도도 하지마라.

아직도 못 찾았는가?

결국 당신은 이 해법에 다다를 것이다. 전화번호부에서 도서관 번호를 찾는 것. 그리고 나서 수화기를 들어 (벽에 붙어 있는 전화기) 살아 있는 진짜 사람이 전화 받을 때까지 기다린 후에 도서관에 가는 방법을 물어봐라. 아이고.

민기 힘들겠지만 이런 세상이 바로 구글이 없던 세상이었다. 정보를 얻는 것은 힘들고 많은 작업을 요구했다.

섬뜩한가? 구글을 생각해낸 두 청년도 당신만큼이나 섬뜩해 했다. 그들이 자라온 시절은 1970년대에서 1980년대이다. 구글 공동 창업자인 래리 페이지와 세르게이 브린은 어린 시절 부터 그들이 세상을 바꾸고 싶어 했다.

래리와 세르게이는 오늘날과는 굉장히 다른 기술이 있던 1973년에 태어났다. 대부분의 집에는 전화기가 벽에 부착되어 있었고 전화를 걸기 위해서만 사용되었다. 문자도 신문도 지도도 없었다. 오직 전화를 걸고 받을 수만 있었다. 희망은 다가오고 있었다. 그 해 최초로 핸드폰이 발명되었다. 하지만 그 핸드폰은 굉장히 컸고 마치 벽돌에 대고 말하는 것 같았다. 게다가 배터리의 수명은 20분 정도 밖에 되지 않았다.

그리고 가격은 무려 약 4백만 원이었다!!(3995달러) 오늘날의 달러로 환산하면 약 2천 5백만 원 (2만 2천 달러) 정도이다.

그리고 TV를 돌리고 싶으면 손수 다이얼을 돌려야 했고 보통 사람들은 비싼 리모컨은 꿈꾸지도 못했다.

컴퓨터는 주로 과학자, 엔지니어나 수학자들이 연구와 학문을 위해 사용되는 기계였다. 컴퓨터는 물리적으로 컷고 책상 하나를 차지하거나 심지어 방 하나를 차지하는 크기였다. 바로 이런 시대적 상황이 래리와 세르게이가 새로운 기술을 갈망하게 만들었다.

하지만 구글은 쉽게 만들어지지 않았다. 래리와 세르게이는 서로 지구 반대편에서 태어났고 그들이 마침내 서로를 마주했을 때 사이가 좋지 않았다.

어쩌면 구글이 발명된 것은 엄청난 우연일 지도 모른다.

친구이자 적:

첫눈에 치고 박다.

래리와 세르게이가 처음 만난 1995년 여름 동안 그들은 친한 친구가 전혀 될 수 없는 운명이었다. 그래도 그 둘은 컴퓨터, 수학, 공학, 과학, 기술을 사랑했다. 그들은 몬테소리 학교를 다녔고 과학, 기술, 공학 수학융합교육(STEM)에 폭 빠져있던 가정에서 자랐다. 공통점이 참 많지 않은가?

첫 눈에 친한 친구 사이가 될 만하지 않은가? 사실, 그렇지 않았다.

그들이 처음 만났을 때, 그들은 서로를 견디지 못했었다. 22살인 래리는 스탠포드 대학 근처에서 샌프란시스코에 새로 온 학생들과 함께 대학교 탐방을 즐길 예정이었다. 이미 스탠포드의 입학 확정을 받은 래리는 그가 이 학교를 다니고 싶은지에 결정하기 전에 대학을 둘러보고 있었다. 사실 그는 스탠포드가 자신을 입학시켜 준 것에 대해 믿을 수 없어 했다.

1776년에 스페인 출신 개척자가 샌프란시스코를 발견했다. 1849년의 골드러쉬는 서해안도시 중에 샌프란시스코를 가장 큰 도시로 만들었다. 오늘날 샌프란시스코 베이 지역은 870만 명의 사람이 거주하고 있으며 미국에서 5번째로 큰 대도시이다.

21살의 세르게이를 만나보자. 그는 대학 탐방의 가이드였다. 누가 탐방을 더 잘 이끌까? 대학원생 2학년이었던 세르게이는 스탠포드 복도를 롤러블레이드를 타고 돌아다니는 걸로 유명했다. 그는 재밌을 뿐만 아니라 똑똑하기도 했다. 세르게이는 이미 그의 과에서 에이스였고 고급 수영, 공중그네, 얼티미트 프리즈비를 연마하는데 시간을 보내고 있었다. (아! 그리고 교양과목도. 그는 남은 시간에 공부를 했다.)

하지만 래리와 세르게이는 언덕을 옥신각신하며 걸어 올라가면서 샌프란시스코의 거리를 시비로 가득 채웠다. 그들은 서로를 못 잡아먹어서 안달이 나고, 찌르고, 들쭉시키고, 질문하고, 끼어들고, 폼하하면서 모든 것에 대해 다투었다. 그들의 첫

만남은 재앙이었다.

그들이 유일하게 일치했던 생각은 서로를 향한 첫인상뿐이었다. 단어로 말하자면? 고약한 놈.



스탠포드 대학교 항공사진(Jrisssmam 제공)

약3300만 평방미터의 스탠포드 대학 캠퍼스는 프레드릭 로 올스테드(Frederick Law Olmsted)(뉴욕의 유명한 센트럴 파크의 디자이너)에 의해 디자인 되었다. 실리콘 벨리의 중심부에 자리 잡은 스탠포드는 창의성과 혁신의 요람이 되어 왔다. 휴렛&팩커드, 야후!, 시스코, 인튜이트, 썬마이크로시스템의 기원은 스탠포드로부터 시작 되었다.

하지만 끊임없는 논쟁을 불러 일으켰던 두 사람의 동질성이 이번에는 서로를 끌어당기는 힘으로 작용했다. 1995년 가을에 학기가 시작될 무렵, 래리와 세르게이는 부인할 수 없는 활발한 토론에 대한 재주뿐만 아니라 과학으로 가득했던 어린 시절부터 기술, 공학에 대한 열정 등, 서로가 가진 공통점이 많다는 것을 알았다. 래리와 세르게이 둘 다 새로운 생각을 탐구하고 위험을 감수하는 것에 자신감이 넘쳤다. 그들은 또한 효율성과 효과적인 작업 방식의 개선에 사로잡혔다.

그리고 몇 달이 지난 후, 래리와 세르게이는 그들의 삶뿐만 아니라 우리의 삶을 바꾸게 되는 학교 과제 수행을 위한 팀을 이뤘다.

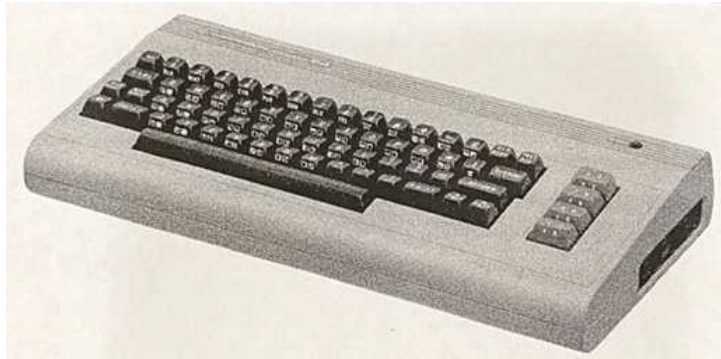
## 세르게이 브린

이름: 세르게이 미흐요로비치 브린(Sergey Mikhaylovich Brin)

생년월일: 1973년 8월 21일

출생도시: 러시아 모스크바

첫 컴퓨터: 9살 때 코모도어(Commodore) 64



코모도어 64(Evan Amos 제공)

물론, 오늘날의 기준으로 본다면 코모도어64는 별 볼일 없는 컴퓨터지만 가장 잘 팔린 컴퓨터로 기록되어 있다. 오디오와 그래픽의 품질 덕에 코모도어는 게임하기 좋은 컴퓨터였다. 1982년에 코모도어 64는 70만원 (595달러)로 팔렸다.

**가족:** 세르게이 브린은 지식인 집안에서 태어났다. 그의 증조할머니는? 미생물학자였다. 증조할아버지는? 수학 교수였다. 그의 부모님은 엄청난 수학 실력을 가지고 있었다.

그들은 또한 용감했다. 그들의 조국인 러시아의 반유대주의와 차별에 맞서 세르게이의 부모님은 모든 것을 버리고 미국에서 새로운 삶을 시작하는 어려운 결정을 내렸다. 그 당시 세르게이는 6살의 어린 나이였다.

1970년대의 미국으로 가는 이민은 쉬운 문제가 아니었다. 많은 이민자들처럼 브린 가족들은 대부분의 재산을 다 버리고 떠나야만했다. 하지만 이민자를 도와주던 미국 자선협회가 세르게이 부모님을 도왔다. 히브리인 이민자 자선 협회는 브린 가족의 비자를 위한 지원서를 쓰는 것을 도와주고 미국으로 가는 표까지 사줬다. 세르게이와 가족들이 미국으로 이민 간 지 30년이 흐른 2009년에 세르게이는 그들을 도와 러시아에서 탈출하고 메릴랜드에 정착할 수 있도록 도와준 그 에이전시에게 약 11억 원(100만 달러)을 기부했다. 2017년에 미국 대통령 도널드 트럼프는 출입국 관리소에 몇몇 무슬림 국가들을 미국으로 입국을 금지시키라 명했다. 세르게이는 샌프란시스코 공항에서 “나는 난민이기에 여기 이 자리에 있을 수 있습니다.”라 말하며 시위에 동참했다.

메릴랜드 볼티모어의 작은 집에 정착하면서, 세르게이의 아버지는 메릴랜드 대학의 수학교사가 되었다. 어머니는 고더드 우주 비행 센터에서 나사를 위한 연구과학자가 되었다. 러시아에서 과학자라는 직업은 유대인이 절대로 얻을 수 있는 직업이었다.

학교: 몬테소리 학교에서 세르게이는 퍼즐, 수학, 과학 프로젝트에 몰두하였고 중학생 때는 선생님들이 그가 수학 영재라는 것을 깨달았다.

세르게이는 고등학교에서도 조기졸업을 하여 대학에 일찍 입학하여 순탄한 삶을 보냈다. 이 덕분에 그는 19살이 되던 해에 메릴랜드 대학교를 졸업하고 최연소 스탠포드 박사 중 한명이 되었다.

[아 아쉬워라 경고: MIT는 세르게이를 불합격시켰다. 학교는 아마 그 결정을 되돌리고 싶을 것이다.]

책장: 노벨 물리학상 수상자인 리처드 파인만처럼 세르게이의 관심을 사로잡은 사람은 아무도 없었다. 세르게이의 어린시절 파인만은 여러 책을 출판하였다. 파인만은 “파인만 씨 농담도 잘하시네!”, 호기심 많은 성격의 모험(1985)와 “다른 사람이 뭐라고 하건 무슨 상관이야?”, 호기심 많은 성격의 미래 모험(1988)을 포함한 많은



책들을 출판하였다.

리처드 파인만(1918-1988)은 세계에서 유명한 이론 물리학자이자 양자와 나노기술의 선구자였다. 파인만은 어린 시절부터 문제를 제기하고 현상에 도전하며 자랐다. 파인만은 그가 만든 실험실에서 라디오를 분해하고 서툴게 손보며 시간을 보냈다. 그는 심지어 방에 달아 놓을 도난 경보기도 만들었다.

모든 면에서 뛰어났던 파인만 또한 반유대주의를 겪었다. 그는 고급 수학을 숙달했지만 콜롬비아 대학교는 그를 받아주지 않았다. 그 이유는 콜롬비아 대학교는 프로그램 참여가 능 유대인의 수가 제한되어 있었고 이미 수의 할당량이 채워져 있었다. 그 대신 파인만은 매사추세츠공과대학교(MIT)를 들어갔다.

1940년 2차 세계대전 동안 파인만은 극비를 다루는 로스 알라모스(Los Alamos) 국립 연구소에서 일했고 가장 극비 사항 프로젝트인 원자폭탄과 관련된 일을 하였다. 확실히 심각한 사업이었다.

세르게이와 마찬가지로 파인만은 똑똑할 뿐만 아니라 재밌는 사람이었고 자물쇠를 따고 장난치기를 좋아했다.

물리학, 나노기술, 양자 컴퓨터에서 파인만의 공헌은 그를 미국 역사상 가장 훌륭한 물리학자중 한 명으로 만들었다.



래리 페이지(왼쪽) 세르게이 브린(Raudi Lynn Beach 제공)

## 래리 페이지

이름: 로렌스 래리 페이지(Lawrence Larry Page)

생년월일: 1973년 3월 26일

출생도시: 미시간 랜싱

첫 컴퓨터: 6살 때, 엑시디소서러(Exidy Sorcerer)



엑시디소서러 (Wofgand Stief 제공)

엑시디소서러는 엑시디라는 비디오 오락게임 회사가 만든 컴퓨터이다. 소서러는 다른 경쟁사 컴퓨터 보다 빠르고 게임하기 좋은 그래픽을 제공했다. 이 컴퓨터는 또한 최초로 플러그만 꽂으면 연결되는 컴퓨터였다. 이전의 컴퓨터들은 설치하고 사용하려면 보통 사람들은 갖지 못한 기술적인 노하우를 필요로 했다.

그리고 놀라지 마라. 이 컴퓨터가 제일 잘 팔렸던 이유는 대문자와 소문자 타자가 가능했다는 것이다. 입은 다물어도 된다.

가족: 래리 페이지는 온통 기술로 가득찬 집에서 태어났다. 래리의 아버지는 미시간 주립 대학교의 컴퓨터 과학과 인공지능 교수였다. ‘선구자였다’ 는 이야기다! 그의 어머니는 컴퓨터 과학 석사 학위를 가지고 데이터베이스 자문 위원이었다.

학교: 래리 또한 몬테소리 학교를 다녔다. “제 기억으로는 초등학교에서 숙제를 타자로 쳐서 제출한 첫 번째 학생이 저였어요.” 래리는 인터뷰에서 언급했다. (1970~1980년대는 학생들은 대부분 학교 과제와 심지어 자료조사를 필기로 썼다.)

래리는 미시간 대학교를 졸업했고 컴퓨터 과학과 경영을 전공했다.

아쉬워라 경보: MIT는 래리를 불합격시켰다. 두 번째 실수라고 볼 수 있겠지.

**영감:** 12살 때 래리는 니콜라 테슬라(Nikola Tesla)라는 발명가와 관련된 책을 읽었다. 테슬라의 자서전을 읽으면서 래리는 그와 같은 발명가가 되고 싶었다.

하지만 래리는 테슬라의 이야기를 읽으며 비극적인 단점 하나를 발견하게 되었다. 테슬라는 엄청난 발명가였지만 살아생전에 그의 작품으로 부나 명성을 얻지 못했다.

“제가 무언가를 발명하길 원한다는 것을 깨달았죠. 하지만 세상을 바꿀 수 있는 것을 발명하고 싶었죠.” 래리는 말했다. “저는 그 발명품이 세상으로 나가 사람들의 손에 쥐어주어서 그것을 쓰게 만들고 싶었어요.”

니콜라 테슬라(1856-1943)는 엄청난 발명가였고 전기의 출발점을 이끈 사람이다. 그는 또한 엑스레이와 전파에 관해 실험했고 무선 기술의 주춧돌을 구축했다.

하지만 래리 페이지가 옳았다. 테슬라는 그의 경쟁자인 토마스 에디슨만큼 잘 알려지지 않았고 성공하지도 못했다. 그는 간간히 노동을 해서 먹고 살아야 했다. 그는 1943년 뉴욕에서 가난에 허덕이며 정신병을 앓다가 생을 마감했다.

**책장:** 래리가 도널드 노먼의 디자인과 인간심리(1988)에서 ‘사용자는 늘 옳다.’ 라는 구절을 읽고 감명 받았다.

2장

과제

과제는 늘 끊이지 않는다. 5 분 만에 끝낼 수 있는 과제가 있고 당신의 삶을 통째로 바꾸는 과제도 있다. 스탠포드 대학원생이었던 래리 페이지와 세르게이는 가장 대단한 과제를 맞닥뜨리고 있었다. 박사 학위 논문.

논문을 쓰는 것은 마치 과제와 결혼하는 것 같았다. 먼저, 당신은 조심스럽게 채택한 주제를 교수님께 제안해야한다. 주제가 통과되면 당신은 몇 시간, 며칠, 몇 주 몇 달이 걸리든 새로운 것을 발견해야 하고, 주제에 관한 깊은 이해를 위한 조사를 시작해야한다. 그리고 더 큰 스트레스가 남아있다. 마지막 단계는 당신의 조사 결과를 교수님께 보여주는 것이다. 교수님은 그에 관해 질문을 하고 문제를 제기할 것이고 당신은 무엇을 배웠는지 보여줘야 할 것이다.

래리는 제대로 된 논문 주제를 찾아야만 했다. 그는 재빠르게 그의 관심을 월드 와이드 웹으로 돌렸다. 1995년 엽을 태어난지 6년된 신생아였다. 인터넷 초기시절 당시에는 웹페이지는 1000만 페이지밖에 되지 않았다. 웹은 페이지 한 장을 로딩 하는데 영원할 것 같은 30초라는 시간이나 걸렸다.

오늘날 웹페이지는 47억 3천개가 있다.

용어 경고!

웹과 인터넷은 종류가 다르다. 인터넷은 거대한 컴퓨터 네트워크로써 케이블과 무선 신호로 연결되어있다. 이 네트워크망은 컴퓨터로 하여금 정보를 교환하게 해준다. 웹은 문서, 파일, 폴더, 웹페이지, 등등 인터넷으로 볼 수 있는 모든 자료를 말한다. 그리고 웹은 링크를 통해 연결된다.

하지만 래리는 웹을 단순히 투박하고 원시적인 웹페이지 다발로 보지 않았다. 그는 웹을 수학적 그래프로 보았다. 각각의 웹페이지는 그래프였다. 점으로 이뤄진

선을 연결한 그래프처럼 웹사이트도 링크로 연결되어있었다.

이제, 질문 시간! 이 링크들은 중요한 걸까? 링크가 우리에게 인터넷 한 페이지에 대해 말해 줄 수 있는 것은 무엇일까? 래리는 좀 더 알고 싶었다.

그때 그가 흥미로운 무언가를 알아챘다. 웹페이지를 보고 얼마나 많은 외부와 연결된 링크가 다른 사이트와 연결됐는지 알아보는 것은 쉬웠다. 사람들은 페이지에 하이퍼텍스트를 눌러보기만 하면 알 수 있다. 하지만 래리는 특정한 페이지로 다시 연결되는 사이트의 수를 궁금해 했다. 얼마나 다양한 외부 링크가 페이지와 연결됐을까? 1995년에는 아무도 그 대답을 알지 못했다.

하이퍼텍스트는 상호작용 텍스트로서 다른 문서 즉, 다른 웹페이지를 연결한다. 보통 하이퍼텍스트는 다른 색깔로 표시된다. 당신이 커서를 옮겨 하이퍼텍스트를 클릭하면 다른 문서, 웹페이지나 정보를 볼 수 있다.

래리는 기자에게 이렇게 설명했다. “하이퍼텍스트의 초기 버전에는 큰 문제가 있었어요. 바로 링크를 들어 갈 수 있는 방법은 하이퍼텍스트를 누르는 방법뿐이었어요.” 래리는 그 문제를 해결하고 싶었다.

## 백링크(Backlinks)

만약 당신이 반장이 되고 싶다면 당신이 똑똑하다고 생각하는 사람들이 아닌 당신을 뽑아줄 사람들에 의해 당신이 될 것이다. 다른 말로 설명하자면, 당신의 인기는 당신이 좋아하는 사람이 아닌 당신을 좋아하는 사람의 수로 설명 될 것이다.

인터넷의 연결망을 연구하면서 래리는 비슷한 사실을 알아냈다. 당신의 사이트가 얼마나 수많은 사이트를 연결하는 것은 중요하지 않았다. 중요한 것은 얼마나 다양한 사이트가 당신의 페이지에 연결 됐느냐다. 더 많은 사이트를 연결될수록 당신의 사이트는 더 유의미하고, 더 실속 있고, 더 신뢰할 수 있으며 더 중요해진다.

이 생각은 그가 자라며 집에서 여러 번 얘기를 나눴던 ‘인용’이란 단어를 떠오르게 하였다.

자, 당신이 과학자이고 기후변화를 끊임없이 연구하고 있다고 가정해보자. 당신은 새로운 증거를 발견했고 인류가 기후를 변화시키는지에 대한 새로운 이론을 증명했다. 당신의 논문은 과학저널에 실렸다. 이제 두 가지 상황이 일어날 수 있다. 아무도 당신의 업적을 알아주지 않거나 당신의 논문의 중요성을 알아본 세계의 과학자들이 논문에 대해 이야기를 나누게 될 것이다. 당신의 논문을 기반으로 다른 과학자들은 그 문제를 좀 더 알아보기 위해 조사하고 실험하고 증거를 모을 것이다. 그리고 그들은 논문을 출판하며 당신을 언급할 것이다. 그들은 당신의 논문, 조사, 공헌을 언급하게 될 것이다. 각각의 언급을 인용이라고 부른다. 그리고 만약 수백 수천만 명의 과학자들이 당신 논문을 인용한다면? 당신의 논문의 우수함과 신뢰도의 영향력이 커진다는 이야기다. 당신의 논문이 많이 인용될수록 영향력도 올라간다.

래리는 인용검증 연구처럼 웹 페이지의 신뢰성을 파악하기 위해 백링크를 분석할 수 있을지 궁금했다. 그것은 아주 거대한 생각이었고 실현화시키기에는 복잡할 수도 있었다.

수학 알고리즘은 수학 문제를 해결하거나 컴퓨터 과정을 수행하고 완료하기 위해 따르는 특정한 단계들의 집합이다. 알고리즘에 대해 생각하는 또 다른 방법은 그것을 제빵 요리법처럼 보는 것이다. 특별한 목표를 달성하기 위해 단계별 지침을 따른다.

그리고 래리는 수학적 사고를 가진 일의 책임자를 알고 있었다. 그 사람은 바로 세르게이 브린이었다. 세르게이도 논문 주제를 고민하던 중이었다. 그는 래리의 생각에 매료됐다. “래리의 주제는 인간의 지식을 나타내는 웹을 다루어서 인상 깊었죠.” 세르게이가 대답했다. “그리고 래리를 좋아하기도 했어요.”

하지만 그 일은 쉽지 않았다. 결국, 그들은 천만 페이지의 웹 전체의 링크를 분석하고 세는 계획을 세웠다. 그들은 크롤러를 배치하고, 링크를 수집하고, 저장하고, 그리고 나서 그들의 값을 분석해야 했다. 이 일은 월드 와이드 웹 전체를 다운로드 하는 일이었다.

웹 크롤러(Web Crawler)는 멋진 이름들을 가지고 있다. 스파이더와 인터넷 봇. 크롤러는 웹 페이지를 방문하여 읽는 프로그램에 지나지 않는다. 각각의 크롤러나 봇은 특정한 정보를 찾기 위해 사냥을 한다. 일단 정보를 발견하면, 크롤러는 자신이 발견한 것에 대한 데이터베이스나 색인을 만들어 정보에 접근하기 쉽게 만든다.

이러한 임무를 수행하기 위해 스탠포드 학생 프로젝트를 넘어서는 어마어마한 양의 대역폭이 필요했다. 이 프로젝트는 논문 이상의 작업이 필요했다. 말할 것도 없이, 래리와 세르게이는 돌아다니며 많은 데이터를 수집했고 엄청난 정보를 저장하고 다루는 서버를 필요로 했다.

서버는 자신이 수행하는 특정 작업 또는 일련의 임무를 가진 시스템이다. 서버에는 많은 종류가 있다. 예를 들어 서버는 파일을 저장하거나 네트워크 트래픽을 관리하거나 웹 페이지를 전송하는 일도 한다. 서버의 소프트웨어가 그 서버의 작업을 결정한다.

대역폭은 컴퓨터가 데이터를 얼마나 빨리 보낼 수 있는지를 측정하는 값이다. 그것은 종종 초당 비트 단위로 측정된다. 컴퓨터의 가장 작은 데이터 단위는 이진수 또는 짧은 비트라고 알려져 있다. 비트는 1 또는 0이다. 초당 비트를 이야기할 때, 여러분은 이 작은 데이터 조각들이 1초 안에 얼마나 빨리 전송되거나 수신되는지에 대해 말하고 있는 것이다.



1995년에 사람들은 전화선을 통해 인터넷에 연결된 모뎀을 가지고 있었다. 최고 속도는 0.056메가비트(Mbps)였다. 오늘날, 미국의 대부분의 사람들은 20 메가비트의 속도로 인터넷에 접속한다. 그것은 오늘날 우리가 사진을 순식간에 다운로드 할 수 있다는 것을 의미한다. 하지만 그 당시, 심지어 낮은 품질의 이미지 하나를 다운로드하는 것조차도 몇 분씩이나 걸릴 수 있었다.

## 구걸하고, 빌리고, 스토킹하다

돈 한 푼도 없이 엄청난 양의 컴퓨터가 필요할 때 당신은 무엇을 하겠는가? 그것이 래리와 세르게이가 직면했던 문제였다. 게이츠 360이라 불리는(맛다, 바로 마이크로소프트 회사의 빌 게이츠 이름을 딴 게이츠이다) 대학원 사무실에 앉아 그들은 은밀한 계획을 세웠다.

스탠포드 대학 컴퓨터 공학 건물 하역장에 몰래 숨어서 래리와 세르게이는 컴퓨터 운반하는 모습을 훑쳐보았다. 그들은 정확히 몇 개의 컴퓨터가 배달되고 누가 그것을 가져가는지를 알아냈다.

그러고 나서 그들은 목소리를 변조했다.

*안녕하세요.*

*오늘 아침에 들어온 20개의 컴퓨터 송장을 받으신 걸로 아는데요. 하나만 빌려가도 될까요?*

그리고 그들은 방마다 돌아다니며 배달하고 컴퓨터 부품을 구걸하고 컴퓨터를 빌리러 다녔다.

그들은 돈을 거의 쓰지 않고도 주인 없는 배달물들을 손에 넣을 수 있었고(누구는 훔친 것이라고 얘기하고 누구는 빌린 것이라고 한다.) 그들이 필요한 만큼의 부품을 얻을 수 있었다.

그 당시의 컴퓨터는 비쌀 뿐만 아니라 엄청나게 무거웠다. 컴퓨터를 들고 다니는 것은 엄청난 노동이었기에 그들은 발견하고 찾은 컴퓨터를 사무실로 가져가기 위해 큰 카트를 구매했다.

다행히도, 래리와 세르게이는 그들과 똑같이 특이한 성격을 가진 이들과 같은 사무실을 사용했다.

이제 그들은 컴퓨터의 부품, 전자 장치와 디스크를 갖고 컴퓨터를 조립해야 했다.

컴퓨터를 조립하기 위한 가장 좋은 장치는 바로 레고였다. 그리고는 그들이 찾을 수 있는 가장 싼 대체품이기도 했다. 하지만 가난한 대학생이었던 래리와 세르게이는 정품 레고를 살 돈이 없었다.

미시간 대학생시절 래리는 학교 과제로 레고를 이용하여 잉크젯 프린터를 만드는데 성공했다. 그는 그러한 레고 만들기 기술이 세상을 바꾸려는 자신의 목표를 달성하는 데 중요한 역할을 할 것을 꿈에도 몰랐다.

그들은 래리의 책상 위에 널브러져 있는 블록들 중 플라스틱 벽돌 한 쌍을 한데 뭉치기 시작했다. 곧 그 난장판으로부터 색색의 탑이 완성됐다. 하드디스크를 탑에 설치하자, 그들이 직접 만든 서버가 완성되었다. 어떤 모서리는 테이프로 간신히 붙어있었지만 말이다.

구글의 원래 서버는 총 40GB인 4기가바이트 드라이브 10개로 구성되었다. 1996년에는 4GB 디스크가 사용 가능한 가장 큰 디스크였다. 오늘날은 16TB의 데이터(약 16,000GB)를 저장할 수 있는 손바닥만 한 하드 드라이브를 구입할 수 있다.

스탠포드 대학 공학 센터에 가면 전시된 원본 서버를 직접 볼 수 있다.

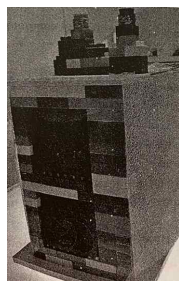
오늘날, 구글은 약 100만 대의 서버를 사용하고 있는 것으로 추정된다.

이제 결정적인 순간이 다가왔다. 세르게이와 래리는 그들의 창조물을 스탠포드 컴퓨터 네트워크에 꽂아 웹을 다운로드 받았다.

됐다 됐다! 그리고 그들의 창조물은 웹을 크롤링하여 웹을 다운받는데 성공했다. 그렇게 구글이 탄생했다.

사실, 그들이 만든 건 백업(BackRup)이라는 것이다. 그렇다. 백업. 백업은 래리와 세르게이가 삶을 바꿀 아이디어를 지칭한 이름이다.

그리고 엄밀히 말하자면 그들은 겨우 첫 발걸음을 뗀 셈이었다. 웹크롤링과 다운로드. 하지만 백업은 당시엔 엄청났지만 단순한 웹 크롤러였고, 이제 래리와 세르게이는 이 모든 자료들을 수학적으로 이해해야 하는 어려운 과제를 안고 있었다.



구글의 최초 서버 저장소 받침대(레고 듀플로 블록)(Steve Jurvetson 제공)

## 게이츠 360 사무실 투어

사무실 친구를 만나보자!

손 앤더슨(Sean Anderson)은 통학하는 시간도 아까워 할 만큼 아주 열심히 공부하는 학생이었다. 그는 사무실에서 일하고 잠을 자기 시작했다. 그는 또한 사무실을 식물로 채우고 나서 식물에 물을 주는 컴퓨터 프로그램을 만들었다.

타마라 문즈너(Tamara Munzner)는 이 그룹의 유일한 여성이었다. 일을 끝내기 위해 그녀는 헤드폰을 끼고 래리와 세르게이의 악명 높은 논쟁으로부터 벗어나야 했다. 활기찬 루카스 페레오라(Lucas Pereira)와 조용한 벤 주(Ben Zhu)도 사무실 동료가 되었다.

박사과정 학생인 래리와 세르게이에게는 역시 보수를 받는 두 명의 연구 보조자가 있었다. 스콧 하산(Scott Hassan)과 앨런 스텐버그(Alan Steremberg). 스콧과 앨런은 스탠포드 학생으로, 돈을 벌며 할 수 있는 멋진 프로젝트를 찾아보고 있었다. 앨런이 래리와 세르게이를 돕지 않을 때는 자신의 프로젝트인 웨더 언더그라운드(Weather Underground)를 개발하고 있었다. 그것은 정확성과 정밀도 덕분에 가장 인기 있는 기상 예보 사이트 중 하나가 되었다. 그리고 앨런은 웨더 언더그라운드의 사장이 되었다.

스콧 하산은 스탠포드에서 열린 얼티밋 프리스비 게임에서 세르게이를 만난 후 연구 보조 일을 했다. 그는 재능 있는 프로그래머였고, 프로그램에 재능 있는 만큼 장난을 치는 것에도 재능이 있었다. 하산은 로봇공학 분야의 선구자가 되었고, 요새는 평면 TV를 머리처럼 달고 다니는 로봇을 개발 중이다. 사람들이 로봇과 대화하는 대신, 로봇의 주인과 라이브 비디오 채팅을 할 수 있다. 그것은 페이스타임 통화와 같은 것이다. 아마도 미래에는 수업에 가는 대신에 그냥 로봇을 보낼 수 있을 것이다! 하산의 획기적인 상품은 빔이라고 불린다.



빔 프로 로봇(Suitable Technologies 제공)

## 3장

오랜 암흑기:  
구글 없이 검색 하던 시절

오늘날, 당신이 ‘윌리엄 셰익스피어가 왜 중요한 사람인가요?’라고 구글에 타자를 친다면 당신은 겨우 0.63초 만에 수십만 개의 검색 결과를 볼 수 있을 것이다. 그리고 모든 결과는 중요성에 따라 정렬된다. 식은 죽 먹기다. 그렇지 않은가?

그렇지 않다!

마음의 준비를 해라. 타임머신을 타고 가는 이번 여행은 꽤나 흔들릴 예정이니 말이다.

구글이 없던 시절, 사람들은 검색 결과가 의미가 없던 시절에 살고 있었다. 당신이 검색 엔진에 들어가 ‘셰익스피어’ 같은 단순한 키워드를 쳐야한다. 왜냐하면 검색 엔진은 대화문 형식은 다룰 수 없기 때문이다. 당신이 셰익스피어의 고향이 궁금하다면 윌리엄의 성까지 쳐야 결과를 볼 수 있다.

대화 텍스트는 여러분이 말할 수 있는 것과 같은 방식으로 들리는 구절이나 문장이다. 당신의 생각과 질문에 대한 격식 없고 자연스러운 표현이다.

당신은 새로 고침을 누르고 결과들이 특정한 순서 없이 로딩 될 때 까지 기다린다. 사실, 당신이 찾고 있던 정보는 가장 최근 결과, 혹은 중간 어딘가에서 발견될 지도 모른다. 더 최악인 것은, 한 시간 검색 활동 동안 당신은 여러 번 소리 지르고 싶을 순간이 생긴다는 것이다. 당신이 계속해서 다른 키워드를 여러 번 쳐야하기 때문이다. 당신은 소리를 지르고 싶지만 속삭이지조차 못할 것이다.

문제가 뭘까? 인터넷 검색은 키워드를 기반으로 했다. 만약 당신이 말(馬)에 대한 정보를 찾는다면, 웹 검색은 당신에게 말이라는 단어를 언급하는 모든 사이트를 제공할 것이다. 그리고 당신은 가만히 앉아 당신이 필요로 하는 정보를 찾으면서 각각의 결과를 기다려야 할 것이다.

이것은 마치 도서관에 걸어 들어가 말에 대한 정보를 요구하는 것과 같다. 그러면

사서는 그 단어가 포함된 모든 책, 잡지, 책자를 당신에게 가져다준다. 그리고 나서 그 사서는 그것들을 아무렇게나 뒤섞은 책 더미에 던지면 당신은 원하는 것을 찾을 때 까지 뒤진다. 이 과정이 바로 구글 이전의 검색이었는데, 감히 누구도 함부로 꺼내지 못했던 기억이었다. 우리에게 필요한 것은 이 정보를 정리하는 방식이었다.



## 페이지 랭크(PageRank)

세르게이 브린의 수학에 능한 두뇌는 링크를 분석하고 웹 페이지의 순위를 매기는 알고리즘에 대한 완벽한 능력을 가졌다. 그것은 마치 대표 요리의 조리법 같았다. 그리고 래리와 세르게이는 이 특별한 자료를 페이지랭크라고 이름 지었다.

단어 페이지랭크가 익숙하지 않은가? 래리와 세르게이는 래리의 성(姓)인 페이지에서 따온 이름이다.

당신이 ‘스타워즈: 깨어난 포스’에 대한 웹페이지를 신설했다고 가정해보자. 알고리즘이 어떻게 당신의 사이트와 StarWars.com의 사이트 간의 차이를 알 수 있는가? 어느 사이트가 더 관련이 있는가? 더 믿을 만한가? 주제에 더 중요한가?

답은 백링크 안에 있다. 당신이 들인 공만큼 당신의 팬 사이트에 접속하는 사람은 많지 않을 것이다. StarWars.com은 내부 특종, 게임, 비디오, 뒷이야기, 스포일러 등을 제공한다. 반면에 당신의 팬 사이트는 그 영화가 당신에게 얼마나 깊은 인상을 주었는지에 대한 하나의 글 정도 올렸을지도 모른다.

페이지랭크는 수신 링크 수에 따라 어떤 사이트가 더 중요한지 결정할 수 있다. 그리고 이제 어려운 문제에 봉착한다. 중요성은 당신의 사이트를 가리키는 링크의 수만이 아니라 참조 링크가 받는 링크의 수에 의해 결정된다.

특정 페이지에 페이지랭크 점수를 매긴 후 세르게이는 또한 키워드, 대문자, 글꼴 크기, 페이지의 단어 사이의 거리 등과 같은 요소들을 분석하는 방법을 알아냈다. 이러한 요소들을 신호라고 부른다. 이 모든 신호를 분석하는 것은 세르게이가 웹페이지의 관련성에 대해 꽤 명확한 그림을 그리는 알고리즘을 개발하는 데 도움이 되었다.

래리가 인터뷰에서 말했다. “우리는 전체 웹을 수억 개의 변수를 가진 큰 방정식으로 변환하는데, 이것이 바로 연결고리입니다.” 다시 말해서, 웹은 거대하고 복잡한 수학 문제일 뿐이었다. 래리와 세르게이가 풀었던 것이 바로 이것이었다.

발명가들이 새로운 것을 창조할 때, 그들은 그들의 발명에 대한 특허를 출원한다. 이 서류는 다른 사람들이 발명품을 베낄 수 없도록 그 발명을 보호한다. 페이지랭크는 캠퍼스의 스탠포드 대학 대학원생들이 만든 것이기 때문에, 스탠포드 대학은 페이지랭크의 특허를 소유하고 있다. 스탠포드는 이 특허권을 회사의 주식과 교환하는 조건으로 구글에 독점적으로 허가했다. 2005년 이 학교 측이 구글에서 이 180만 주를 팔면서 약 4천억 원 (3억3600만 달러)을 벌어들였다. 괜찮을 거래지 않은가?(잃어버렸던 컴퓨터 값은 번 셈이다.)  
<https://www.google.com/patents/US6285999>에서 특허를 확인해 보아라.

1996년, 래리와 세르게이가 백업을 배치하여 웹크롤링을 하고 링크들의 색인을 만들고 나서 그들은 페이지랭크를 모아서 모든 웹 데이터를 정리하고 순위를 매겼다. 결과를 분석하는 동안, 래리와 세르게이는 그들의 프로젝트가 검색 엔진과 비슷하지만 좀 더 정확한 결과를 얻었다는 것을 깨달았다. 유레카! 그들은 그 미완성의 결과를 당대 가장 인기 있는 검색 엔진의 결과와 비교했다. 의심할 여지없이 페이지랭크의 결과는 단연 최고였다.

웹을 이용하는 다른 평범한 사람들처럼 래리는 백업에 자신의 이름을 제일 먼저 검색해보았다.

래리와 세르게이는 그들이 우연히 웹 검색에 획기적인 변화를 일으켰다는 것을 깨달았다.



인터넷 아카이브 웨이백의 백업원본 스크린샷

## 개시

백럽에 대한 소식은 캠퍼스에 삽시간에 퍼졌다. 특히 학생들은 매우 신나했다. 당신이 쏟은 만큼의 시간을 보상받을 수 있게 되었다. 무의미한 검색결과를 훑어보는 시간은 끝났다. 정신이 나갔다. 입이 떡 벌어졌다.

처음으로, 당신은 웹을 검색할 수 있었고, 당신이 찾고 있던 바로 그 정보까지도 빠르게 찾을 수 있었다!

이윽고 만 명의 사람들이 매일 백럽을 사용하고 있었다. 백럽 수요가 급증했다. 그 뿐 만 아니라 웹은 1996년부터 1997년까지 세 배나 되는 엄청난 속도로 성장하고 있었다.

그것은 래리와 세르게이가 점점 더 확장되는 웹크롤링과 끊임없이 증가하는 양의 링크를 저장하기 위해 컴퓨터와 디스크 저장장치가 더 필요함을 의미했다.

수요를 맞추기 위해 그들은 컴퓨터, 잡동사니 부품, 선반을 더 가져왔다. 가득 찬 DIY 서버가 그들의 사무실 구석구석을 빠르게 채워졌다. 그 다음은 래리의 기숙사 방이었다. 그들은 방을 서버로 채웠다. 세르게이도 그의 방을 내줬다. 이제 그 방들이 백럽의 사무실이 되었다.

그러나 래리와 세르게이의 서버 네트워크가 성장함에 따라 어마어마한 양의 전기 공급이 필요했다. 그들은 잠긴 지하실에 있는 회로 차단기에 접근할 필요가 있었다. 키(또는 허가)가 없었지만 전혀 문제가 되지 않았다. 세르게이는 도움을 받기 위해 그가 가장 좋아하는 책 중 하나인 자물쇠 따는 MIT 가이드 책을 골랐다. 당신은 다음에 무슨 일이 일어났는지 짐작할 수 있을 것이다. 그들은 지하실로 들어가 그들의 가득한 컴퓨터 시스템에 전력을 공급했다.

또한, 지하실로 가는 것은 대역폭의 문제라는 또 다른 문제를 해결했다. 그들이 토글 스위치를 한 번 돌리면 백럽은 건물에 할당된 10 Mbps 대신 스탠포드의 전체 대역폭인 45 Mbps에 접근할 수 있다. 스위치가 다시 연결되었고, 그들은 4배 이상의 대역폭을 가지게 되었다.

그러나 프로젝트에 힘을 더하는 만큼, 래리와 세르게이는 항상 더 많은 힘을 필요로 했다. 그들의 혁신적인 과제 실험은 정기적으로 학교의 인터넷 연결을 차단시

켰다. 그들은 스탠포드 대역폭의 절반 이상을 소비했다. 그리고 백럽은 단지 수많은 전기, 서버 공간, 인터넷 연결을 소비하는 것이 아니라, 래리와 세르게이의 하루를 소비하게 했다.

## 총고 하나 하자면

래리와 세르게이가 스탠포드 대학원에 입학했을 때 그 둘은 각각 박사 과정을 해 내는데 학생들을 돕는 지도 교수를 배정 받았다. 학생과 지도교수의 관계는 아주 중요한 관계이다. 그 관계는 아이디어를 내고, 문제를 해결하도록 돕고, 새로운 방향이나 연구를 위한 아이디어를 얻거나, 여러분의 논제 주제를 승인하고, 앞으로 나올 수 있는 많은 것들(좋은 것들, 나쁜 것들, 어려운 것들)을 얻는 관계이다.

래리는 인간 컴퓨터 상호작용의 선구자인 테리 위노그라드(Terry Winograd)를 지도교수로 배정받았다. 래리는 위노그라드를 알고 있었다. 래리가 어렸을 때, 그의 아버지는 스탠포드에서 래리와 함께 안식년을 보냈다. 몇몇 교직원들은 아직도 오래 전의 그 호기심 많던 어린 7살짜리를 기억하고 있었다. 그리고 래리는 테리 위노그라드를 기억했다.

위노그라드는 래리가 커다란 아이디어와 그것을 실현시킬 수 있다는 믿음을 가지고 있다는 것을 좋아했다. 래리가 부상하던 월드 와이드 웹(World Wide Web)에 대해 말했을 때, 위노그라드는 그에게 그 주제로 논문을 써보라 권장했다.

1996년 래리는 교수님께 메일로 더 많은 디스크 공간을 얻기 위해 도움을 요청했다. 웹을 다운로드하는 것은 디스크 공간을 너무 많이 차지하기 때문에 비용이 많이 들었다. 래리는 위노그라드에게 디스크 공간의 소매가격은 4GB에 천 달러라고 썼다. 래리는 8GB가 필요하다고 적었다. 사실 래리는 그보다 더 많은 GB가 필요할 것이라고 생각했다. 구글의 첫 번째 서버는 40GB를 사용했다!

위노그라드도 초기 불만사항에 대해 조언을 주었다. 사이트 운영자는 백랍이 그들의 웹 페이지를 요청하고 있다는 것을 알고 있었지만 사이트를 운영하는 사람들 중 일부는 웹을 요청하는 이유를 이해하지 못했고 또한 그것을 고마워하지도 않았다.

세르게이의 지도교수는 컴퓨터 과학부장인 헥터 그라샤몰리나(Hector Garcia Molina)였는데, 그는 세르게이의 총명함에 사로잡혔다. 세르게이 역시 스탠포드 교수인 라지브 모트와니(Rajeev Motwani)로부터 조언을 얻는데 많은 시간을 보냈다. 모트와니가 공식적인 지도교수는 아니지만, 세르게이는 자주 기술적인 질문을 가지

고 그를 찾아 갔다.

세르게이는 몇 년 후 블로그에 “내가 데이터 마이닝에 관심을 돌렸을 때 라지예프는 이 주제에 대한 정기적인 모임의 조율을 도와줬습니다.”고 썼다. “내가 그 학과의 수백 명의 대학원생 중 한 명일뿐인데도 그는 항상 도움을 주는 시간과 노력을 기울였습니다. 나중에 래리와 내가 구글로 이어질 연구에 협력하기 시작했을 때, 라지예프는 우리를 지원하고 기술적, 조직적인 도전을 통해 우리에게 많은 도움을 주었죠.”

세르게이가 스탠포드를 자퇴하고 나서도 모트와니와 그는 연락하며 지냈다. 2009년 모트와니가 갑작스럽게 세상을 떠났을 때 구글은 그를 기리기 위해 스탠포드 교수직에 약 30억 원(250만 달러)을 기부했다.

이 교수들은 래리와 세르게이의 교육, 연구, 혁신을 형성하는 데 중요한 역할을 했다. 이제 래리와 세르게이는 아주 힘든 결정을 하는데 그들의 도움이 필요할 것이다.

4장

#철자

1997년 세계는 끔찍한 운명으로부터 벗어났다: 영원히 모든 것을 백럽(검색)하다.

*어이, 금요일 밤 영화 시간 백럽(검색)해줄래?*

*저기, 버락 오바마 백럽(검색)해주라.*

*자, 여러분 컴퓨터 켜서 최초의 추수감사절에 대해 백럽(검색)해봅시다.*

와. 래리와 세르게이가 추악한 진실을 마주한 사실에 대해 잠시나마 감사의 마음을 가져보자. 백럽이란 단어는 최악의 단어이다. 래리는 백럽이 야후나 엑사이트와 같은 다른 웹 회사 이름처럼 딱 맞지도 않을 뿐더러 생기도 가지고 있지 않다는 것을 깨달았다. 백럽은 입에 붙지도 신선하지도 최첨단도 아니었다. 또한 동사로써 쓰기엔 이상했다.

래리와 세르게이는 동료 대학원생과 사무실 친구들에게 도움을 요청했다.

브레인스토밍 시간은 많은 아이디어를 만들어냈다. 대학원 친구 손 앤더슨이 '구골플렉스'라는 말을 하자 모두 그를 쳐다보았다.

래리는 바로 그 단어의 줄임말인 구골을 생각해냈다. 우리는 구글이 아닌 구골이란 점에 주목할 필요가 있다.

구골은 10의 100제곱이다. 혹은 1 뒤에 100개의 0이 뒤따른다.  
숫자 구골은 9살 소년 밀턴 시로타(Milton Sirotta)가 지은 이름이다. 밀턴의 삼촌은 뛰어난 수학자였고 밀턴에게 그렇게 많은 수를 뭐라고 불러야 하는지 물었다. 밀턴은 구골이 엉뚱함을 나타내는 방면에서 가장 알맞은 단어라고 생각했다.

래리와 세르게이는 엄청나게 큰 숫자를 나타내는 구골이 페이지 랭크의 엄청난 가능성을 어떤 말보다 구골이 가장 잘 표현 될 수 있는 단어라 느꼈다. 웹이 커질수록, 검색 결과는 더 커지게 될 테니 말이다. 웹에 추가된 모든 링크는 더 많은 데이터, 더 많은 인용문을 추가하게 만든다. 구글의 데이터베이스가 클수록, 각 웹사이트들의 실용성 및 사회적 적용가능성의 순위를 매기기 쉬웠다.



사람들이 다이아몬드 같은 새로운 재료를 위해 암석을 채굴하는 것처럼, 새로운 정보를 찾는 유일한 목적을 위해 커다란 데이터베이스를 채굴할 수 있다. 사람들이 발견 되지 않은 정보를 찾는다면 더 할 나위 없이 좋다. 발견되지 않은 정보는 데이터 채굴의 다이아몬드 격이다. 이 경우, 데이터는 링크를 의미한다. 다이아몬드는 어떤 사이트의 중요성이나 신뢰성에 대한 정보인 백링크를 의미한다.

래리와 세르게이는 백럽이 갖고 있지 않은 신선하고, 재미있고, 잊을 수 없는 무언가를 구골이 가지고 있다고 생각했다. 게다가, 구골은 타자를 치는 것이 쉽고 심지어 기억하기도 쉽다고 생각했다. 그래서 1997년 9월 15일 래리와 세르게이는 재빨리 도메인 이름을 등록했다. 문제 해결! 사소한 문제 하나 빼고는 말이다. 사실 중요한 문제였다.

그들은 그 단어의 철자를 잘못 쓴 것이다! 구 글.

사무실 동료 타마라 문즈너가 다음날 그 실수를 지적했다. 아이고!

하지만 그들을 너무 가혹하게 평가하지는 말자. 분명히, 우리도 철자를 제대로 쓸 수 없었다. 2000년에 브리트니 스피어스(Britney Spears)는 그녀의 히트곡 "Oops! I did it again."으로 유명세를 탔다. 사람들은 구글에서 브리트니 스피어스를 검색하기 시작했다. 결과는? 이름에 관한 수십 개의 오타가 있었다. 이런! 그 데이터, 즉 오타의 긴 리스트는 구글의 관심을 끌었다.

“우리는 많은 사람들이 브리트니 스피어스에 관심 있어 하지만 모든 사람들이 그녀의 이름을 제대로 쓸 수는 없다는 것을 알아냈어요.” 구글의 첫 번째 직원, 크레이그 실버스테인(Craig Silverstein)이 말했다. 그 깨달음이 구글을 확장하게 만들었다. 구글은 검색 결과를 제공할 뿐만 아니라 철자 자동 수정도 제공하기 시작한 것이다.

철판에 구글을 써보며 래리와 세르게이는 실제로 구골을 실수로 쓴 구글이란 단어를 더 좋아한다는 것을 깨달았다.

그들의 프로젝트는 이제 맘에 쏙 드는 이름과 많은 사용자들을 가지고 있다. 게다가, 과제로부터 시작된 구글을 기리며 기술적으로 그들은 그들의 주제에 대한 인류의 이해를 넓혔다.

과제로 보자면, 그들은 엄청나게 잘 해내고 있었다. 그러나 커다란 의문이 남아 있었다. 구글이 과제에서 사업으로 가는 문턱을 넘었는가? 구글은 회사가 되어야 하는가? 그것이 진정한 돈벌이가 될 수 있을까? 이 질문은 스탠포드의 대학원생들 사이에서 전례가 없는 질문이 아니었다. 대학 안에서 많은 사업이 이미 이뤄지고 있었다.

그러나 구글의 성장과 열광적인 인기는 빠른 해답을 요구했다. 래리와 세르게이는 어떻게 해야 할지 확신하지 못했다. 두 사람은 구글이 정말로 사업체라면 학교를 중퇴해서 운영해야 할 것이라고 걱정했다.

그리고 구글을 운영하기 위해 학교를 중퇴하는 것은 그들의 첫 번째 선택이 절대 아니었다.

## 대학원을 중퇴하다

당신의 가계도가 교수, 수학자, 연구원, 과학자로 채워져 있다고 상상해보라. 그 무엇보다 교육을 중요시하는 사람들. 그들에게 전화를 걸어서 학교를 중퇴한다고 발표할 수 있겠는가?

나 같아도 힘들 것 같다.

그러나 래리와 세르게이는 사실을 직시해야 했다. 구글은 아주 빠르게 성장하고 있었다. 그것은 '과제'라는 범위를 벗어났다. 그리고 구글을 운영하기 위해서는 빨리 정규직 직원을 채용해야만 했다.

그들은 학교나 구글 중 하나를 선택해야 했다. 자문가와 조언자로부터 조언을 구한 후, 래리와 세르게이는 결정을 내렸다. 그들은 구글을 팔고 학교에 남아있기로 결정했다. 스탠포드 학생으로서, 실리콘 벨리의 중심부에서, 그들은 기술계의 거장과 일 할 수 있다. 그리고 모든 사람들이 이미 구글에 대해 이야기하고 있었다. 구글을 팔고 학교에 남는 전략은 윈윈 전략 같지 않은가? 그렇지도 않았다. 래리와 세르게이가 금방 알아차렸듯이 아무도 구글을 사고 싶어 하지 않았다.

1997년 검색 업체 알타비스타(AltaVista)는 잘나가는 업체였다. 그리고 래리는 만약 그 회사가 구글을 매입한다면 알타비스타가 엄청난 돈을 벌 수 있을 것이라고 믿었다. 그는 그것을 100만 달러에 그들에게 제공했다. 그러나 알타비스타는 회사 외주로부터 기술을 구입하는 것을 좋아하지 않았다. 그래서 그들은 구글을 매입하지 않았고 오늘날, 알타비스타는 폐업했다.

잠깐! 기업들이 구글을 오늘날의 구글 가치의 극히 일부라고 할 수 있는 단돈 100만 달러에 살 기회가 있었다고? 근데 그걸 그냥 넘겼다고?

그렇다. 그것은 어색한 대화 중 하나인 '너 때문이 아니야. 나 때문이야. 그렇게 끌리지 않아서 그래.' 대화였다.

래리와 세르게이가 인기 있는 웹 검색 엔진 익사이트에 접촉했을 때, 협상은 진행되었다. 래리와 세르게이는 약 18억 5천만 원(160만 달러)를 원했다. 익사이트의 경영진들은 약 4억 5백만 원(35만 달러)짜리 제안서를 짜내려고 안간힘을 쓰고 있었다. 익사이트 팀은 그들이 정말로 구글을 원하는지 확신하지 못했다.

래리와 세르게이가 이야기를 나눈 후, 그들은 마침내 익사이트(Excite)에게 마지막 제안인 이메일을 보냈다. 세르게이는 그 다음에 무슨 일이 일어났는지 단어 하나하나 기억하고 있다. “우리는 짧은 이메일을 보냈어요.” 그는 사람들로 가득 찬 강당에서 매혹된 청중들 앞에서 말했다. “저희들은 정말 팔고 싶지 않지만, 18억 원(160만 달러)이면 정당한 대가였죠.”

세르게이는 다음에 무슨 일이 일어났는지 말할 때 웃었다. “몇 분 후에 우리는 ‘가격이 높긴 하지만 좋습니다. 우리가 매입하겠습니다.’ 라는 대답을 받았죠.” 그러나 10분 후 그들의 대학원 조수 중 한 명인 스캇 하산(Scott Hassan)이 웃으면서 방으로 뛰어 들어왔다. “그는 함박웃음을 띠며 자신이 익사이트인 척 회신을 보낸 것이라 했죠!” 진정한 거래가 이루어지지 않았음에도 불구하고, 세르게이와 래리는 여전히 그 장난에서 큰 즐거움을 얻었다.

그 당시의 대형 검색 엔진들은 사람들을 위한 웹 허브나 오락 역할을 더 하고 싶어 했다. 이러한 바쁜 "웹 포털"은 검색 기능을 가지고 있었지만, 뉴스, 이메일, 날씨, 별자리 운세 등을 제공하기도 했다. 그 회사들의 우두머리들은 만약 사람들이 당신의 포털에 접속해있다면, 그들은 배너 광고를 보게 될 테고 그 배너 광고가 돈을 가져올 것이라고 믿었다.

“우리는 포털로 거듭나고 있는 검색 업체 CEO들과의 대화로 아무도 검색 엔진을 개발하고 있지 않다는 것을 알게 되었습니다. CEO는 '검색 엔진에 대해 별로 관심이 없다'고 말했죠. 그리고 우리는 엄청난 사업 기회가 있다는 것을 깨달았고, 아무도 그것을 하지 않을 것이라는 것을 깨달았습니다.” - 래리 페이지

반면에 래리와 세르게이는 웹 검색을 개선할 방법을 알아냈다. 하지만 그들이 검색을 개선하면 사람들의 삶이 더 편해지고 웹 포털을 빠르게 만들지만 한편으로

사람들을 배너 광고로부터 멀어지게 할 것이다. 래리와 세르게이는 구글을 믿었다. 그러나 회사로부터 거둬서 거절당하다 보니 래리와 세르게이의 좌절감은 점점 커졌다.

구매자가 없는 상황에서 래리와 세르게이는 무엇을 해야 할지 깨달았다. 만약 그들이 진정으로 구글을 믿고, 웹을 조직하고, 누구나 쉽게 정보를 찾을 수 있도록 만들고 싶다면, 그 두 사람은 구글을 직접 운영해야 했다.

그러기 위해서 그들은 부모님께 학교를 중퇴한다고 말하기 위해 입이 떨어지지 않는 전화를 걸어야 했다.

세르게이의 어머니 유제니아 브린(Eugenia Brin)은 전기 작가에게 “우리는 엄청난 화가 났었죠.”고 말했다. “제정신이라면 박사학위를 받아야 한다고 생각했어요.”

세르게이의 아버지도 마찬가지로 장차 그 아들의 직업에 대해 희망을 가지고 있었다. “나는 아들이 박사학위를 받을 것이라 기대했죠. 아마도 교수가 되리라 믿었죠.”라고 마이클 브린이 말했다.

래리는 학교를 그만 두기로 한 결정에 특히 힘들어했다. 래리의 백럽, 페이지 랭크, 구글을 개발하려는 추진력이 기업가적, 학문적, 혁신적이었음은 의심의 여지가 없다. 그러나 그것은 또한 그가 슬픔에 차오르게 하는 이유기도 했다.

래리가 스탠포드에 있는 동안, 그의 아버지는 예상치 못하게 씬여덟 세에 돌아가셨다. 래리와 그의 아버지는 가까운 사이였다. 그들은 토론, 그레이트풀 데드(Grateful Dead) 콘서트, 그리고 혁신에 대한 많은 이야기를 나누곤 했다. 그리고 그가 박사 학위를 받는 것이 그의 아버지를 기리는 일이기도 했다.

그러나 세르게이가 한 전기 작가에게 말했듯이 그가 결정을 하게 만든 것은 학교 자문가의 조언 덕분이었다. 자문가는 구글운영이 잘 안되면 래리와 세르게이는 언제든지 돌아와 학위를 마칠 수 있다고 지적했다. 사실 학교는 기다릴 수 있지만 구글은 기다릴 수 없었다. 지금이 적기였다.

래리는 그 자문을 충분히 이해했다. 나중에 인터뷰에서 설명했듯이, “만약 회사가 망했다면, 안되긴 했지만 중요한 일을 했다는 만족감은 가질 수 있었을 거예요.”

결정이 내려졌다. 그들의 부모들도 허락했다. 래리와 세르게이는 넘어야 할 장애물이 하나 더 있었다. 그것은 바로 돈. 더 많은 컴퓨터, 부품, 그리고 저장소를 찾는 끊임없는 탐구는 그들의 예산으로 대기에는 충분하지 못했다. 그들은 둘 다 신

용카드 한도까지 다 써버렸다. 게다가, 세르게이는 웹에 크롤러를 배치할 때마다 스탠포드의 비용이 약 2천만 원(2만 달러)이 든다고 추정했다. 구글이 성장하고 웹이 성장함에 따라, 래리와 세르게이는 항상 더 많은 컴퓨터를 필요로 했다. 그들은 최대한 빨리 돈을 구해야 했다.

그 해 여름, 구글은 약 2,400만 개의 웹사이트를 데이터베이스에 가지고 있었다. 그리고 그 수는 시시각각 증가하고 있었다.

래리와 세르게이는 투자가가 필요했다. 하지만 그들은 구글을 파는데도 실패했었다. 래리와 세르게이는 어떻게 그들이 하고 있는 일을 이해할 뿐만 아니라 자금을 대줄 돈을 건네고 싶어 하는 사람을 찾으려고 했을까?

앤디 벡톨샤임(Andy Bechtolsheim)을 만나보자. 그는 시스코 시스템즈(Cisco Systems)의 부사장이었고 엔젤 투자자로서 다른 스타트업들에 투자했었다. 래리와 세르게이의 스탠포드 고문 중 한 명이 앤디에게 구글에 관한 이야기 해줬다.

앤디는 즉시 시연회를 요청했다. 앤디는 구글이 할 수 있는 일을 보자마자 래리와 세르게이를 쳐다보며 “별로 시간을 낭비하고 싶지 않네. 자네들을 도와줄 수표만 써주면 되겠지.”

그렇게 앤디는 수표책을 찾으려고 손을 뻗었다. 몇 초 만에 그는 10만 달러짜리 수표를 건네주었다! 래리와 세르게이는 그것을 응시했다. 이 수표는 아직 존재하지 않는 회사인 구글 회사 앞으로 보내진 셈이다. 그들은 심지어 은행 계좌도 없었다.

엔젤 투자자는 스타트업 관련 아이디어나 회사를 세우고 운영하기 위해 창업자에게 종자 돈을 제공하는 사람이다. 래리와 세르게이의 경우, 앤디가 서명하고 나자마자, 아마존닷컴의 제프 베조스(Jeff Bezos)를 포함한 다른 사람들도 그를 따랐다.

앤디가 차를 몰고 떠나자 래리와 세르게이는 서로를 바라보았다. 우와. 축하할 시간이었다. 이 시간은 중요한 이정표였다. 그것은 엄청난 업적이었다. 그들은 그 순간을 기념하고 싶었다. 그들은 정말 맛있지만 짠 음식을(아직 그 수표는 발행되기 전이라는 점을 기억해라) 먹어야 한다 생각했다. 그들은 알맞은 곳을 알고 있었

다. 그래서 구글의 설립자인 래리와 세르게이는 버거킹으로 곧장 향했다! 그 패스트푸드점인 버거킹으로 말이다.

그리고 그들은 캠퍼스로 돌아가 책상 서랍에 수표를 쑤셔 넣고, 회사 설립을 위해 서류를 쓰기 시작했고, 도전의 발자국을 내딛었다.

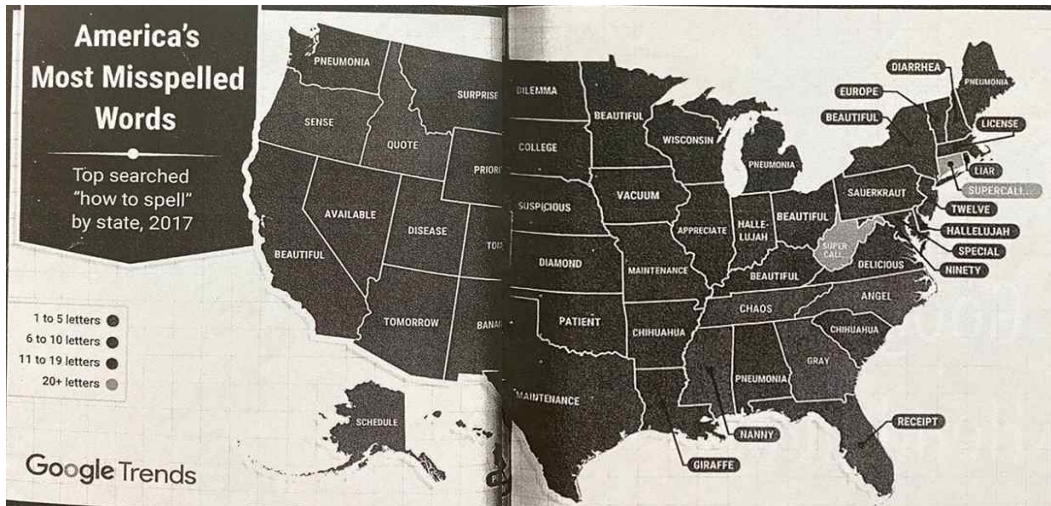
1998년 9월 8일 구글은 공식적으로 회사가 되었다. 흥미진진했지만 위험 부담도 있었다. 그 부담은 만약 회사가 망해서 사라진다는 그러한 부담이었다.



앤디 백톨샤임(David Paul Morris 제공)

미국에서 가장 많이 틀리는 단어들

2017년 주 별로 검색된 ‘철자 쓰는 법’ 순위



구글 트렌드의 미국인들이 가장 많이 틀리는 철자 지도



## 5장

### 구글 월드 본부

래리와 세르게이는 스탠포드를 졸업하지 않았을지도 모르지만 그들의 회사는 확실히 스탠포드를 졸업했다. 구글은 더 이상 단순한 학교 프로젝트가 아니었다. 구글은 공식적인 사업이었고 래리와 세르게이가 그 10만 달러짜리 수표를 은행에 넣고, 기숙사 방을 떠나, 밝고 새롭고 빛나는 사무실로 향해야 할 때가 되었다.



수잔 워지키키(구글 제공)

두 사람은 한 달에 약 200만 원(1700달러)이 넘는 돈을 친구들에게 월급으로 주고, 집주인 수잔 워지키키(Susan Wojcicki)에게 월세를 내야했다.

구글 월드 본사에 온 걸 환영한다. 다른 말로 하면 수잔의 차고라고 할 수 있는 이 곳. 그 본사는 화려하지는 않지만, 골똘히 생각하지 말자. 당신이 신선한 공기를 빨리 필요로 할 때 차고문은 꽤나 유용할 테니 말이다.

타임지는 이 명석하고 기량이 뛰어난 수잔 워지키키를 2015년 가장 영향력 있는 인물 중 한 명으로 선정했다. 그리고 그것은 놀랄 일이 아니다. 그녀는 소녀들에게 어울리는 외모와 행동보다는 지성과 독립성, 그리고 현상에 의문을 제기하는 데 초점을 맞춘 어머니에 의해 길러졌다. 권위에 의문을 제기하는 것은 워지키키 가족의 주요 애깃거리였다. 하버드 졸업생인 수잔은 석사학위와 MBA도 가지고 있다. 세르게이와 래리처럼 수잔은 공학과 사랑에 빠지기 전까지는 학문적인 경력을 쌓을 것이라고 생각했다. 마케팅의 수완가인 수잔은 결국 그녀의 차고에서 일을 시작하게 되었지만 후회하지 않았다. 마침내 수잔은 구글이 소유한 유튜브의 CEO가 되었다.

래리와 세르게이는 빠르게 직접 만든(DIY) 책상(나무 톱마 위에 놓여 있는 오래된 문) 위에 놓인 직접 만든(DIY) 서버로 공간을 채웠다. 그들의 임대료에는 아래층 침실 2개도 포함되어 있었다. 거기서 래리와 세르게이는 부동산 거래의 진짜 보석을 발견하게 된다. 그것은 바로 오래되고 얼룩진 터키석 쉘그 카펫이었다.

쉘그 카펫은 애완용 실을 밟을 때 고급스러운 풍성한 느낌을 주는 고리 형 실의 울창한 숲 같다. 하지만 그 보들보들한 느낌은 새 카펫에서만 느낄 수 있다. 카페이 오래 될수록 얼룩이 지고 축축해져 맨발 하나하나를 기분 나쁜 느낌을 준다. 하늘이 도운다면 카펫에 놓여있는 스테이플러를 밟기 전에 발견할 수 있을 것이다. 운이 없다면, 당신이 가장 생각지도 못할 때 엄지발가락에 꽂혀 피나게 만들 것이다.

그 역겨운 카펫을 깔아도, 그들은 출발하기에 완벽한 장소를 찾았다고 느꼈다. 이제 7일 24시간 대작전을 시행할 때이다. 래리와 세르게이는 그곳에서 일했을 뿐만 아니라 그곳에서 살았다. 그들은 열심히 일했지만 최대한 조용하게 일했다. 집 주인은 남편과 함께 본채에서 살고 있었기 때문이다. 그리고 그녀는 그녀의 첫 아기를 기다리고 있었다.

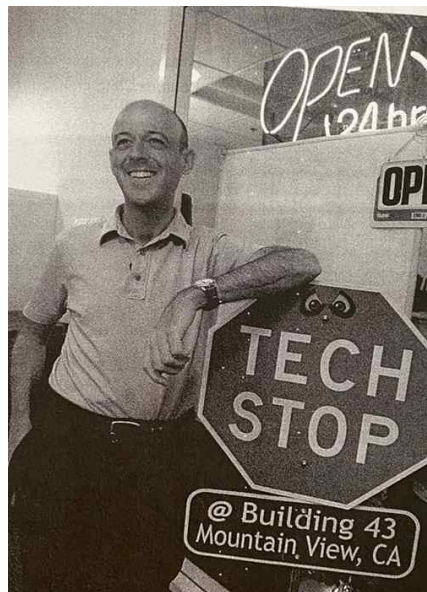
래리와 세르게이는 재빨리 구글의 첫 번째 직원을 구했다. 크레이그 실버스타인은 스탠포드 출신의 친구며 동료 학생이었다. 하지만 래리와 세르게이가 크레이그의 오래된 포르쉐 시동을 걸 때마다 폭발음이 난다는 것을 발견했을 때, 구글의 공동 창업자들은 크레이그가 엔진을 폭발시키기 전에 조용히 거리 밖으로 밀어냈다.



구글 월드 본부이자 수잔의 차고 (Justin Sullivan/Getty 이미지 제공)

캘리포니아 주 멘로파크 산타마가리타 애비뉴 232번지. 직접 보고 싶은가? 구글은 2006년에 그 집을 약 11억 원에 (백만 달러)샀다. 그곳은 관광 명소가 되었다.  
 사전경고: 안으로 들어갈 수는 없다. 그리고 이웃들은 꾸준히 지나다니는 버스 행렬을 좋아하지 않을 수도 있다.

Google의 첫 번째 직원 소개: 크레이그 실버스타인. 사실, 엄밀히 말하면 래리와 세르게이의 뒤를 이은 세 번째 직원이다. 크레이그는 구글에서 10년 이상 근무했다. 2008년, 그는 구글을 떠나 칸 아카데미에 있는 해외 공공기반 시설을 감독했다. 칸 아카데미는 전 세계 어디서나 누구에게나 무료 온라인 교육을 제공하는 비영리 단체다.



크레이그 실버스타인(Paul Sakuma 제공)

래리, 세르게이, 크레이그가 조용히 일을 하는 동안 구글에 대해 떠드는 소문은 점점 커져만 갔다. 구글은 가장 중요한 기술 잡지 중 하나인 PC 매거진 페이지에 실렸다. 그 잡지는 모든 컴퓨터와 기술에 대한 권위 있는 거대 기업이었다. 그리고 1998년 12월, 이 잡지의 편집자들은 구글을 매우 관련성이 높은 결과를 보여 주는 놀라운 기술을 가진 100대 웹사이트 중 하나로 선정했다. 그 기사는 계속해서 '구글은 보이는 것 이상을 가졌다!'라고 말했다.

그렇다. 구글은 더 많은 것을 보여줄 수 있었다. 하지만 아직 돈을 한 푼도 벌지 못했다. 그러나 돈을 벌지 못한다고 래리와 세르게이를 멈추게 하지 못했다. 대신 구글에 대한 비전을 미세하게 조율하는 데 주력했다. 그리고 그때 래리와 세르게이는 구글이 세상을 바꿀 것이라는 것을 깨닫기 시작했다. 그들은 세상을 바꾸는 것이 어떻게 일어날 것인지, 언제 일어날 것인지 정확하게 계산하지 못했음에도 불구하고 돈이 따라올 것이라고 믿었다.

차고 바깥에는 손으로 쓴 구글 월드 본부 표지판이 있었다. 내부에서는 훨씬 더 중요한 단어들이 모여 구글의 기업 강령이 쓰여 있었다. '세상의 정보를 정리하여 보편적으로 접근 가능하고 유용하게 만들기' 그래, 세상의 정보를 정리하자.

## (거의)빈 페이지의 힘

우리의 목표는 모든 것을 디자인하여 아름답게 단순화 시키는 것이다.

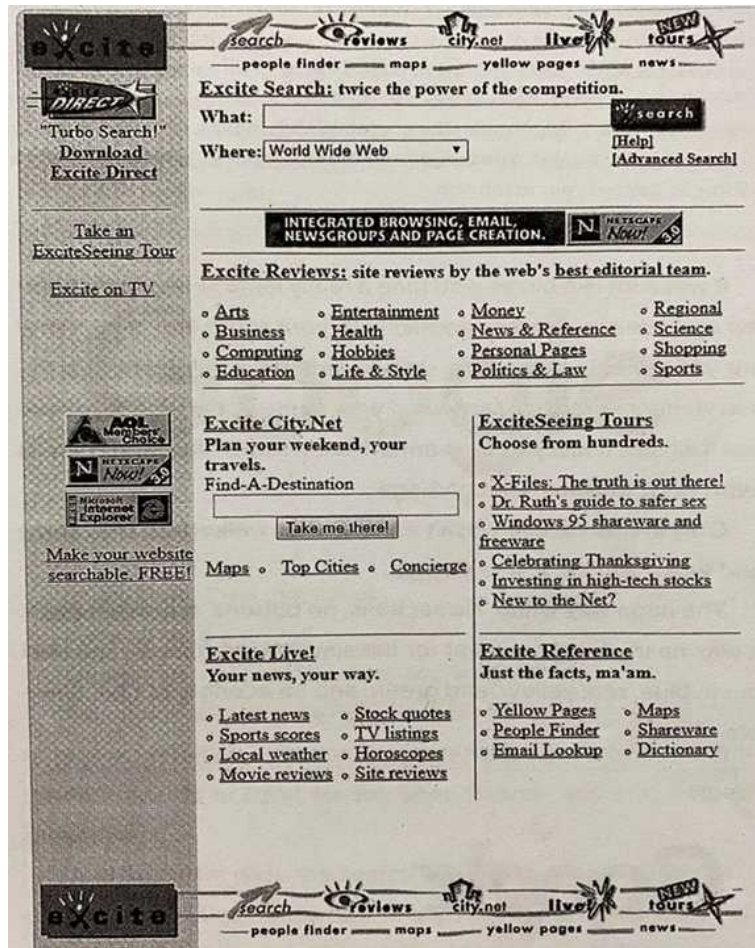
### - 래리페이지

구글의 검색 결과는 혁명, 반란, 저항이었다. 그러나 검색 결과는 이 새로운 세계 질서의 일부에 불과했다. 구글의 스타일은 전혀 다른 영역이었다.

경고! 타임머신을 타고 여행하려면 안약과 선글라스가 필요할거다.

도와줘! 웹이 내 눈을 공격하고 있어!

사실 구글 전에 검색엔진은 실제로 당신의 눈을 공격하지는 않았지만 시각적으로는 엄청 피곤하게 만들었다. 이 책은 앞서 검색 사이트들이 어떤 콘텐츠를 넣고 싶어 했는지에 관해 다뤘다. 즉, 웹의 한 페이지에서 별자리, 뉴스, 이메일, 오락 뉴스, 쇼핑 등으로 북새통을 이뤘다. 그것은 마치 정보의 폭주 같았다. 잠깐! 이제 광고를 여기저기에 추가해라. 그리고 거대한 배너 광고가 당신의 관심을 끌기 위해 깜박이며 페이지 상단을 가로질러 펼쳐져 있다는 것을 잊지 말아라.



1996년 10월 익사이트 검색 엔진 스크린 샷

자 한번 사이트를 살펴보자. 당신은 눈을 위아래, 앞뒤로 굴리고, 초점을 맞추고, 흐릿하게 무언가를 읽다가 결국 뭘 해야 하는지 까먹는다. 웹의 북새통을 보고 있자니 당신의 눈알은 마지막 한 방울의 습기를 빨아들인다. 그리고 당신은 말라버린 빨간 눈을 하고 앉아 있다가 무엇을 위해 로그인했는지 기억조차 하지 못한다.

이 검색 엔진의 CEO들은 이 개념이 훌륭하다고 생각했다. 사람들은 이러한 웹 포털에서 클릭을 하며 많은 시간을 보내고 있었다. 그리고 그 CEO들에게 이러한 클릭은 돈이 되기도 했다. 클릭 수가 많을수록 광고를 더 많이 보고 있다는 뜻이었기 때문이다. 만약 당신이 무언가를 클릭한다면, 당신은 포털에서 시간을 보내는 것이다. 그 말은, 피곤해도 광고를 무시할 수 없다는 뜻이다. 당신은 메시지를 받고 있는 셈이다. 그리고 광고주들은 기꺼이 당신의 관심을 위해 돈을 지불했다.

이것은 마치 정말 한물간 텔레비전 시리즈를 몰아서 보는 것과도 같았다. 그리고 열편 짜보고 있는 도중 누군가가 네 방으로 들어와 “너 왜 한물간 티비 프로그램을 보고 있니?” 라는 말에 정신을 차리고 당신이 어디에 있는지, 당신의 이름이 무엇인지, 그리고 하루 종일 어디에 있었는지 궁금해 할 것이다. 순식간에 정신을 차린 후, 몇 시간을 낭비했는지 깨닫고 심지어 그 쓰레기를 보고 싶지도 않아질 것이다.

이 경우, 방에 들어와서 당신을 깨운 것은 친구가 아니라 구글이었다.



1999년 11월 구글닷컴 스크린 샷

페이지는 흰색이었다. 섹션도 없고 버튼도 없고 별자리도 없다. 파란색, 빨간색, 노란색, 녹색 그리고 텍스트의 단순화로 표현된 로고인 구글을 제외하고 거의 비어 있었다. 구글은 심플하고 깔끔했다.



당신이 아주 멋진 로고가 필요하지만 돈이 부족할 때, 무엇을 하겠는가? 당신이 세르게이였다면, 확실히 돈이 부족하다고 당신을 막을 순 없었을 것이다. 그 대신 당신이 직접 디자인 할 수 있을 것이다. 세르게이는 킴프(GIMP)라고 알려진 무료 그래픽 프로그램을 사용했다. 그 프로그램이 무료라고 해서 사용하기 쉽다는 것을 의미하지는 않았다. 하지만 세르게이는 몇 번의 시도 끝에 사용법을 터득했다. 사용자들은 그 로고의 심플함을 좋아했다. 그리고 전문가가 구글의 로고를 수정할 지라도, 그 특징적인 단순성은 남아있을 것이다.

구글은 눈을 아프게 하는 다른 홈페이지보다 훨씬 나왔다.

구글은 보기도 쉽고 사용하기도 쉬웠다. 정확히 래리와 세르게이가 원했던 대로이었다. 그들이 믿는 신념이 옳았다. ‘사용자는 항상 옳다’라는 신념. 그리고 래리와 세르게이는 배너 광고가 사용자에게 아무런 도움이 되지 않는다는 것을 알았다. 배너 광고는 광고주들에게만 도움이 되었다.

그리고 검색 결과도 마찬가지였다. 래리와 세르게이 또한 검색이 정확하고 관련이 있어야 한다는 것을 이해했다. 구글 닷컴(Google.com)에서 사람들이 시간을 얼마나 보내는지는 중요하지 않았고 사용자들에게 가능한 한 빨리 좋은 결과를 가져다주는 것이 중요하다는 것을 깨달았다.

사용자들은 구글에 완전히 빠져들었다. 구글은 웹 사용자들이 정신이 화들짝 들게 만들었다. 구글은 대부분의 사람들이 깨닫지 못한 두 가지를 고쳤는데, 바로 검색이 보이는 방식과 검색이 작동되는 방식이었다.

구글은 이미 혁신적이고 획기적이며 또 다른 재미있는 것이 되었다.



2017년 9월 구글 로고

## 낙서해도 신경 쓰지 마라

1998년 8월, 래리와 세르게이가 구글 주식회사로 공식 설립되기 직전, 그들은 네바다 사막으로 여행을 떠났다. 왜일까? 버닝맨(Burningman)에 참가하기 위해서다. 걱정 하지마라. 그들은 실제로 사람을 태우지 않았다. 사실 버닝맨(사람 불태우기)은 사막 한가운데 있는 한 동네에서 수천 명의 같은 마음을 가진 사람들이 모인 이벤트성 파티다. 그리고 파티에 참석하는 것은 서류 작성과 은행 계좌 개설보다 훨씬 더 재미있다.

버닝맨 주최 측은 이 파티를 ‘사막의 도시, 가능성의 문화, 몽상가와 실천가의 네트워크’라고 묘사한다. 창립자, 조직자, 참석자는 포용, 공동 노력, 자립, 자기표현 등 10대 원칙을 중심으로 운영한다. 이 원칙들 중 하나는 ‘흔적을 남기지 않는다’이다. 참석자들은 자신들이 생각한 것 보다 더 깨끗한 상태로 장소를 떠나곤 한다.



1998년 8월 구글 두들 스크린 샷

래리와 세르게이가 처음 이 파티에 참석했을 때 약 15,000명의 사람들이 참가했다. 오늘날, 30개 이상의 나라에서 온 7만 명 이상의 사람들이 사막 축제에 참가한다.

래리와 세르게이가 차에 타기 전에 그들은 구글의 로고를 수정했다. 이제 ‘버닝맨’ 아이콘은 구글에서 2번째 O에 당당히 서 있었다. 이 아이콘은 구글의 수장이 건물을 떠났다는 것을 사람들에게 알리는 윙크를 보내거나 고개를 끄덕이기도 한다. 그것은 순식간에 인기를 얻었다. 구글로고는 흥겨웠고, 재미있었고, 구글의 사용자

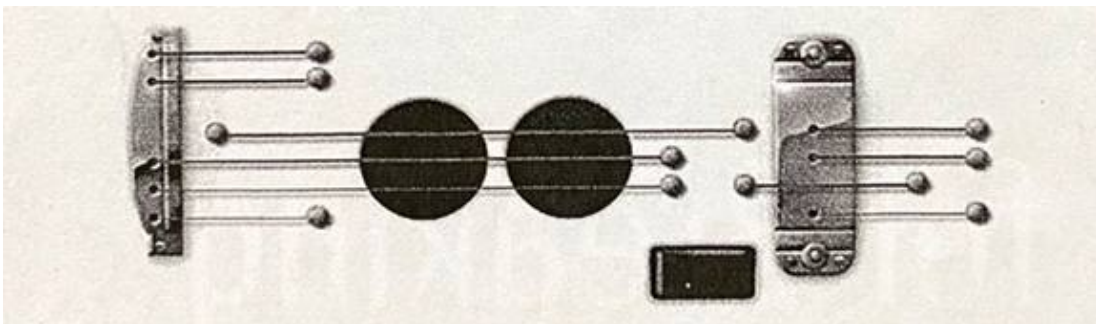
들은 즐겼다. 그렇게 구글의 두들이 만들어졌다.

당신은 다른 거대 기술 기업들을 똑똑하거나 성공적이라고 묘사할 수 있다. 하지만 재미는 없다. 지금까지 기술로 즐거움은 느낀 적은 별로 없었다.

구글은 할로윈 날에는 두들에 호박을 더했고 추수감사절에는 칠면조를 더했다. 초기에는, 두들은 휴일을 축하하기 위해서만 사용됐었다. 하지만 팬들은 두들의 변화를 더 원했다. 그래서 구글은 한 달에 두 번 두들을 만들어 올렸다.

2001년에 구글은 클로드 모네의 생일을 축하했다. 콘셉트는 과학자와 발명가의 생일과 외계인에 대한 시리즈와 같은 무작위 기념일 또는 주제를 포함하며 계속 성장했다.

오늘날, 일러스트레이터 팀, 즉 두들러 팀은 구글 두들에서 일하고 있다. 구글 두들은 현재 수천 개에 달한다.



2011년 6월 9일 레스 폴의 생일을 기념한 두들의 스크린 샷

팬들이 가장 좋아하는 두들은 최초의 게임 가능한 팩맨 두들 게임과 존 레논의 70번째 생일을 축하한 두들이다. 그러나 가장 인기 있던 두들은 기타 영웅 레스 폴을 기리는 연주 가능한 두들이었다. 불과 48시간 만에 이용자들은 4천만 곡을 녹음했다.

두들을 만들어 보고 싶은가? 학생들을 위한 두들 콘테스트가 있고 당신은 언제든지 [proposals@google.com](mailto:proposals@google.com)으로 두들 제안서를 보낼 수 있다.

## 6장

### 규칙은 깨기 위해 있는 것

구글의 검색 소식은 빠르게 퍼졌다. 학생들, 교수들, 친구들 사이에서 번개 속도만큼 빠르게 퍼졌다. 누군가가 당신에게 구글에 대해 말해줬을 때 구원투수를 만난 것 같을 것이다. 당신은 방금 검색의 악몽으로부터 구원을 받은 것이다. 그리고 사람들의 반응은 어땠을까? 사람들은 구글을 따르고 고마워했다. 당신은 다른 홈페이지를 사용하지 않게 되었고, 당신의 모든 친구들과 가족들과 이 좋은 소식을 나누었다.

그리고 보통 사람들만 구글에 대해 떠드는 것이 아니었다. 언론도 그랬다. USA 투데이는 구글에 대한 기사를 썼다. 타임지도 구글을 '최고의 사이버 기술' 목록에 포함시켰다.

한편, 구글의 경쟁자들은 어떻게 됐을까? 구글을 살 기회가 있었던 사람들은 어떻게 됐을까? 그들은 마케팅과 광고로 사용자들의 관심을 끌려고 노력하면서 돈을 다 써버렸다. 심지어 야후도 전국적인 텔레비전 광고를 내보내고 있었다.

구글의 마케팅 예산은 0원이었다. 그러나 구글은 전적으로 입소문에 의해 가능하기 어려운 속도로 성장하고 있었다.

1999년 4월, 수잔의 집으로 이사한 지 불과 5개월 만에 6명의 새로운 기술자가 생겼다. 이제 구글은 더 이상 차고에서 작업하기에 너무 커져버렸다. 모든 짐을 싸서 진짜 사무실로 옮겨갈 때였다. 그 사무실은 스탠포드 길 아래의 자전거 가게 2층에 위치했다.

사무실 확장은 더 많은 직원들이 (그들의 첫 번째 회사 강아지였던 털복숭이 요쉬카를 포함하여) 그리고 매일 들어오는 폭발적인 검색 문의를 처리할 수 있는 더 많은 컴퓨터를 포함할 수 있다는 것을 의미했다.

그러나 구글이 가지지 못한 한 가지는 바로 더 많은 돈이었다. 지금까지, 구글은 대학과 같은 다른 웹사이트에 기술사용을 허가하고 있었다. 그러나 구글이 지출하고 있던 것에 비해 벌어들이는 돈은 몇 페니 밖에 되지 않았다.

래리와 세르게이는 회사를 성장시키기 위한 현금이 필요했다. 하지만 누가 돈을 버는 회사가 아닌 돈을 쓰는 회사에 투자하겠는가?

구글은 매일 얼마나 많은 검색을 처리했을까? 1999년 초만 해도 10만개의 검색을 처리했고 올해 말까지, 그 수는 하루에 50만 건이 넘을 정도로 급증했다. 이 숫자는 워싱턴 DC에 사는 사람들의 수와 맞먹는다.

스무 번째 직원인 마리사 메이어(Marissa Mayer)를 만나보자! 아마 당신은 그녀를 전 야후 사장 겸 CEO로 알고 있을 것이다! 그러나 마리사가 1999년 스탠포드를 졸업했을 때, 그녀는 구글에서 회사의 첫 여성 엔지니어로 일자리를 얻었다. 스탠포드 대학에서 메이어의 연구는 인공지능 관련 연구였다. 래리와 세르게이처럼 그녀는 효율성을 중시했다. 그녀가 고등학교 때, 마트 계산원으로 일하면서, 일을 빨리 끝내기 위해 모든 과일과 야채 제품 코드를 다 외었다.



마리사 메이어(O'Neil 제공)

마리사는 구글의 검색 제품 및 사용자 경험 부사장으로 일했을 때 사용자로부터 이상한 이메일을 받곤 했다. 그 이상한 이메일에는 단 한 개의 번호만 적혀 있었다. 어느 날에는 37이라는 번호가 적혀있었고 또 다른 날엔 숫자 53만 적혀있었다. 이 미스터리한 이메일에 흥미가 생긴 마리사는 사용자가 보낸 이메일을 일일이 찾아보았다. 그리고 그녀는 이메일이 무엇을 의미하는지 알아냈다. 이메일은 구글의 홈페이지가 업데이트될 때마다 왔다. 그렇다면 그 숫자들은 무엇을 의미했을까? 홈 페이지에 있는 단어 수였다. 그만큼 어수선하지 않은 홈페이지는 중요해졌었다. 래리와 세르게이는 이메일에 대해 들었을 때, 최대 단어 수를 28개로 정했다. 최대 단어 수는 종종 28개 보다 더 적다.

## 나랑 거래할래?

형이나 누나가 네 방에 들어와서 거래를 한 적이 있는가?

*동생아 내가 너한테 20달러 줄까? 그들은 말한다.*

*20달러면 거래 할 만하다고 생각한다.*

*1년 동안 내가 해야 할 집안일을 하면 너한테 20달러 전부를 줄게 라고 그들은 말한다.*

그러면 북극의 파도처럼 차가운 현실이 당신을 덮친다. 너는 그 돈을 쉽게 얻을 수 없을 것이다. 왜냐하면 형이나 누나가 당신의 인생을 통제할 것이기 때문이다.

래리와 세르게이는 구글을 한 단계 끌어올리려면 많은 돈이 필요하다는 것을 알고 있었다. 그리고 그들은 또한 누가 돈을 빌려주든 그 돈의 대가로 구글의 운영방식에 대한 발언권을 원할 것이라는 것을 이해했다.

래리와 세르게이는 불안해했다. 그들은 외부의 목소리가 강하고, 세력을 확장 하는 것이 싫었다.

그래서 다시 한 번 래리와 세르게이는 계획을 생각해냈는데, 먼저 실리콘 밸리에서 이러한 거래가 어떻게 이루어지는지에 알아보았다.

그들은 291억 원(2천5백만 달러)이 필요했다. 그러나 래리와 세르게이는 한 대출자에게 돈을 빌리는 대신에 그들의 회사를 다른 두 투자회사에 맡겼다. 각각 145억 원(1250만 달러)을 투자받겠다는 계획이었다. 그 대가로, 각 투자자들은 구글의 이사회 의석과 회사의 지분을 갖게 될 것이다.

그러나 어느 쪽도 다른 쪽보다 더 강력하지는 않을 것이다. 래리와 세르게이는 심지어 이 투자회사들에게 만약 투자자들이 이것에 동의할 수 없다면, 거래는 없다고 말할 용기를 얻었다.

어떤 사람들에게는 미친 소리 같기도 했다. 그 투자 회사들이 구글과 거래를 하지 않는다면 구글의 미래는 위태한 상황이었다.

그러나 래리와 세르게이는 구글과 회사의 미래에 대한 비전을 믿었다. 아무것도 그들을 막을 수 없었다. 하지만 확실히 전통적인 거래는 아니다.

불평과 불만이 오간 후에, 두 투자 회사는 거래를 성사시켰다. 축하할 시간이었

다. 엄청난 업적을 기리는 중요한 이정표였다. 래리와 세르게이는 그 순간을 기억할 필요가 있었다. 래리와 세르게이는 정말로 좋은 것을 먹을 필요가 있었고, 이 여행이 어디에서 시작되었는지를 그들에게 상기시켜주는 무언가를 먹을 필요가 있었다. 다들 짐작 했다시피, 래리와 세르게이는 버거킹으로 들어갔다

구글은 291억 원(2천5백만 달러)을 벌었기에, 더 큰 사무실로 이사하고, 더 많은 직원들을 고용하고, 더 많은 컴퓨터를 살 여유가 있었다. 그리고 가장 좋은 점은 회사 식당에서 제공되는 음식이었다. 그 음식은 버거킹 햄버거 같은 음식이 아니었다. 그들의 새로운 회사에 입주한 지 3개월 후, 그들은 아주 중요한 인물을 고용했다. 바로 그레이트풀 데드의 전 주방장이었다.

잘 먹고 열심히 일하는 구글은 장애물을 넘어 중대한 시점을 잘 넘겼다. 기숙사 방을 나와 회사를 차린 지 2년 만에 구글은 세계 1위의 검색엔진이 됐다.

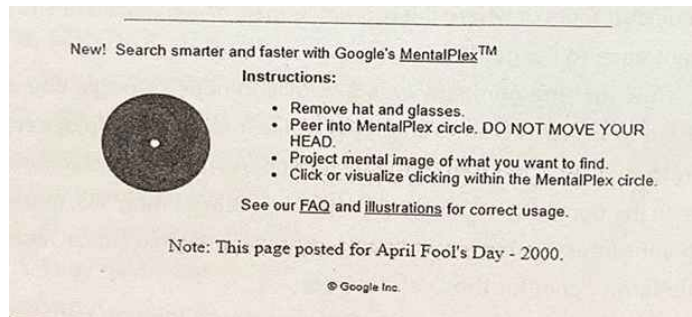


## 내 마음을 읽어봐라

구글이 당신의 마음을 읽을 수 없다고 생각하는가? 다시 생각해 보라! 2000년 4월 초, 구글은 멘탈플렉스(MentalPlex)를 출시하며 공상 과학의 꿈을 실현시켰다. 구글 검색엔진의 이 새로운 기능은 당신의 생각을 들여다볼 수 있다.

멘탈플렉스를 작동시키는 법은 다음과 같다. 당신은 먼저 구글의 검색 페이지를 연다. 그 다음 돌고 있는 소용돌이를 응시하고 당신이 찾고 있는 것에 대해 생각하면 된다. 당신이 찾고자 하는 것을 마음에 새겼는가?

마지막으로, 움직이는 다이얼을 클릭하기만 하면 된다! 당신이 속으로 무엇을 생각했는지 나타날 것이다. 당신이 찾던 그 결과는 타자를 칠 필요도 없이 나온다.



구글 멘탈플렉스 스크린 샷

다만, 회전하는 파란색과 빨간색 원을 클릭했을 때, 검색 결과 대신 장난에 당했다는 것을 알게 된다. 검색 결과 페이지는 만우절에 대한 링크로 채워졌다!

멘탈플렉스는 구글의 첫 만우절 장난으로, 오늘날까지 이어지고 있는 전통이다.

이 농담이 특히 효과적이었던 것은 사람들이 속아 넘어갈 만큼 사실 같았기 때문이다. 사실 구글 검색 결과는 독심술과 같다. 5억 개 이상의 변수와 20억 개 이상의 용어를 다루었을 뿐이긴 하지만.

경고: 조심해라, 미루기 좋아하는 사람들아! 구글이 처음 주목한 것 중 하나는 다음과 같다. 학생들은 일요일 밤이 돼서야 숙제를 하곤 했다. 다행히도, 구글이 학생들을 교장들에게 고발했다는 보고는 없었다.

그들은 또한 어느 순간에도 세계가 무엇에 관심이 있는지 알 수 있었다. 마치 스냅 사진 같았다. 오늘날, 당신은 구글에서 실시간으로 질의응답을 볼 수 있다. 이 회

사는 또한 구글 자이체이스트라고 불리는 가장 큰 질의에 대한 연간 보고서를 발표했다.

자이체이스트란 모든 시대나 기간에는 나름대로의 특별한 느낌이 있다. 그 느낌은 그 시대의 문화적 풍토와 사상, 그리고 신념으로 이루어져 있다. 이 정의된 감정, 기분, 또는 당시의 정신을 시대정신이라고 한다. 독일어, 자이체이스트(Zeitgeist)는 문자 그대로 “시대의 정신”이라고 한다.



2016년 구글 트렌드 스크린 샷

구글 트렌드(Google Trend)는 사람들이 현재의 구글 검색을 시각화하고 이해할 수 있도록 그 아이디어를 확대했다. 지도는 사람들이 어느 곳에서 특정 주제에 대한 정보를 검색하는지 그 위치를 보여준다. 그리고 이 자료를 그 해 말까지 기다리지 않고도 언제든지 볼 수 있다. 자이체이스트는 구글 트렌드 하에서 ‘검색의 해’가 되었다.

## 7장

### 2000년 문제(Y2K)

1999년 12월 31일이 가까워지자 세계는 초조하게 2000년도의 약자 Y2K로 알려진 디지털 악몽을 기다리고 있었다. 무슨 문제가 있었을까? 기술 발달의 초기 몇 년 동안 대부분의 프로그래머들은 컴퓨터 코드를 쓰거나 데이터를 입력할 때 연도의 마지막 두 자리 만 사용했다. 당신이 1980년에 태어났다면, 연도는 숫자 80으로 입력되었다.

왜 이것이 문제가 됐을까? 1900년과 2000년은 00으로 끝나기 때문에 컴퓨터는 그 둘의 차이를 알지 못했다. 그것이 시계, ATM기, 군사 미사일 시스템, 개인용 컴퓨터, 퇴직금, 학교 입학, 병원 기록, 은행 기록에 어떤 영향을 미쳤을까? 하룻밤이면 열두 살에서 백 열두 살까지 갈 수 있었다. 엔지니어들과 프로그래머들은 버그를 고치기 위해 24시간 일주일 동안 일하며 소프트웨어를 수정했다.

한편, 뉴스 매체는 Y2K를 마치 재앙처럼 보도했다. 거의 히스테리에 가까웠던 그 사건은 신문 헤드라인과 방송 뉴스를 집어삼켰다. 기술 테러의 위협은 부풀려졌다. Y2K는 마치 침대 밑에 숨어 있는 보이지 않는 괴물 같았다. Y2K가 무엇을 할 수 있었을까? 그것이 존재하긴 했을까?

그리고 자정에 시계가 울렸지만 별일이 생기진 않았다. 그 날은 디지털 운명의 날이었다. 이제 다들 무슨 얘기를 하겠는가? 당연히 구글에 대한 얘기였다. 세계가 끝이 날 뻔한 날과 함께 새 천년을 맞이하는 동안 구글은 미디어의 선봉을 일으키며 등장했다. 그리고 언론의 관심이 향한 곳은 바로 엄청난 양의 구글 무료 광고였다. 구글에 대한 소문이 뉴스 보도를 통해 전 세계로 퍼지면서, 점점 더 많은 사용자들이 구글을 사용했다. 그리고 사람들은 친구, 가족, 동료들에게 구글을 이야기 하고 다녔다. 구글은 구글이 시작한 이래로 매달 50%라는 놀라운 속도로 성장하고 있었다.

2000년 3월, 타임지는 '구글에 완전히 반하다'를 외쳤다. 2000년 5월, 뉴요커 잡지는 구글을 '인싸들을 위한 검색 엔진'이라고 선언했다. 타임 디지털은 2000년 5월 '경쟁 회사들이 몽둥이라면 구글은 레이저이다.'라고 기사를 썼다. 또한, 2000년 12월 비즈니스 위크는 '구글의 순수성이 성과를 낼까?'라는 제목의 기사를 냈다.

그리고 이 사용자들은 스탠포드 대학의 학생, 직원, 그리고 친구만이 아니었다. 캘리포니아 사람들, 서부 사람들, 미국인들만 이용하는 것이 아니었다. 이제 전 세계 사람들이 구글을 사용하고 있었다. 2000년 가을까지 구글은 이 사이트의 외국어 버전으로 프랑스어, 독일어, 이탈리아어, 스웨덴어, 핀란드어, 스페인어, 포르투갈어, 네덜란드어, 노르웨이어, 덴마크어, 중국어, 일본어, 한국어로 된 버전을 출시했다.

오늘날 구글은 150개의 다른 언어와 숫자로 된 버전을 제공한다. 심지어 버전에는 클링온도 포함한다. 클링온(Klingon)은 클링온족의 공용어로, 영화 스타트랙(Star Trek)의 휴머노이드 전사 외계종이다. 음... nuqDaq 'oH puchpa'e'? (클링온: 화장실이 어디에요?)

클링온 프로 팁: 클링온에서 욕하려면 엄청난 재능이 있어야한다. 그러니 오래된 모욕을 실수로라도 쓰지 마라. 그렇지 않으면 당신은 Qu'vatlh(나쁜 놈)라고 소리를 지르고 있을 것이다.

한편, 실리콘 벨리에서 승승장구하던 기술회사들이 망하고 있었다. 불과 몇 년 전인 1990년대에 소프트웨어 회사들의 성장은 상상할 수 없는 수준까지 치솟았다. 스타트업 회사들은 엄청난 돈을 벌었다. 얼마동안은 벤처 투자가들과 엔젤 투자자들은 돈을 충분히 빨리 주지 못하는 것처럼 보였다.

그것은 마치 무자비한 먹이 쟁탈전 같았다. 그 전까지는 이런 일이 없었다.

하지만 기술은 곧 한계를 드러냈다. 모두가 성공할 수 있거나 하거나 성공해야 하는 것은 아니었다. 그리고 웹의 황량한 부분을 더 잘 이해하고 잘 사용한 승리자만이 살아남게 되었다.

검색 산업은 면역력을 가지고 있지 않았다. 웹이 성장함에 따라, 대부분의 검색 엔진은 따라잡을 수 없었고, 특히 여전히 검색 결과를 결정하기 위해 키워드를 주로 사용하는 엔진들은 더욱 그러했다. 그 당시 사람들은 인기 키워드로 웹 페이지의 속을 채움으로써 시스템을 어떻게 이루는지 알아냈다. 사람들은 심지어 이러한 검색어들을 그들의 사이트의 코드 안에 숨길 수도 있어서, 당신은 그것들을 볼 수 없었다. '캘리포니아'를 찾으면 어떤 결과를 얻을지 누가 알겠는가? 사실, 당신은 많고 빠르게 검색 결과를 주는 사이트를 클릭할 수도 있다. 어떻게 스팸 발송자는 해낼 수 있었을까? 한 가지 방법은 중요한 키워드를 그 사이트의 배경에 섞는 것이었다. 그래서 하얀 배경은 여러분이 볼 수 없었던 하얀 텍스트로 캘리포니아라는 단어가 계속해서 채워질 수도 있다.

구글의 검색은 달랐다. 웹이 커질수록 구글의 결과는 더 명확해졌다. 웹페이지가 많을수록 백링크(Backlink)도 많아졌다. 백링크가 많을수록 페이지 랭크(Page Rank)도 더 정확해진다. 그리고 시스템을 이용하려는 사이트들은 전형적으로 많은 백링크를 가지고 있지 않았다.

Y2K가 끝날 무렵, 기술 산업이 불모의 황무지가 되는 동안, 구글의 컴퓨터는 하루에 1,500만 개의 검색된 것을 처리하고 있었다. 1500만. 더 많은 언어, 더 많은 사용자, 그리고 연간 수십억 페이지씩 확장되고 있는 웹으로 인해, 구글 관계자들은 어마어마한 양이 계속 유지되어야 한다는 압박감을 느끼고 있었다. 구글의 검색 엔진은 이제 6천 대 이상의 컴퓨터가 회사에 있고, 웹 크롤링(Web Crawling)을 하고, 링크를 색인화하고, 웹 페이지를 순위를 매기는 괴물이 되었다. 구글의 엔지니어 팀은 검색 결과, 소프트웨어 그리고 구글의 배짱의 모든 측면에 대해 항상 사용자들의 결과를 완벽하기 위해 애쓰고 있다. 그들은 검색 알고리즘(Algorithm)을 지속적으로 분석하여 정상을 지켰다.

래리는 당시 “우리가 해야 할 일이 끝이 없다고 보지만, 만약 우리가 내년에 훨씬 더 나아지지 않는다면, 우리는 사람들에게 잊혀 질 것입니다.” 라고 말했다.

그의 말은 옳았다. 검색 결과는 관련성이 있어야 할 뿐만 아니라 최신 상태여야 했다. 당신은 친구들이 새롭고 멋진 게임의 출시에 대해 이야기하는 것을 듣는다고 상상해보라. 당신은 새로 출시된 게임을 검색하기 위해 앉아있지만 당신의 검색 결과에서 그것에 대한 어떠한 언급도 찾을 수 없다. 문제가 될 수 있는 부분이었다.

구글은 1초도 안 돼 영웅에서 거지로 전락 할 수 있었다.

구글의 크롤러(crawler)들이 웹을 자주 인덱싱(Indexing)하지 않는다면 실제로 일어날 수 있는 문제였다. 이러한 문제를 피하기 위해 구글은 가능한 한 자주 웹 지수를 업데이트하기 시작했다. 이는 구글의 결과가 세계에서 가장 빠른 결과가 되었다는 것을 의미했다.

## 구글 뉴스

2001년 9월 11일, 첫 번째 비행기가 뉴욕의 세계 무역 센터를 강타한 후, 실제로 무슨 일이 일어나고 있는지에 대한 엄청난 혼란이 있었다. 작은 비행기였나? 사고였나? 그러나 17분 후, 망연자실하고 소름끼쳐하는 국민들이 보는 생방송으로 지켜보는 가운데 두 번째 여객기는 남쪽 타워를 들이받았다. 확실했다. 미국은 공격을 받았다.

사람들은 이에 대한 정보를 얻기 어려웠다. 그 시절에는 어떤 일이 일어나고 있는지를 녹화할 스마트폰도 없었고 라이브로 스트리밍 할 수 있는 페이스북도 없었다. 방송사들은 최대한 빨리 정보를 입수하고 있었다. 그러나 그러한 노력은 휴대폰 네트워크가 마비되고 세계무역센터의 지붕에 있는 텔레비전 송신탑이 유실되고 탑이 무너지면서 취재하는 기자들에게 상상할 수 없는 장애물에 부딪히며 쓸모없게 됐다. 무슨 일이 일어났는지를 알아내고, 포착하고, 소통하는 것은 위협적이고 엄청나게 힘든 작업이었다.

한편, 전 세계가 무슨 일이 일어나고 있는지, 왜 그런 일이 일어나고 있는지, 그리고 누가 책임을 져야 하는지를 이해하려고 애쓰고 있었다.

사람들은 절실히 정보를 원했다.

가족들은 사랑하는 사람들이 실종됐는지를 알고 싶어 했다. 북아메리카의 모든 비행기들은 착륙하라는 명령을 받았다. 승객들은 발이 묶였다. 발이 묶인 승객 가족들도 정보가 필요했다. 오사마 빈 라덴, 알카에다, 탈리반 등 대부분의 미국인들은 이전에 들어본 적이 없는 수많은 이름과 단어들을 뉴스에서 언급하기 시작하면서, 모두가 더 많은 정보를 원했다.

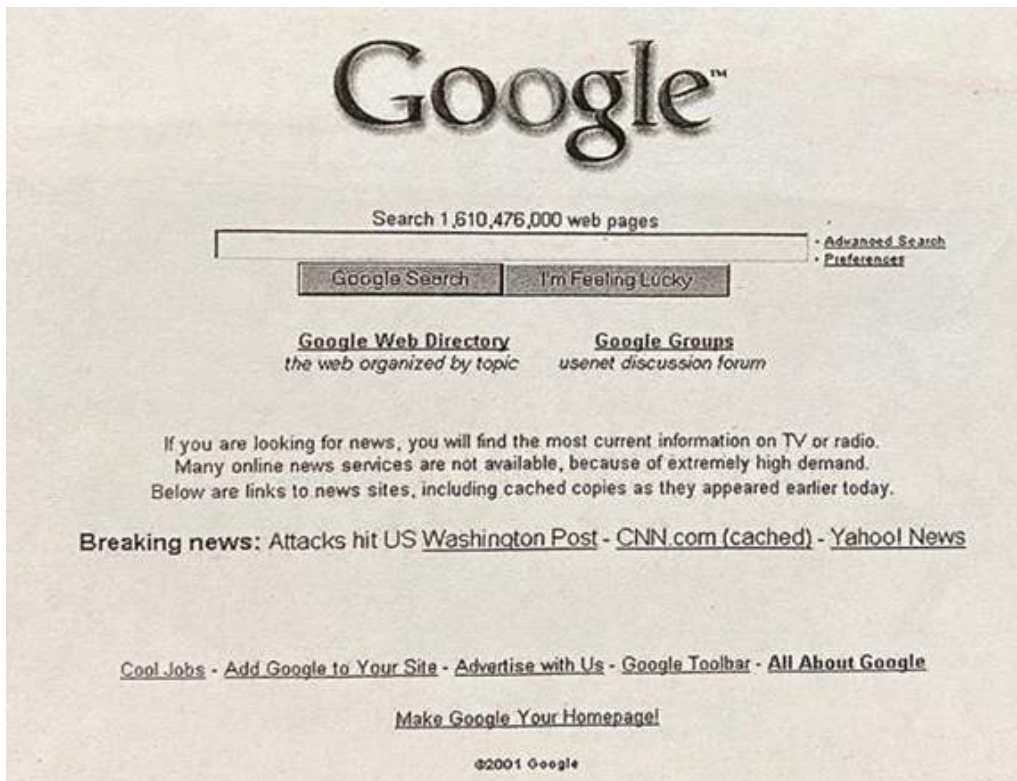
이번 테러에 직접적인 영향을 받은 사람이든, 아니면 겁에 질린 시민으로서든, 사람들은 그날 무슨 일이 일어나고 있는지에 대한 모든 세부사항을 원했고, 구글의 트래픽은 급증했다.

사용자들은 ‘쌍둥이 빌딩’을 찾고 있었다. 그러나 구글의 결과는 공격에 대한 어떠한 정보도 제공 하지 않았다. 그 크롤러는 한 달 전에 배치되었기 때문이다. 한 달 전의 검색 결과를 보여주고 있었다.



9월 11일, 전 세계는 방금 일어난 일과 그것이 의미하는 바를 이해하려고 노력했고, 구글 지수는 하락하고 있었다.

“구글은 사용자들을 만족시키지 못했습니다.” 이후 구글 직원 아미트 싱할(Amit Singhal)은 설명했다. “그래서 우리는 CNN과 같은 모든 뉴스 기관들에 대한 링크를 1면에 실었는데, 그 사이트들을 방문해서 오늘의 뉴스를 알아보도록 했습니다.”



2001년 9월 1일 구글닷컴 스크린 샷

그러나 많은 전통적인 뉴스 사이트들의 트래픽(Traffic)은 초과됐다. 구글의 빠른 해결책은 그날 아침 올라온 다양한 뉴스 사이트의 저장된 버전에 대한 링크를 제공하는 것이었다. 그것은 사람들이 필요로 하는 정보를 얻을 수 있는 빠르고, 끼워맞춘 해결책이었다. 그리고 구글 홈페이지에서 바로 이용할 수 있었다.

아미트는 실제로 뉴올리언즈에 발이 묶여있었는데 그는 구글의 동료 소프트웨어 기술자인 크리슈나 바라트(Krishna Bharat)와 회의에 참석하기 위해 루이지애나로 가는 중이었다.

테러에 대한 보도를 지켜보면서 크리슈나는 뉴스가 가진 문제를 연구하기 시작했다.

“크리슈나는 그 문제에 대해 생각하기 시작했죠.”라고 아미트가 말을 이어갔다. “만약 우리가 뉴스를 빨리 크롤링 할 수 있고, 같은 이야기에 대한 여러 관점을 사용자들에게 제공할 수 있다면, 놀랍지 않을까요?” 라고 크리슈나가 말했어요. 그것이 구글 뉴스의 탄생이었습니다.”

그 공격이 있던 몇 주 동안 공격에 대한 뉴스와 관련된 검색어가 상위를 차지했다. 나라 분위기가 바뀌었을 뿐만 아니라 사람들이 구글에서 검색한 주제들도 변했다. 극적인 변화였다.

평생 뉴스 광으로서 크리슈나는 이 경향을 연구하기 시작했다. 크리슈나는 다양한 관점에서 다양한 뉴스를 읽는 것을 좋아했다. 그러면 어떻게 이 모든 기사와 관점을 한 곳에 둘 수 있었을까?

크리슈나는 “다른 사람들이 무엇을 쓰거나 말했는지 알아내는 데 오랜 시간이 걸렸기 때문에 나와 같은 독자와 언론인들이 혜택을 볼 수 있을 것입니다.”이라고 설명했다. “특히 9월 11일 같은 주제에 대해 의견이 너무 달랐기 때문에 나는 이것이 해결할 가치가 있는 문제라고 판단했죠.”

크리슈나는 일에 착수했다. 편집자가 신문 기사를 선택하는 방식처럼 이야기를 선택할 수 있는 수학 방정식을 썼다. 크리슈나는 모든 기사들이 한데 뭉치도록 주제를 정리했다. 그리고 그는 순위 개념을 적용하여 누가 그것들을 제작 했는지 와 다른 요소들을 바탕으로 이야기에 점수를 매겼다. 크리슈나는 시행착오를 거쳐 마침내 작동 가능한 알고리즘을 만들었다. 크리슈나는 그 알고리즘을 스토리랭크라고 이름 지었다.

1년 후, 구글 뉴스는 4,500개의 뉴스 출처에 대한 무료 접속을 제공했다. 오늘날, 구글 뉴스는 5만 개 이상의 출판사로부터 정보를 얻는다.

8장

회사강령

구글은 회사강령이 필요했다. 짧고 간단하며 애정을 담은 회사강령이 필요했다. 모든 것을 말해주며 정확히 그 회사가 무엇에 관한 것이었는지 알려줄만한 것이 필요했다.

스탠포드의 모토는 독일어로 '자유 바람이 분다'이다.

음... 그리고 '우리가 웹을 혁신하는 동안 모든 사람이 정보를 이용할 수 있게 하여 세상을 바꾸자'는 문장은 후보에도 들어가지 않았다.

래리와 세르게이는 스탠포드 대학 시절부터 컴퓨터 부품을 '빌려' 왔던 2001년 이래로 많은 것이 바뀌었다. 그 둘의 과제는 이제 150명을 고용할 만큼 큰 사업이 되었다. 그들은 수천 대의 컴퓨터를 가지고 있었다.

하지만 래리와 세르게이는 구글이 세상을 위해 어떤 행동을 해야 하는지에 대한 그들의 신념이 변하는 모습을 보고 싶지 않았다. 래리와 세르게이는 그 믿음을 말로 표현할 필요가 있었다. 구글 직원들이 이 문제를 해결하기 위해 모였다. 구글은 무엇을 상징했는가? 구글은 무엇을 위해 일을 하고 있는가? 그들은 자신들의 신념을 보여줄 수 있는 문구가 필요했다. 도덕적인 금본위제.

구글 사용자들은 좌우명에 대한 많은 제안을 했지만 그 제안들은 모두 반려됐다. 기술자들은 눈치만 보고 있었다. 폴 부치히트(Paul Butchicht)라는 한 엔지니어가 입을 떼기 전까지 말이다.

“사악해지지 말자.” 폴이 소리쳤다. 폴이 성공했다.

그 구절은 모든 사람들이 말하려고 했던 모든 것을 요약해 주었다. 그것은 즉시 회사강령이 되었다.

래리는 회사강령 문구를 좋아했다. “당신이 결정을 내릴 때, 이 구절은 한 번 더 당신을 생각하게 만들죠. 그래서 좋아요.”라고 그는 전기 작가에게 말했다.

그리고 '사악해지지 말자.'는 금방 잊힐 유행어가 될 운명은 아니었다. 그 세 마디 말은 구글 사용자들에게 그 회사에 대해 가장 소중하게 여기는 것이 무엇인지를 전달해 주었다. 그들은 세상을 더 좋게 바꾸고 싶어 했다.

래리와 세르게이는 기준을 높게 잡았다. 그리고 래리와 세르게이는 곧 세계가 자신들을 받아드릴 준비가 되어 있다는 것을 알았다.

23번째 직원인 폴 부치 하이트(Paul Buchheit)를 만나보자. 그는 구글에서 5년 동안 이메일을 발명하고 애드센스에서 일했다.(걱정하지마라, 이 주제에 대해 나중에 다룰 테니 미리 보기 없음!)

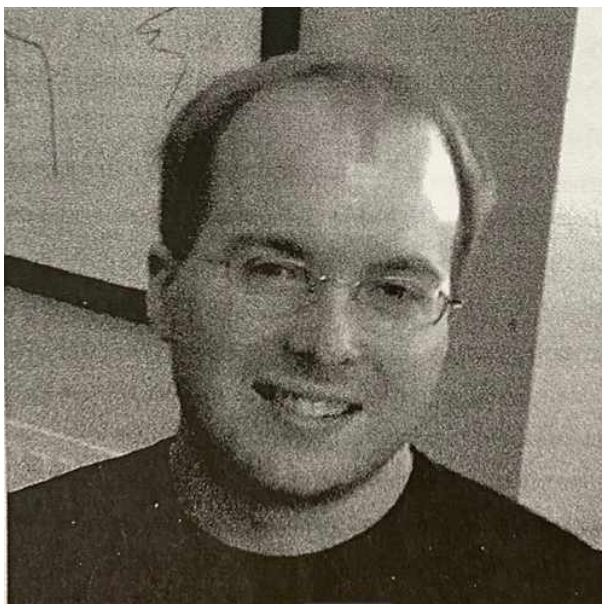
구글 이후에도 폴은 엔젤 투자자로서 기술을 연마 했고 그 과정에서 많은 돈을 벌었다. 그는 일을 할 필요가 없지만 선택 할 수 있다는 자유에 영감을 받았다. 폴은 모든 사람이 그러한 자유를 가져야 하며 인간은 이를 성취할 기술과 자원을 가지고 있다고 믿었다.

2014년 7월, 폴은 런던의 스타트업 스쿨을 방문해 자신의 생각을 이렇게 설명했다.

“사람들은 종종 스티브 잡스(Steve Jobs)가 얼마나 뛰어난 인물이었는지에 대해 이야기 하곤 합니다. 하지만 그 수백만 명의 사람이 잡스 만큼이나 똑똑했을 수도 있어요. 그들과 잡스의 차이점은 그들은 위대한 부모, 놀라운 교사, 그리고 혁신을 만들어 낼 수 있는 환경 속에서 자라지 않았을 가능성이 높다는 것이죠. 또한 그들은 스티브 워즈니악(Steve Wozniak)을 따라 나와 거리에서 살지 않았을 것이에요.”

“우리는 경제적으로 보았을 때 일자리가 더 이상 필요 없어요. 우리에게는 더 많은 스티브 잡스가 필요하죠. 우리는 자유로울 때 특별한 무언가를 만들어 낼 수 있어요. 그 결과로 인간의 창의성과 독창성에 있어 전례 없는 호황을 누릴 수 있을 것입니다.”

자, 할 일 목록을 받아라.



폴 부치 하이트(Robert Scoble 제공)

아마 광고는 우리가 생각하는 만큼 유해하지 않을지도 모른다.

누구도 “배너 광고는 기가 막힌다. 더 클수록, 더 번지르르 할수록, 더없이 좋다”라고 생각하지 않는다.

래리와 세르게이는 이러한 부분을 잘 이해하고 있었다. 그들은 배너 광고가 죽도록 싫었다.

래리는 이렇게 요약했다. “만약 당신이 검색으로 돈을 벌기 위한 가장 쉬운 방법인 배너 광고를 가지고 있다면, 배너가 페이지의 로딩과 제공 시간을 크게 증가시킨다는 것 또한 알고 있어야 합니다. 우리는 광고를 최대한 피하고 싶었죠. 또한, 검색과 관련 없는 광고는 무의미하고 정신을 산만하게 만듭니다.”

그래서 배너 광고는 선택사항이 아니었다. 하지만 래리와 세르게이는 돌파구가 필요했다. 구글은 매달 수십만 달러의 엄청난 돈을 쓰고 있었다.

그리고 래리와 세르게이가 벌어들이는 돈이라고는 구글이 다른 사이트에 대한 검색 결과를 조작할 수 있게 해주는 라이선스 거래뿐이었다. 그 돈은 많지도 않았다. 구글의 수입은 매달 지출하는 5억 8천만 원(50만 달러)과 비교해서 매우 적었다.

이 사실은 중대한 문제였다. 하지만 그 후 래리, 세르게이, 그리고 성장하는 팀은 새로운 아이디어를 생각해냈다. 그것은 바로 표적 광고였다.

이런 식으로 생각해보자.

당신은 운동화 한 켤레를 사기 위해 쇼핑몰로 들어가고 있다. 돈도 가지고 있고 당신의 엄마는 차에서 기다리고 있는 중이다. 그건 당신이 쇼핑몰에 들어가서 구매하고 나갈 시간이 충분하다는 뜻이다.

하지만 당신이 쇼핑몰 입구를 지날 때 괴상한 일이 일어난다. 괴짜 영업팀이 당신을 기다리고 있다. 그들은 화려한 복장, 깜박이는 불빛과 이상한 가발을 쓰고 소리를 지르기 시작한다. 어떤 사람들은 곡예도 하고 있다. 그들은 계속해서 당신에게 소리를 지르고, 주의를 끌려고 한다.

당신은 그들이 원하는 것을 알고 나면 어이가 없을 것이다. 점원들은 당신에게

오렌지 물방울무늬가 있는 보라색 차를 팔려고 한다.

하지만 당신에게는 면허증도 없고, 당연히 당신의 부모님도 차 계약을 안 할 테고, 물방울무늬도 당신의 스타일이 전혀 아니다.

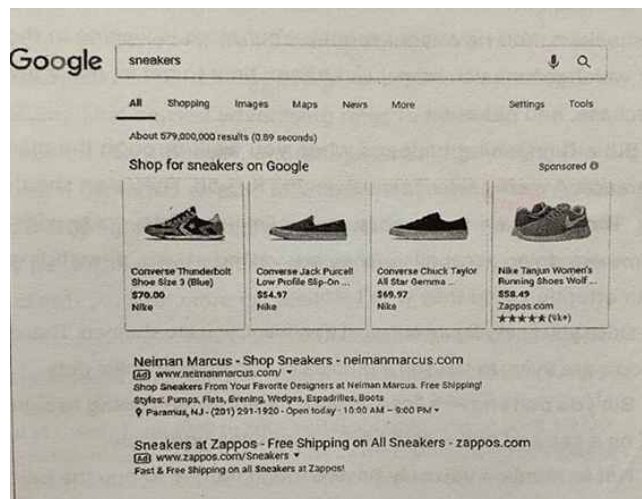
당신에게는 운동화 한 켤레를 살 수 있는 돈만 가지고 있다.

바로 이게 무작위 배너 광고와 팝업 광고가 보여주는 상황이다. 무작위 광고는 우리가 찾고자 하는 것과는 아무 상관도 없는 광고를 보여준다.

그런데 같은 쇼핑몰에서 두 세 명의 운동화 판매원들이 당신을 반긴다면 어떨까? 그들은 당신에게 최신 운동화 기능과 스타일에 대해 말해주고, 어떤 운동화를 싸게 파는지에 대한 특가 정보를 제공한다. 돈을 절약하고 원하는 것을 최상의 가격으로 얻을 수 있도록 도와주는 유용한 정보를 제공한다. 그러한 정보는 당신에게 도움이 될 것이다.

그렇다면 화면을 응시하는 사용자에게 상관없는 거대한 광고를 내보내는 대신, 관련 있는 광고를 제공하는 것은 어떨까? 그것이 검색 결과만큼 관련이 있다면 어떨까?

이런 식으로 적용 할 수 있을 것이다. 검색 키워드를 구글에 입력한다. 구글은 당신에게 익숙한 규칙적인 알고리즘 기반 결과를 보여준다. 당신은 또한 키워드와 일치하는 광고도 얻을 수 있다. 그러한 광고들은 당신이 쉽게 차이를 구별할 수 있도록 명확하게 표시되고 라벨이 붙여질 것이다.



2017년 8월 16일 스니커즈 구글 검색결과 스크린 샷

이렇게 하면 홈페이지는 깨끗하고 어수선했음이 없게 될 것이다.

또 다른 문제는 속도였다. 구글은 사용자들이 검색을 하며 화를 내지 않기를 원했다.

이러한 문제를 피하기 위해서 광고는 문자 기반 광고가 될 것이다. 구글의 로딩에 걸리는 시간과 그래픽은 터무니없고 화려한 광고 때문에 지체 되지 않을 것이다.

이러한 광고가 어떻게 돈이 될까? 간단하다. 사람들이 관련된 광고를 많이 볼수록 구글은 돈을 벌수가 있다.

그리고 당연히 구글에 접속하는 사람들을 엄청나게 많았다. 2000년 여름까지 하루 구글 검색은 평균 1,800만 건이었다. 그리고 사용자가 온라인 광고에 노출 될 때 마다 사용자들이 광고를 봤다고 여겨졌다.

구글은 이 아이디어를 가지고 1999년 말과 2000년에 시험하기 시작했다. 그러나 가장 잘 짜인 계획만큼 일이 예상대로 진행되지 않았다.

기술 산업의 거품이 꺼졌다. 그것은 마치 공포 영화 같았다. 결과적으로, 많은 광고주들은 온라인 마케팅과 광고에 대한 지출을 줄였다. 지출을 줄이는 것은 광고료를 급락시키는 원인이 되었다.

그래서 래리, 세르게이, 그리고 새로운 판매 책임자인 오미드 코르데스타니(Omid Kordestani)가 그들의 새로운 광고 방식을 시도하기 위해 고객들을 설득할 수 있었다 하더라도, 그들은 여전히 광고 당 많은 돈을 벌지는 못할 수 있었다. 새로운 방식을 성공시키기 위해서는 훨씬 더 많은 고객들이 필요했다.

11번째 직원을 만나보자. 이란에서 태어난 오미드 코르데스타니와 그의 어머니는 미국으로 이민을 갔다. 오미드는 캘리포니아의 산호세에서 자랐다. 그는 1999년부터 2009년까지 구글에서 일했고 2014년부터 2015년까지 다시 구글에서 일했다. 그는 구글을 떠나 트위터 집행위원장이 되었다. 오미드의 트윗 중 상당수는 페르시아 문화, 과학기술 분야에 대한 이민자들의 공헌, 그리고 이 행성의 아름다움을 찬양하는 글이다.





오미드 코르데스타니 (JD Lasica 제공)

래리, 세르게이, 오미드는 가능한 한 빨리 대안을 생각해 내야 했다.

## 규모

초기 광고 모델의 문제 중 하나는 광고 모델이 '규모'를 갖추지 못했다는 것이다. 초기에 광고 공간을 팔기 위해서 오미드 같은 영업사원은 다른 고객들에게 접근해서 고객들이 구글에 광고를 신는 데 돈을 지불하도록 했다.

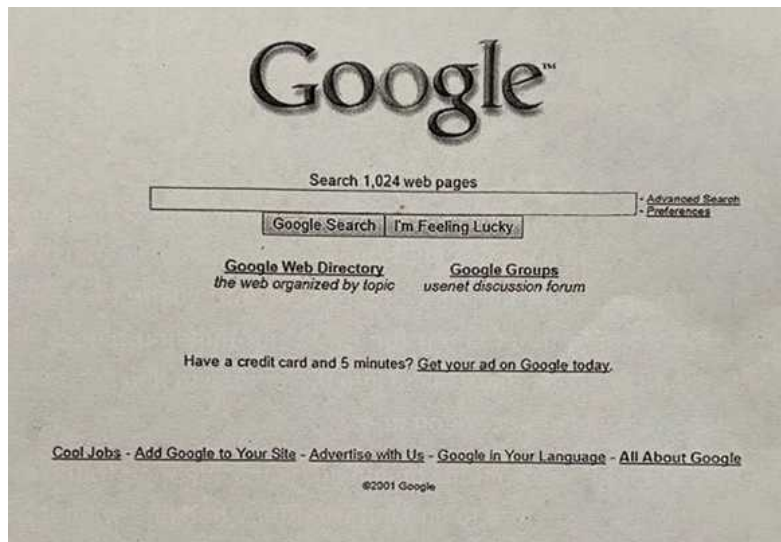
그러나 오미드는 한 사람에 불과했고, 아무리 많은 영업 사원을 고용해도 웹은 항상 영업 사원을 앞질렀다. 사람이 웹을 따라잡을 방법은 없었다.

이것은 마치 과자 카트를 들고 학교 복도를 돌아다니면서 수업 사이에 있는 모든 아이들에게 사탕과 프레첼을 팔려고 하는 것과 같다.

우선 수업 시간 사이에 5분밖에 안 남았다. 짧은 시간에 얼마나 많은 과자를 팔 수 있을까? 당신 혼자서 카트 한 대를 가지고 팔아야한다. 아, 그리고 당신도 다음 수업에 가야 한다.

어떤 것이 더 효과가 있을까? 자판기는 어떨까? 복도 끝에 하나씩 놔둔 자판기로 과자판매는 자동적으로 이루어진다. 그리고 이제 자판기에 대해 친구들에 대해 이야기 하고 다닐 수 있다.

구글은 비슷한 해결책인 셀프 서비스 광고를 내놓았다. 2000년 10월, 구글은 그것을 애드워즈(AdWords)라고 부르며 이 새로운 광고 서비스를 시작했다. 래리는 홈 페이지에 “신용카드와 5분이 있나요? 오늘 구글에 광고를 내세요!”



2000년 10월 구글 홈페이지 스크린 샷

그 아이디어는 대성공이었다. 광고주들은 그 아이디어를 좋아했다. 그리고 사용자들에게 있어서, 당신이 찾고 있던 물건에 대한 구입 권유를 받는 것은 신선한 변화였다. 소기업들도 그것을 좋아했다. 만약 당신의 사업이 오래된 타자기 자판으로 만들어진 펜던트만큼 특별한 것을 팔면 어떨까? 그러한 보석을 원하는 모든 사람들을 찾기 위해 정확히 어디서 광고를 하는가? 구글은 앞의 질문의 대답인 광고 시장을 제공하고 있었다. 그래서 후에 어떤 사람이 타자기 장신구에 대한 정보를 검색할 때, 그 사람은 당신의 광고를 보게 될 것이다. 대기업들이 전형적인 웹사이트 배너 광고를 통해 광고를 하고 있었고, 이제 구글은 소기업들이 온라인에서 광고를 할 수 있는 방법을 제공하고 있었다. 구글의 이윤은 어땠을까? 구글은 돈을 벌고 있었다. 이윤을 남기기에는 부족했지만 회사 경비를 충당하기에 충분했다.

## 구글 쇼핑

래리와 세르게이가 레고를 가지고 첫 번째 서버 컴퓨터를 고정하기 위해 썼을 때 구글 쇼핑이 발명되었더라면 어땠을까? 그들은 쇼핑 검색으로 그들이 필요로 하는 레고를 싼 가격에 찾을 수 있었을 것이다. 그리고 고객 리뷰는 그들이 실제로 썼던 싸구려 브랜드의 블록에 대해 경고해줬을지도 모른다. (어느 날 그들의 사무실로 와보니 엄청난 양의 조각들이 바닥에 떨어진 것을 발견했다.)

또한, 그 당시에는 만약 당신이 어떤 물건을 사고 싶다면, 쇼핑몰이나 할인 매장으로 가서 그 가게들이 뭐가 있고 뭘 파는지 알아봐야했다. 그리고 나서 돈을 낼 수 있는 충분한 돈이 있는지를 확인했다.

1990년대에 래리와 세르게이가 논문을 쓰느라 바빴던 시절 아마존의 제프 베조스(Jeff Bezos)와 같은 다른 개발자들은 웹을 사용하여 물건을 파는 방법을 찾고 있었다.

이는 전자상거래라고 불렸다. 그리고 온라인 쇼핑이 처음 웹을 통해 소개됐을 때, 쇼핑객들은 편안한 소파에서 벗어나거나 심지어 잠옷을 갈아입지 않고 쇼핑하러 가는 것에 황홀해 했다. 갑자기 수많은 온라인 상점들이 생겼다. 그러나 이 모든 전자상거래 사이트들 사이에서 가장 저렴한 가격으로 최고의 제품을 찾을 수 있는 좋은 방법은 없었다.

구글이 생기기 전까지는 말이다.

2002년 12월 구글은 프로오글(Froogle)을 출시했다. 나중에 프로오글의 이름은 구글 쇼핑으로 바뀌었다. 쇼핑객들은 구글의 검색엔진의 힘을 이용하여 특정 제품을 찾아내고 최상의 가격으로 찾을 수 있다. 프로오글은 경쟁 우위를 차지했다. 프로오글이 처음 출시되었을 때, 유료 광고를 취급하지 않았다. 단지 쇼핑객들에게 결과만 제공했다. 쇼핑객들은 프로오글을 좋아했다. 사용자의 경험을 제일 우선으로 둔 덕택이었다.

그것은 래리와 세르게이가 믿는 ‘사용자는 항상 옳다’라는 생각과 일치했다. 그리고 사용자들은 쉽고 투명한 온라인 쇼핑 경험을 원했다. 그것이 다였다.

## 9장

### 부모의 감독

만약 여러분이 수천 대의 컴퓨터를 가지고 있고, 혁신을 위한 웹과 사무실에 있는 탁구대, 유명한 주방장, 똑똑한 동료들을 가지고 있는데 누군가가 당신을 바라보며 다음과 같은 말을 한다면 어떨까?

당신에게 정말 필요한 것은 부모의 감독이다.

잠깐, 뭐? 부모님? 어른들?

래리와 세르게이는 가장 큰 투자자들이 구글은 부모의 감독이 필요하다고 말했다를 때 이러한 반응을 보였다.

투자자: 1

래리와 세르게이:0

실리콘 밸리에서 어른의 감독으로도 불리는 부모의 감독은 여러분의 실제 부모가 아이를 돌보기 위해 회사에 나간다는 것을 의미하지는 않는다. 하지만 그것은 당신 회사가 회사를 운영하기 위해서는 CEO(Chief Executive Officer)가 필요하다는 것을 의미한다.

최악이었다.

래리와 세르게이는 받아들이기 힘들었다. 구글은 그들의 자식 같았다. 하지만 사실 회사는 여전히 많은 돈을 쓰고 있고 많은 돈을 벌지 못하고 있었다. 이 상황은 바뀌어야만 했다. 그렇지 않으면 그들의 투자자들은 완전히 투자를 포기할 수도 있었다.

래리와 세르게이에겐 새로운 CEO는 통제권을 포기하는 것과 같았다. 그리고 그들은 무서웠다. 그럼에도 래리와 세르게이의 구글에 대한 미래는 아주 선명했다. 두 설립자는 여전히 세상을 바꾸고 싶어 했다. 그들은 좋은 일을 하고 싶어 했다. 그리고 좋은 일이란 항상 옳은 일을 하는 것을 의미했다. 래리와 세르게이가 돈을 좇지 않는다는 사실이 구글을 아주 다른 회사로 만들었다.

래리와 세르게이는 그들의 자유를 소중하게 여겼다. 일을 다르게 할 수 있는 자유, 순리에 어긋나는 자유, 그리고 어떤 특정한 문제에 대해 신선한 눈과 새로운 생각, 그리고 무엇이든 가능하다는 근본적인 믿음으로 접근할 수 있는 자유. 그것이 그들의 혁신을 이끌었다. 그 믿음이 구글을 만든 근본이다.

바깥에서 CEO를 데리고 오는 게 이 모든 것을 바꿔버린다면 어떻게 될까?

만약 회사가 부모를 얻어야 한다면, 래리와 세르게이는 똑똑하고 멋진 사람을 원

했다. 그들은 구글의 기술과 미래를 이해하고 믿는 사람을 원했다.

여기서 에릭 슈미트(Eric Schmidt)가 등장한다. CEO 출신인 에릭 슈미트는 마침 엔지니어이기도 했다. 에릭은 프린스턴 대학교에서 전기공학 학위를 받았고, 버클리 캘리포니아 대학교에서 석사학위와 컴퓨터 과학 박사 학위를 받았다. 에릭은 구글 이전에 벨랩스나 선마이크로시스템스 같은 기술회사에서 경력을 쌓았고, 노벨의 CEO를 지냈다.

그는 엔지니어이자 컴퓨터 공학자이면서도 기술 전문가였다. 우와!

새로운 베스트 프렌드가 될 것 같지 않은가?

그렇지 않았다.

래리와 세르게이는 에릭을 구글에 초대하여 서로 알아가려는 대화를 나누려 했다.

에릭이 래리와 세르게이의 사무실에 들어갔을 때 그의 이력서가 벽에 투영되고 있었다. 참 어색한 상황이지 않은가?

그러나 그것은 다음에 일어난 일에 비하면 아무것도 아니었다.

래리와 세르게이가 만났을 때 설 새 없이 싸웠던 것을 기억하는가?



에릭 슈미츠(guillaumepaumier.com 사진 제공)

래리와 세르게이는 두 시간 동안 에릭과 논쟁을 벌였고, 이력서를 조목조목 검토하고, 에릭이 과거에 내렸던 결정을 비판한 다음, 그를 깎아내렸다. 에릭이 자신을 변호하면, 그들은 더 열정적이었다. 래리와 세르게이는 자신들이 옳다고 주장했다. 인터뷰 막바지에 다다르자 에릭은 혼이 빠졌다.

에릭은 기자에게 “전 정말 당황했어요.”고 말했다. 그는 인터뷰가 참 무례하다고 생각했다. 엄청나게 나는 나이 차이는 말할 것도 없고. 래리와 세르게이는 이제 스물일곱 살이었다. 에릭 슈미트는 46세였고 실제로 돈을 버는 대기업을 운영했었다.

그러나 그 토론에는 에릭의 상상력을 사로잡은 무언가가 있었다. 우선, 그는 래리와 세르게이가 그들이 말한 것에 대해 옳다는 것을 인정해야만 했다. 그리고 그 운명적인 스탠포드 캠퍼스 투어처럼, 그 만남은 강렬하고 불쾌하지만 또한 끌리기도 했다.

사실, 에릭은 몇 년 동안 그렇게 좋은 논쟁을 하지 못했다.

래리와 세르게이는 75명의 다른 후보들을 살펴봤었다. 그 중에 에릭은 최고 중에 최고였다. 그는 기술, 마케팅, 경영, 그리고 돈을 버는 방법을 이해했다. 더 나은 점은 그도 실제로 버닝맨에 갔었다는 점이었다. 래리와 세르게이에게 매력적으로 다가 올 만한 것이었다. 래리는 그를 이렇게 회상했다. “그는 우리 기업 문화에 자연스럽게 들어맞았어요.” 2001년 8월 새 직장에서 첫 날 구글의 복도를 걸으며 에릭은 그의 사무실을 찾았다. 고급 가죽 의자가 있는 사무실도 작은 골프장도 찾아볼 수 없었다.

반짝이는 회의 테이블도 멋진 경치도 없었다. 오히려, 사무실은 약간 옷장 같았다. 그리고 사무실이 봄비자 검색 엔지니어가 에릭의 사무실을 같이 쓰게 되었다. 그 옷장은 곧 두 사람을 위한 옷장이 되었다.

구글에서 일할 때 중요한 사람이 된다는 것보다는 중요한 일, 유용한 일, 혁신적인 일, 변화무쌍한 세상일을 하는 것이 더 중요했다.

에릭이 래리로부터 CEO 역할을 이어받으면서 두 공동 창업자는 새로운 직함을 갖게 되었다. 래리는 생산품 담당자가 되었고 세르게이는 기술 사장이 되었다.(그럼에도, 그들은 여전히 회사 운영을 돕는 일에 깊이 관여하고 있었다. 그리고 종종 그들의 새로운 ‘성인’에 반기를 들고, 심지어 그의 사무실에 공중전화 설치하기 같은 장난도 하곤 했다.)



구글은 현재 150명의 사람들이 회사를 위해 일하고 있다. 그리고 2001년 말, 매일의 검색 수는 하루에 1억 개의 검색 문의를 위해 매초마다 1,000개의 검색에 도달했다.

에릭이 구글에 합류한 지 한 달 후에, 구글은 이윤을 창출 할 수 있었다. 2001년 말까지 그 회사는 7백만 달러의 이익을 발표했다.

근데 잠깐, 구글은 어떻게 이윤을 창출 할 수 있었을까?

## 얼마 가지고 있어?

돈이 들어오는 건 이제 겨우 시작이었지만, 열기는 점점 강해졌다. 구글은 이윤이 필요했다. 간단명료하게, 구글은 지출보다 더 많은 돈을 들여와야 했다.

에릭 슈미트가 구글에 승선하면서 이제는 성장 중인 구글의 이익 문제를 해결해야 할 시점이 되었다.

에릭은 답을 찾기 위해 구글의 자료를 훑어보았다. 그리고 그는 해결책을 발견했다. 하루 검색의 절반 이상이 미국이 아닌 해외에서 검색되고 있었다. 그럼에도 불구하고 거의 모든 구글 광고 고객들은 북미에 기반을 두고 있었다.

그것이 문제였다. 예를 들어, 만약 당신의 광고주 중 한 명이 주로 미국인에게 자동차를 판매하는 자동차 제조업체라면, 당신은 자동차 광고를 미국 고객들에게 보여줄 필요가 있다.

기회가 될 만한 발견이었다. 만약 유럽 자동차 제조업자들이 구글의 사용자 절반이 유럽인이라는 것을 알았다면 그들은 구글의 광고에 관심이 있었을 것이다.

우와. 만약 그들이 해외에서 그들의 고객 리스트를 늘릴 수 있다면?

에릭은 재빨리 오미드에게 비행기 표와 가능한 한 빨리 유럽과 다른 나라에 지사를 설치하라는 임무를 건네주었다. 오미드는 곧 시키는 대로 했다. 곧 유럽, 일본, 캐나다에 구글 지사가 생겼다.

구글은 더 많은 돈을 벌기 위해 또 다른 빠른 조치를 취했다. 그들은 결과 페이지에 텍스트 광고를 위한 공간을 더 많이 만들었다. 광고가 더 많으면 돈이 더 많아질 것이다.

그리고 이 두 가지 해결책은 효과가 있었다. 광고 수익은 빠르게 불어나기 시작했다.

2002년에 구글은 더 이상 돈 문제로 골치 아프지 않게 됐다. 그리고 이것이 그들이 했던 방법이었다. 회사들이 고객에게 노출 되는 광고에 투자하는 것은 대단하다. 하지만 만약 고객이 당신의 광고가 아닌 창밖의 바다를 보고 있다면 어떨까? 누가 당신의 광고를 보고 안 보는지를 어떻게 알겠는가?

구글은 이것을 해결하기 위해 애드워즈를 수정했다. 구글은 클릭수당 지불받는

방식으로 전환하기로 결정했다.

사용자가 광고를 본 후 링크를 클릭하고 하이퍼텍스트 링크(hypertext link)를 통해 웹 페이지로 이동하는데 이것을 사용자 클릭이라고 한다.

이것은 광고주들에게 고객이 본다는 전제하에 돈을 지불하는 대신에 클릭을 하는 비용을 지불한다는 것을 의미했다. 당신은 홈페이지에 광고를 배치하여 사용자들이 당신의 광고를 볼 수 있는 기회를 가졌다는 것을 알았다. 하지만 당신은 사용자들이 광고에 어떤 식으로 반응했는지는 알 수 없었다. 구글은 서비스를 클릭해야 지불받는 방식으로 변경하여 구글이 제공하는 서비스의 가치를 높였다. 일반적으로 사용자들은 관심이 없는 광고를 클릭하지 않는다.

광고주들은 그들의 광고가 인기를 끌게 되면 즉시 알게 될 것이다. 만약 그렇지 않다면, 광고주들은 광고를 개선하고 다시 시도할 수 있을 것이다. 광고의 질 또한 향상 되어 사용자에게도 이익이었다. 사용자들뿐만 아니라 광고주들도 행복했고 구글도 행복했다. 모두 승리자가 되었다.

클릭 당 유료 아이디어는 구글의 경쟁사인 고투닷컴(Goto.com)에 의해 처음 소개되었다. 빌 그로스(Bill Gross)가 설립한 검색광고 사이트는 무료 검색 결과와 유료 검색 결과를 혼합했다. 사용자들은 어떤 결과가 무료인지 유료인지 알 수 없었다. 그로스는 또한 그의 아이디어에 특허를 내지 않았기 때문에 기술적으로 모두가 사용가능했다. 그리고 구글 엔지니어들은 그 기회를 놓치지 않았다.

없습니까, 없습니까, 네, 팔렸습니다.

단어 '자동차'를 10달러로 살 수 있을까?

*15달러? 20달러? 살 사람 없나요? 없나요? 네 팔렸습니다. 줄무늬 정장을 입고 자동차 딜러에게 팔렸습니다.*

말 한 마디에 돈을 낸다는 것은 믿기 어려울지도 모른다. 하지만 구글은 그들의 키워드에서 가치를 보았다. 만약 당신이 자동차 제조업체이고 '자동차'라는 키워드 최고 입찰자가 되었다면, 당신의 광고는 구글의 스포트라이트를 받을 것이라는 것을 의미한다. 홈페이지에서 당신의 광고는 가장 높은 위치에서 스포트라이트를 받고 있을 것이다. 그리고 두 번째로 높은 입찰자가 두 번째로 높은 자리를 차지하게 될 것이다.

그래서 사용자들이 '자동차'를 입력했을 때, 그들은 무료 검색 결과를 얻고 목록의 맨 위에 있는 당신의 광고를 보게 된다.

## 랭크 2.0

애즈워드가 출시되면서, 래리와 세르게이는 페이지 랭크의 아이디어와 같은 생각을 했고 광고에 순위를 매긴다면 효과가 있을 것이라고 생각했다. 만약 광고가 유용하다면, 사람들은 광고를 클릭할 것이다. 만약 광고가 특별히 도움이 되지 않는다면, 더 적은 사람들이 광고를 클릭할 것이다. 이러한 클릭 수를 세어 그들은 그 광고에 품질 점수를 매길 수 있었다. 그래서 차를 검색하면, 자동차와 관련된 광고가 나타날 뿐만 아니라, 가장 많이 클릭된 광고가 가장 위에 떴다.



2017년 8월 '차'검색 결과 스크린 샷

이제, 광고의 품질 점수를 입찰 가격과 함께 사용하여, 그 광고는 순위를 배정받을 것이다.

이것은 또 다른 혁명이었다. 구글 이전에 소비자들은 광고의 인질이였다. 가장 좋아하는 프로그램을 보기 위해서, 사람들은 광고를 강제로 시청해야했다. TV 방송사들은 어느 회사의 광고를 방송 할 것인가에 대해 결정했다. 그리고 그 광고는 당신과 관련이 있을 수도 있고 아닐 수도 있다. 하지만 구글과 함께, 사용자들은 지금 고삐를 쥐게 되었다.

오히려 광고주들이 굶실거렸다.

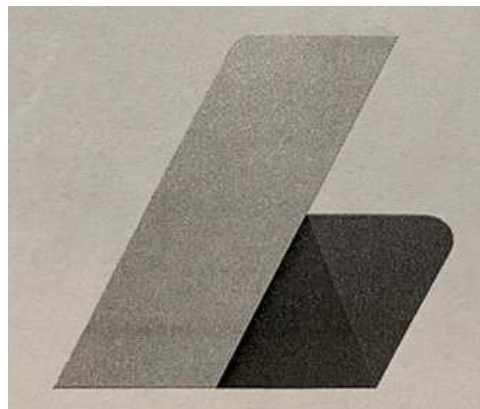
2002년 말까지 이윤은 1100억 원(1억 달러)까지 치솟았다.

만약 당신이 1100억 원(1억 달러) 지폐로 탑을 만든다면, 그 탑은 거의 만 미터 높이까지 올라갈 것이다.

그 후, 구글은 다시 한 번 새로운 영역에 진입했다. 구글이 아닌 맘 블로그나 뉴스 사이트에 광고하는 것은 어떨까? 웹 콘텐츠는 인기 폭발이었다. 구글이 어떻게 이런 사이트에 광고 프로그램을 가지고 올 수 있었을까? 특히 세르게이는 다른 사이트에 광고를 파는 데 관심이 많았고 광고를 팔아줄 회사를 이미 알고 있었다.

바로 세멘틱(Semantics)이라는 회사였다. 구글은 이 회사를 빠르게 인수했고 2003년에 애드센스(AdSense)를 도입했다.

애드센스는 구글이 다른 사이트에 광고를 파는 것을 가능하게 했다. 애드센스는 다른 사이트들의 예산을 줄여줬다. 그래서 만약 당신이 서점과 관련된 사이트를 가지고 있고, 애드센스에 가입했다면, 당신은 구글 사이트에 광고를 낼 수 있다. 그 광고가 사용자 클릭으로 돈을 긁어모으면 구글은 수익의 일부를 당신과 나눈다.



애드센스 로고(구글 제공)

구글의 이익은 4천 6백억 원(4억 달러)으로 4배나 증가했다. 2004년까지 래리와 세르게이의 부모는 여전히 언제 박사학위를 마칠 것인지 물어봤을지도 모르지만, 아무도 구글이 어떻게 이익을 창출하고 있는지 더 이상 물어보지 않았다.

구글은 학교 프로젝트를 넘어서 대기업이 되었다. 그리고 구글은 계속해서 성장하고 변화할 것이고, 새로운 사람들과 새로운 기술들을 추가할 것이다. 이것은 더 이상 래리와 세르게이의 이야기만이 아니었다. 이제 그 이후의 이야기는 구글의 이야기일 것이다.

## 몇 천개의 코드로 이뤄진 사진 한 장

제니퍼 로페즈(Jennifer Lopez)가 2000년 그래미 시상식에 도착했을 때, 녹색 베르사체 드레스로 제니퍼는 엄청난 인기를 끌었다.

그 소식은 전 세계의 레드카펫 돌풍을 일으켰다. 그리고 제니퍼의 드레스를 못 본 사람들은 구글에 검색하기 시작 했다.

2000년에 구글은 문자 링크 기반의 검색이었기 때문에 사람들의 요구를 만족시키지 못했다.

에릭은 “당시 제니퍼의 드레스는 우리가 본 것 중 가장 인기 있는 검색이었죠.” 라고 말했다.

“그러나 우리에게는 사용자들이 정확히 원하는 제니퍼 로페즈의 드레스 사진을 얻을 수 있는 확실한 방법이 없었어요. 그렇게 구글 이미지 검색이 탄생했어요.”

그 팀은 즉시 이미지를 검색할 수 있게 만드는 방법을 연구하기 시작했다. 그리고 2001년에 구글 이미지들이 출시되어 사용자들에게 수백만 개의 검색 가능한 이미지에 대한 접근을 제공했다.



2000년 그래미 시상식의 제니퍼 로페즈(Scot Gries 제공)

## 2부

구글에 물어봐



## 10장

### 구글러(구글 직원)

래리가 그의 직원의 행복을 보장한다는 말은 단순한 아침이 아니었다. 그것은 할아버지로부터 물려받은 장점이었다. 래리의 할아버지는 이름 꽤나 떨친 파업 기간 동안 미시간 주 플린트의 쉐보레 조립 라인에서 일했다. 1930년대 후반의 권리를 위해 자동차 노동자들은 농성을 벌였다. 말 그대로 노동자들은 공장을 장악하고 생산을 중단시켰다. 경찰은 무력으로 응수했다. 십여 명의 농성자들이 부상을 입었다.

래리는 폭력적인 용역들의 습격을 받을 경우에 대비해 자신을 보호하기 위해 가죽으로 감싼 쇠파이프를 들고 다녔다는 할아버지의 이야기를 기억했다.

2009년 래리가 미시간 대학에서 졸업식 연설을 할 때, 그는 할아버지가 자식들을 캠퍼스로 데려와 그들에게 “여기가 네가 다닐 학교란다”라고 말 했던 이야기를 해주었다. 그리고 래리는 할아버지가 자신을 보호하려고 들었던 쇠파이프를 들었다.

래리는 그 이야기에 감명을 받았다. 그는 행복한 노동자들이 궁극적으로 더 생산적이라고 믿었다.

## 구글러의 삶

구글의 문화는 래리와 세르게이에게는 매우 중요했다. 그들은 구글이 재미있고, 아이디어를 불러일으키는 환경이 되기를 원했다. 그 생각이 바로 두 설립자가 어린 시절부터 몬테소리 학교에서 받은 교육의 일원이었다. 몬테소리 학교는 학생들이 그들의 속도에 맞춰 이익을 탐구하도록 장려한다. 그리고 몬테소리의 목표는 몬테소리 교실 환경과 문화가 현실에서도 반영 될 수 있도록 하는 것이다. 이런 유형의 교육의 또 다른 특징은 권위나 항상 같은 방식으로 진행 되는 일에 대해 의문을 제기한다는 점이다.

이것은 래리와 세르게이가 일하는 방식에 항상 영향을 줬다. 회사가 점점 커져갔지만 그들은 결코 그들의 날카롭고 결단력 있는 창업 문화를 잃고 싶지 않았다. 아이디어와 혁신은 최우선으로 남아야 할 것이다.

어떻게 그 믿음을 보전하고 복돋을 수 있을까? 월요일 아침에 일어나서 출근하기 전에 깊은 한숨을 쉬게 하는 답답한 회사가 되는 것을 어떻게 피할 수 있을까? 래리, 세르게이, 그리고 구글 팀은 그 질문들에 꽤 흥미로운 대답을 했다.

## 100퍼센트가 아닌 20퍼센트를 준다고?

당신이 일주일에 5일, 하루에 6시간씩 학교 가는 것이 귀찮다면, 다음의 것을 시도해봐라. 만약 선생님들이 일주일에 하루, 매주, 영원히, 학업을 제쳐놓고 당신이 굉장히 좋아하는 일만 시킨다면 어떨까?

예를 들어, 학교가 당신에게 스케이트보드를 타면서 오디오북을 듣는 것이 독해력을 증가시키는지 알아내기 위해서 학업시간 20퍼센트를 주었다고 상상해보자. 그 문제를 해결하려면 당신은 스케이트보드를 엄청나게 많이 타야할 것이다.

경고! 집에서 시도해보지마라. 오디오북이니 스케이트보드, 하프파이프[스케이트보드 일종]는 단순한 예일 뿐이다.

하지만 스케이트보드를 타는 것이 정말로 읽기 이해력을 증가시킨다면 어떨까? 그리고 만약 당신의 결과를 듣고 당신에게 이익이 된다는 이유로 교장선생님이 오디오북 도서관과 스케이트장에 투자한다면 어떨까?

구글에서 이 꿈은 현실이 된다. 오디오북으로 가득 찬 스케이트 공원은 아니지만 20퍼센트 시간이라고 불리는 프로젝트는 직원들이 원하는 프로젝트를 직접 골라 진행된다. 그러한 프로젝트들이 회사를 돈벌이로 만들든 말든 상관없다. 하지만 만약 당신이 뭔가 대단한 것에 걸려든다면, 회사는 당신의 새로운 아이디어를 놓치지 않도록 지원해주기도 한다.

구글의 가장 큰 혁신 중 일부 인 지메일, 구글 뉴스, 프로오글(구글 쇼핑)등이 20퍼센트 시간 프로젝트를 통해 탄생했다

드레스 코드: 한 가지 더, 당신은 양복을 입을 필요가 없다. 양복이 없다 해도 살 필요가 없다. 구글의 복장 규정은 단순히 무언가를 입어야 한다는 것이다. 그리고 직원들은 평상시엔 청바지와 티셔츠만 입고 다닌다. 몇몇 구글러들은 심지어 목욕가운을 입고 출근했다.

## TGIF [불금]

TGIF는 'Thank God It's Friday(드디어 금요일이다)'를 의미한다.

그것은 90년대에 사용되었던 잘나가던 아이들이 쓰던 말이다.

경고: 아무도 더 이상 이런 말을 하지 않는다. 물론 언젠가 다시 쓸 수 있는 여지는 있다고 할지라도 말이다.

하지만 구글에서 TGIF는 행사, 맥주, 과자, 회사 업데이트, 질의응답을 의미한다. TGIF는 래리, 세르게이, 그리고 다른 임원들에 의해 종종 주최된다. 하지만 만약 당신이 호주에 본사를 둔 구글러라면 최악이라 생각할 수 있다. 왜냐하면 캘리포니아는 금요일이지만 호주 직원들은 토요일 날 일을 한다는 의미이기 때문이다. 걱정하지 마라 구글은 다른 시간대를 수용하기 위해 TGIF를 목요일로 공식 이전했다.

TGIF 모임에서 가장 화려한 부분은 뉴글러(Noogler)에게 보내는 요란한 환영인사다. 뉴글러는 새로운 구글 직원을 지칭한다. 새로운 직원들은 프로펠러가 달린 구글 로고 컬러의 모자를 강제로 써서 쉽게 눈에 띄고 항상 여기저기서 박수를 받게 된다.

오늘날 구글은 7만 5천 명 이상의 직원을 보유하고 있다. 래리는 "우리 직원들이 전부다."라고 말했다. 어느 회사도 구글 만큼 이 말을 실천 하는 곳은 없다.

구글에서 일하고 싶은가? 그러려면 당신은 생각을 빨리하는 습관을 가져야 한다. 래리는 빠른 결정을 좋아한다. "기본적으로 느린 결정을 하는 회사는 잘 없습니다. 빠른 의사결정을 하는 회사가 좋은 회사죠. 그래서 저는 회사가 커질수록 그들의 의사 결정이 늦춰지는 경향이 있다고 생각합니다. 안타까운 일이죠."



TGIF를 기다리고 있는 뉴글러(Runner1928 제공)

## 구글 월드 본부

### (진짜 버전)

만약 당신이 일하다 막힐 때 가지고 놀 수 있는 테이블 축구, 당구공 테이블, 비디오 게임이 많이 있다면 어떨까? 만약 당신의 상사가 강아지를 직장에 데려오게 해준다면 어떨까? 맛있는 음식을 회사에 쌓아 둔다면 어떨까? 당신은 회사를 떠나고 싶지 않을 수도 있다.

배 아파 하지 말라. 왜냐하면 구글에서 일하는 사람에게는, 말도 안 되는 이 환상이 현실이 되기 때문이다!

구글 월드 본사에 온 걸 환영한다. 구글 본사 안에 짐으로 가득 차있는가? 아니다. 자전거 가게 2층에 위치해있는가? 구글 본사는 2층에 있었지만 자전거 가게 2층은 아니다. 사람들로 가득 찬 사무실을 가졌는가? 전혀 그렇지 않다.

2004년에 구글에는 800명 이상의 직원이 있다. 항상 사람들을 고용하고 장비를 추가하는 구글은 더 큰 건물, 더 큰 캠퍼스 등 더 많은 공간을 필요로 했다. 따지고 보면 회사가 원하는 것은 오히려 복합건물에 가까웠다. 사실, 그들이 정말로 필요한 것은 구글플렉스였다.

구글플렉스라는 이름은 스탠포드 게이트 360에서 브레인스토밍을 하며 래리와 세르가이의 회사 이름을 지었을 때 언급됐던 수확용어다. 결국 그들은 이름을 더 짧게 만들려고 구글로 확정지었다. 앞에서 다뤘던 것처럼 오타가 난 단어를 통해 구글이 되었다. 이제 구글플렉스라는 단어를 쓸 용도가 생겼다. (하지만 구글이 아닌 구글플렉스라 쓰였다)

구글은 캘리포니아 마운틴 뷰의 27만 제곱미터에 8만평의 새로운 사무실 단지를 매입했다.

이에 비해 미국 국회의사당은 4만평에 불과하다. 축구장은 1618평밖에 안 된다.

구글 본사 규모가 인상적이지만 안에 들어가 보면 더 인상적일 것이다.



캘리포니아 마운틴 뷰 구글플렉스(구글 제공)

경고! 이건 당신 할머니의 사무실 건물이 아니다. 만약 사무실 특권이 커피와 자판기라고 생각한다면, 놀랄 준비를 해라. 이 책에는 침을 흘리지 않기를 바란다.

우선, 잠시 휴식을 취하거나 동료에 대해 더 잘 알고 싶다면 비디오 게임이나 당구 한 판을 해보는 것은 어떨까? 구글 플렉스에는 피아노, 암벽등반, 온천, 보건실, 삼시세끼 영양가 있는 식사, 스낵바, 에스프레소 카페, 볼링장 등 모든 것이 무료다.

아, 그리고 목요일에는 자동차 세척과 기름 교환이 가능하다. 물론 당신이 차가 필요하다면 차를 사야겠지만 출근을 위해 차를 살 필요는 없다. 구글은 직원들을 위해 바이오디젤로 구동되는 통근 버스를 제공한다. 최고 수준의 보육시설도 있다. 하지만 안타깝게도 보육시설은 무료는 아니다.

화장실을 확인 해봐라. 구글러들은 일본회사가 만든 뜨거운 김이 나오고 화장지도 필요 없는 호화로운 비데를 쓸 수 있다. 이 비데들은 클렌징 옵션과 드라이어로 세차용 부품을 가깝다.

구글 사무실 밖에서도 직원들은 녹색 공간을 즐길 수 있다. 벤치와 테이블, 채소밭, 배구장도 있고 건물 사이를 다닐 수 있는 무료 자전거를 탈 수 있다. 저탄소 잔디 깎기 용 염소도 볼 수도 있다. 진짜 염소 말이다.

구글 뉴욕시에 온 걸 환영한다. 구글은 1999년 가을에 처음으로 빅애플에 진출했다. 엄밀히 말하면 새 사무실은 그들의 영업팀 중 한 팀원의 아파트였는데, 실제로 팀 암스트롱(Tim Armstrong)은 커피를 많이 마셨기 때문에, 대부분은 구글 뉴욕 사무실 대신 80번가에 있는 스타벅스에서 일을 하곤 했다.

오늘날 구글 뉴욕 사무실에는 4천 명의 구글러들이 살고 있다. 8번가 111번지에 가면 사무실을 볼 수 있다. 그 건물은 도시 한 구역을 차지해서 구글러는 복도를 돌아다니기 위해 스쿠터를 사용한다. 당신이 심심하다면 단순히 벽만 봐도 지루함을 없앨 수 가 있다. 왜냐하면 그 벽들 중 일부는 어색한 가족사진들로 덮여 있었기 때문이다. 복도에는 지하철 노선도로 꾸며져 있고 많은 카페를 즐길 수 있다.

그리고 유머감각이 충만한 한 사람이 만우절 날 사무실에 가져온 진짜 살아있는 뱀을 잃어버렸다. 다행히도 나중에 찾긴 했다.



111번지 8번가 구글 뉴욕지사(Holly West 제공)



그리고 당신은 반려 개도 데리고 올 수 있다. 고양이는 데리고 올 수 없다. 구글의 행동 강령에 따른 점이다. “우리는 고양이를 좋아하지만 고양이가 사무실을 방문한다면 그것들은 상당히 스트레스 받을 것이라 생각을 합니다.”



구글의 개들의 날 (구글 제공)

폐쇄된 사무실 대신, 개방된 넓은 공간과 낮은 벽의 칸막이, 그리고 많은 장난감이 여러분을 맞이한다. 영감이 필요한가? 아니면 더 똑똑해 지고 싶은가? 구글은 작가와 ‘생각하는 지도자들’을 불러들여 흥미로운 대화의 장을 연다. 지금까지 1,500명 이상의 연사들이 생각하게 만드는 연설로 구글플렉스를 흔들어 놓았다.

이 모든 것은 무엇을 위한 것일까? 혁신과 충성심. 구글은 직원들이 쉽게 어울리고, 협업하고, 질문하고, 도전하고, 아이디어를 서로 낼 수 있도록 하는 개방된 넓은 공간이 궁극적으로 사용자에게 이익이 된다고 믿는다. 그리고 구글은 직원들이 직장을 재밌는 곳으로 만들어서 직원들이 그곳에 머물고 싶어 하게 만든다.

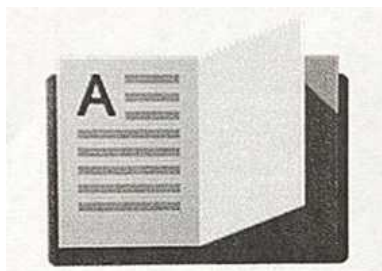
2017년. 구글은 아프리카계 미국 학생들을 기술 및 컴퓨터 과학 분야에 영입하기 위한 엄청난 노력을 했다. 아프리카계 미국인들이 구글의 전체 인력의 1%를 차지하는 가운데 이 회사는 하워드대학생들을 위한 새로운 구글플렉스 전초기지인 '하워드 웨스트(Howard West)'를 발표했다. 이번 제휴를 통해 학생들은 12주간의 연례 여름 프로그램 동안 엔지니어들의 직접적인 지도를 받게 될 것이다.

그리고 2007년부터 구글은 포춘지가 매년 발간하는 '가장 일하기 좋은 기업'에서 1위를 차지했다.

래리와 세르게이에게 구글 건물, 장난감, 문화, 이 모든 것이 직원들로 하여금 세상을 바꿀 수 있도록 만들었다. 그것이 모두였다.

## 구글 북스(Google Books)

래리와 세르게이는 세계의 정보를 정리하는 것이 목표였는데 그들이 세계에서 가장 오래된 도서관의 먼지투성이 구석에 위치한 좋은 오래된 책이나 절판된 책의 정보를 정리하고 싶다면 어떻게 해야 할까?



구글 북스 로고(구글 제공)

재미있는 사실: 어쩐지……. 출판된 책의 80%는 이미 절판되었다. 10권 중 2권만이 우리가 볼 수 있다는 것이다.

(포기각서: 이런 맥락에서 사용되는 ‘재미’라는 단어는 작가나 출판사들이 좋아하진 않을 것 같다.)

웹이 발명되기 전에 존재하며 글로 쓰였던 모든 지식을 어떻게 볼 수 있을까?

어떻게 모두가 그 정보를 이용할 수 있게 할 수 있을까?

사실, 래리나 세르게이에게 이것은 새로운 질문이 아니었다.

래리는 “구글을 시작하기 전부터, 우리는 사서들이 온라인에서 친히 검색할 수 있도록 하는 믿을 수 없이 광범위한 정보를 만드는 것을 꿈꿨습니다.”라고 설명했다.

사실, 래리와 세르게이가 대학원생 일 때 디지털 도서관 계획을 연구하고 있었지만 백럽과 페이지 랭크를 만들기 위해 그 프로젝트를 포기해야만 했다.

2002년에 구글가이즈(Google Guys)는 그 아이디어를 재검토했다. 그들이 스탠포드의 학생이었던 1995년 이후로 많은 것이 바뀌었다. 인터넷과 월드와이드웹은 폭발적인 인기를 끌었다. 그러나 한 가지 변하지 않은 것은, 풍부한 정보를 담고 있는 수세기 동안의 책들은 여전히 도서관 진열대에 놓여 있었다는 점이다. 모든 책의 단어, 개념, 아이디어를 구글에서 찾아 볼 수는 없었다. 그리고 사람들은 여전

히 책을 찾아보고 읽기 위해서 도서관에 가야만 했다.

그리고 고대의 두루마리 같은 오래된 책들은 실내 온도를 통제 가능한 건물에 조심스럽게 보관된다. 어떤 경우에는 사서들이 이 책들을 특별히 주의해서 돌봐야 하며, 학자, 연구원, 그리고 다른 전문가들이 흰 장갑을 끼야만 접근할 수 있다. 일반 대중들에게 공개 한다면 사람들이 부서지기 쉽고 오래된 책들의 페이지를 훑어보다 그 책들을 부숴버릴 수도 있었다. 하지만 당신이 오래된 책들을 읽어보고 싶어 진다면 어떻게 해야 할까?

만약 접근이 문제라면, 래리는 그 문제를 해결할 아이디어를 생각해 냈다. 그 아이디어는 책을 스캔하고 디지털화하고 온라인에서 검색하고 읽을 수 있게 만들기였다.

하지만 이 작업은 얼마나 걸릴까? 래리는 작은 실험을 했다.

그는 메트로놈을 잡았다. 메트로놈은 피아노 레슨 할 때 박자를 맞추는 계측 장치이다. 톱톡톡. 래리는 메트로놈과 시험지를 이용한 실험을 위해 래리는 마리사 메이어에게 도움을 청했다. 메트로놈의 박자에 맞춰 마리사는 한 번에 한 장씩 총 삼백 장을 넘겼고, 래리는 리듬에 맞춰 모든 페이지의 사진을 찍었다. 그 모든 과정은 40분 정도 걸렸다.

그렇다면 지구상의 모든 책을 스캔하는 데 얼마나 걸릴까? 래리는 도서관과 세계의 책들을 디지털화하려는 사서들과 계획을 세웠다.

그리고 그는 로봇 공학 팀을 고용했다. 공학 팀의 임무는 책을 디지털화하기 위한 로봇 스캐너를 만드는 것이었다. 여러 번의 실험 끝에, 마침내 구글 연구팀은 책을 조심스럽고 부드럽게 스캔할 수 있는 기술을 고안했다.

이제 책을 스캔할 수 있지만 검색을 할 수 있게 하려면 어떻게 해야 할까? 게다가 일부 글꼴은 오래 됐거나 쓰이지 않거나 이상한 사이즈로 스캔됐다. 이제 소프트웨어 프로그래머가 필요한 시점이다. 키퍼링, 타이핑, 코딩을 하면서 프로그래머는 430개의 다른 언어에서 이상한 글자 변이를 발견할 수 있는 프로그램을 고안했다. 두 가지 문제가 해결되었다. 그 다음 해야 할 일은 구글 프린트 (현재는 구글 북스라고 불림)에 방대한 책 컬렉션을 넣는 일이었다.

2004년 구글은 하버드, 스탠포드, 미시건 대학, 옥스포드 대학, 뉴욕 공립 도서관들과 많은 현대 출판사들과의 제휴를 발표했다. 사용자들은 특정 책의 단편이나 저

작권이 만료된 책의 전체 텍스트를 읽을 수 있게 되었다.

그러나 구글은 곧 논란에 휩싸였다. 모두가 구글 북스가 좋은 생각이라고 생각하지는 않았다. 일부 작가들은 구글 북스가 저작권을 침해 한다고 생각했다.

시를 쓰거나 그림을 그리거나 영화를 만들 때, 다른 사람이 당신의 작품을 훔쳐서 그들의 이름으로 출판하는 것을 막거나 공짜로 나눠줄 수 없게 하는 법을 무엇이라 할까? 그것은 바로 저작권법이다. 저작권은 작품의 창작자로서 당신의 권리에 대한 법적 보호법이다. 저작권 침해는 저작권에 의해 보호되는 저작물의 불법적인 사용이다.

저작권 침해와 관련된 논란이 불거져 화제가 되자 에릭 슈미트는 구글의 의도를 설명했다. 그는 월스트리트 저널에 의견서를 냈다.

슈미트는 “당신이 컴퓨터에 앉아 모든 책의 전문을 1초도 안 걸리고 검색하는 상상을 해보세요.”라고 설명했다. “언제 어디서나 누구나 몇 개의 단어 입력만으로 세계 모든 책을 검색할 수 있는 하나의 거대한 전자 카드 카탈로그를 상상해 보세요. 그게 바로 사용자들이 세계 도서 정보 검색을 위해 지난 가을에 도입한 프로그램인 구글 프린트(Google Print)가 가진 미래입니다.”

결국, 2008년에 구글은 작가 협회와 미국 출판협회와 계약을 맺었다. 세르게이는 보도 자료를 통해 “이번 합의는 우리 모두에게 이익을 가져다주었지만 진정한 승리자는 독자들입니다. 세상의 책 속에 놓여 있는 엄청난 지식이 이제 그들의 손아귀에 있을 것입니다.” 라고 말했다.

오늘날 구글 북스는 3천만 개 이상의 책을 스캔했다.

전문가의 시간여행 팁: 만약 당신이 여전히 타임머신을 가지고 있고 중세의 수도원을 방문하게 된다면, 구글 북스는 비밀로 부쳐둬라. 그 시대의 수도사들은 요새 우리가 겪는 손목터널 증후군은 우스울 정도로 보이는 심한 손 경련을 겪고 있었다. 수도사들이 책을 복사할 수 있는 유일한 방법이 깃펜을 가지고 직접 베껴 쓰는 방법밖에 없었기 때문이다. 그러니 수도승이 우는 걸 보고 싶지 않다면 이 사실은 당신만 알고 있어라. 그 눈물은 예술적인 편지쓰기와 완벽한 필체를 망칠 수 있다.

## 11장

### 농담이 아니다

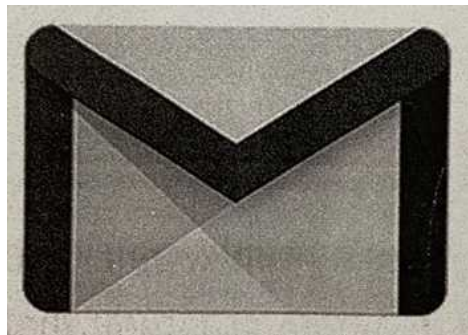
구글의 만우절 장난은 곧 전 세계 사람들이 특별한 재미를 기다리는 악명 높은 전통이 되었다. 구글은 검색 결과에 클링온(Klingon)이나 스웨덴 요리사(Swedish chef) 같은 언어로 이루어진 페이지를 만들기도 했다. 또 다른 해에는 구글은 페이지 랭크의 비밀을 ‘폭로’했다. 웹 페이지를 순위를 매기는 무리들에 대한 비밀을 폭로했다.

X세대에게 깊은 인상을 주고 싶은가? 스웨덴 요리사를 보여줘라. 스웨덴 요리사는 1970년대 후반과 1980년대 초에 인기 TV 시리즈인 머펫쇼의 등장인물이었다. 웅얼거리고 황량거리는 요리사는 항상 '보크 보크 보크'라는 노래를 부르곤 했다.

프로 팁: 영국과 미국 관객들은 스웨덴 요리사를 애뜻하게 기억할 수도 있지만, 많은 스웨덴인 들은 그러한 고정관념에 불쾌감을 느낀다.

2004년 4월 1일, 한 보도 자료에서 구글의 새로운 서비스를 발표했을 때, 사람들은 구글이 농담을 한다고 생각했다.

새로운 서비스인 지메일(Gmail)은 무료의 웹 기반 이메일(E-mail)이었다. 구글은 지메일이 엄청난 양의 저장고를 가지고 있다고 발표했다. 야후나 핫메일 같은 경쟁 업체들 보다 500배나 컸다. 심지어 기술 전문가들도 “말도 안 돼, 농담이겠지.”라고 말했다.



지메일 로고(구글 제공)

우선 무료 이메일은 이미 널리 퍼져있었지만 심각한 단점이 있었는데 그 단점 때문에 다음의 상황들이 종종 벌어지곤 했다.

당신은 고향을 떠나 대학교를 다니고 있다. 그리고 당신은 친구, 선생님, 상사, 직장 동료 등에게 이메일을 보내느라 바쁘다. 아마 당신은 사진을 첨부한 이메일을 보내고 있을 것이다. 당신이 열심히 이메일을 보내고 있는데 전화가 온다. 따르릉 따르릉.

엄마: *애야, 엄마야. 너 괜찮니?*

당신: *네? (혼란스러워 하며) 아무 일 없는데 왜요?*

엄마: *엄마가 아침 내내 너한테 이메일을 보내려고 했는데 이메일을 보낼 수가 없어. 이메일을 쓰면 계속 반송되는구나.*

당신은 앉아서 어머니의 안도 소리를 듣는 동안 저장용량을 늘리기 위해 필사적으로 이메일을 지우고 있다! 그 당시 야후는 가장 인기 있는 웹 기반 이메일 제공 기업이었다. 야후의 무료 서비스는 4MB의 저장 용량으로만 제공했다. 하지만 당신이 정기적으로 이메일을 삭제하지 않으면 이러한 전화를 받곤 했다. 혹은 최악의 경우, 당신은 인턴 십이나 아르바이트를 제공하는 이메일을 놓치게 될 수도 있었다. 어이구!

스팸메일은 이 문제를 더 악화시켰는데 보통 사용자들의 저장 한도를 초과한 이유가 스팸메일 때문이었다. 당신이 할 수 있는 거라곤 매일 받은 메일함을 열고 삭제하는 것뿐이었다.

당신의 실제 우편함을 채우는 광고 우편물처럼, 스팸메일은 무관하고, 원치 않고, 심지어 부적절한 메시지의 대량 이메일을 의미한다.

그래서 구글이 만우절 날 발표한 내용은 무려 1GB의 저장 공간을 제공한다는 소식이었다. 천 메가바이트라니! 사용자를 위해서 제공한다고? 이 발표는 마치 공상 과학 소설을 읽는 것과 같았다. 그것은 기본적으로 더 이상 저장 공간에 대해 생각할 필요가 없다는 것을 의미한다. 저장 공간이 더 이상 문제가 되지 않는다는 것이다.

그래서 어떤 사람들은 이메일의 단점을 꼬집는 재밌는 장난질이라 생각했다. 나에게 오는 모든 이메일을 항상 보관 할 수 있다고? 만우절 농담이겠지. 하하. 하지만 지메일은 농담이 아니었다. 이번 4월 1일 발표는 세계가 이메일을 사용하는 방식을 바꾸려는 것이었다.

구글러는 3년 동안 20%의 시간을 들여 비밀리에 지메일을 연구해 왔다.

개발 동안 구글러는 지메일에 카리부라는 코드명을 붙였다.

그리고 구글러는 하늘 높이 떠 있는 래리와 세르게이의 기준을 충족시켜야 했다. 구글의 창업자에게 지메일이 믿을 수 없을 정도로 훌륭하지 않다면 이메일을 만들 필요가 전혀 없었다. 그리고 지메일이 충족해야 할 더 중요한 기준은 사용자의 경험이었다.

지메일은 사람들이 삭제 버튼에서 손가락을 떼게 했을 뿐만 아니라 당신의 이메일 계정 검색도 제공했다. 즉, 당신은 더 이상 받은 메일함을 뒤져서 특정한 이메일을 찾거나, 받은 메일함과 보낸 메일함에 있는 모든 이메일을 분류하고 정리하는데 시간을 소비하지 않아도 된다. 사실 그것은 오늘날 우리가 당연하게 여기는 것이다. 하지만 그 당시 지메일은 새로운 혁신이었다. 지메일은 또한 구글이 무엇을 잘하는지를 보여주는 예시였다. 기존의 장점을 취해서 새로운 것에 적용하기였다.

깔끔한 모습이 핵심이었다. 난잡해서는 안됐다. 그래서 구글 지메일은 깔끔하고 단정한 모습을 갖춰야했다. 사실, 심지어 엔지니어들은 더 이상 삭제할 메일이 없다고 생각해 메일 삭제버튼을 없애기로 결정했다.



## 구글만의 난장판

쓰레기제로개념에 대한 한 가지 주의사항이 있었다. 그것은 바로 지메일에 광고를 실어 구글이 가진 문제를 해결할 뿐만 아니라 그 과정에서 돈을 벌 수 있다는 점이었다.

당신의 검색 문의가 특정 키워드 광고를 만들었듯이, 이제 당신의 이메일에 있는 단어들은 특정 광고와 일치할 것이다.

경고! 소름끼치는 음악은 항상 곧 무슨 일이 일어날 것이라는 걸 암시한다.

초창기에 사람들은 초대장이 있어야만 지메일 계정을 얻을 수 있었다. 그 초대장은 기술 관련 기자, 유행의 선두주자, 그리고 지메일에 대해 이야기를 열정적으로 전달할 수 있는 사람에게 보내졌다. 하지만 구글이 바라던 지메일에 대한 열정은 재앙이 되었다. 어떤 문제가 생겼을까? 바로 사생활 관련 문제였다. 컴퓨터가 이메일을 읽고 적절한 광고와 일치시키고 있다는 생각이 국제적인 헤드라인을 장식했다.

피씨월드(PC World)의 헤드라인에는 ‘구글 지메일의 사생활 문제’이라고 쓰여 있었다. 대서양 건너 BBC의 한 기사가 ‘온라인 엿따꾼?’이라는 물음으로 요점을 짚었다. 월스트리트저널(Wall Street Journal)은 이메일을 훑는 것이 소름끼치는 행동이라고 표현했다. 피씨매거진(PC Magazine) ‘지메일은 안전한가?’라는 헤드라인에 독자들은 입을 다물지 못했지만, 이 기사는 실제로 컴퓨터가 아무것도 읽지 않고, 오히려 스팸 필터처럼 텍스트를 분석한다는 것을 설명하려고 했다.

그러나 한번 쏟아진 물은 다시 주워 담을 수는 없었다. 사람들이 사생활 문제라는 것에 동의하든 그렇지 않든, 사람들은 문제를 제기하기 시작했다. 사람들은 항의는 점차 커졌고 ‘악하게 굴지 말라’는 구글의 강령에 의문을 품었다.

래리와 세르게이는 사생활 문제를 전혀 예측하지 못했다. 그들은 이메일을 개선하려고 했지만 정작 사생활 문제를 간과한 것이다.

래리는 “내 이메일과 관련된 광고를 받으면 사람들이 대단하다고 생각할 것이라  
고만 생각했어요.” 라고 전기 작가에게 설명했다.

그리고 세르게이는 인터뷰에서 “우리는 문제에 대해 심사숙고 하지 않았던 것  
같아요. 우리는 해결해야 할 문제가 많다는 것을 알고 있었지만 사생활 문제에 대  
해서는 깊게 생각하지 못했어요.”

지메일의 폐지를 요구하는 편지가 구글플렉스에 도착하기까지 오래 걸리지 않았  
다. 30개 이상의 시민권과 사생활 보호 단체는 폐지 서명을 들고 왔다. 어떤 주의  
원은 심지어 이메일 광고를 불법으로 만들고 싶어 했다.

래리와 세르게이, 엔지니어들과 마케팅 직원들, 심지어 앨 고어 전 미국 부통령  
까지 문제를 해결하기 위해 모였다. 직원들은 기자들, 국회의원들, 기술 전문가들,  
그리고 생각나는 모든 사람들에게 전화를 걸어, 지메일은 소름끼치지 않는 다는 주  
장을 펼치기 시작했다. 아, 그리고 구글이 당신의 이메일을 영원히 간직하고 읽을  
수 있다는 두려움을 가라앉히기 위해 메일 삭제버튼은 재빨리 추가되었다. 구글은  
또 원치 않는 계정을 삭제하고 삭제된 이메일을 적시에 파기하기로 합의했다.

뉴스 헤드라인이 사라지면서 놀라운 일이 일어났다.

사람들이 지메일을 사용하기 시작했다. 그리고 그들은 지메일을 좋아했다. 여전  
히 사람들은 초대장만으로 지메일 계좌를 얻을 수 있었기 때문에 그들은 이베이에  
서 10만 원(100달러)에 그들의 계좌를 팔고 있었다.

극찬이 이어졌다. 그리고 지메일 계정은 원하는 사람이면 누구나 사용할 수 있게  
되었다. 사생활 논쟁은 어느 정도는 사그라졌지만 완전히 사그라지지 않았다.  
2017년 초, 유럽연합은 사용자의 허가 없이 이메일을 스캔하는 것을 불가능하게  
만드는 엄격한 사생활 보호 규칙을 제안하였다.

2017년까지, 지메일은 12억 명 이상의 사람들이 사용하고 있다!

그 후 2017년 7월 구글은 더 이상 개인화된 광고를 목표로 무료 지메일 계정을  
스캔하지 않는다는 깜짝 발표를 했다. 그 변화는 당신이 본 어떤 광고도 당신의 이  
메일 내용이 아닌 당신의 계정의 사용자 설정에 근거한다는 것을 의미했다.

프로 팁: 설정에서 개인화된 광고 기능을 비 활성화할 수 있다.

만약 당신이 사기나 절도 또는 다른 범죄로 조사를 받는다면 어떤 일이 일어날까? 정부 수사관들이 당신의 이메일을 읽을 수 있어야 하는가? 구글에서는 정부의 공식 요청을 일일이 꼼꼼히 검토한다.

구글은 검토 후에 요청된 데이터를 공유할지를 결정한다.

## GOOG(구글의 트레이드마크)

2004년 8월 19일, 세르게이는 마운틴 뷰에 있는 구글플렉스에서 평소와 같이 일하기 시작했다.

건너편 뉴욕에서 래리는 아침에 일어나 평소 입던 청바지와 티셔츠가 아닌 양복과 넥타이를 꺼내 입었다. 그리고 에릭 슈미트를 비롯한 구글 임원들과 함께 아침 식사를 했다.

8월 19일은 중요한 사건이 일어났던 날이다.

아니, 당신은 워피 키드의 일기를 읽고 있는 게 아니다. 이것은 정말 있었던 일이다.

래리가 자리에 앉았을 때, 그는 실수로 크림 프라스케(Creme Fraiche)로 알려진 크림으로 가득 찬 접시 위에 앉았다. 옆친 데 덮친 격으로, 이 날은 그저 매번 먹는 아침 식사가 아니었다. 이 날은 아주 중요한 날이었다. 크림을 닦아낸 래리와 그의 팀은 구글의 IPO를 위해 세계 2위의 증권거래소인 나스닥으로 향했다.

나스닥은 전국 증권거래인협회 자동 쿼터제(Assueors Automated Quotations System)의 약자다. 나스닥은 투자자들이 주식, 특히 구글과 같은 기술 회사의 주식을 사고파는 전자 증권 거래소다.

오프닝 벨이 울리자 구글은 대중이 구매할 수 있도록 회사의 주식을 제공했다. 구글의 입찰 가격은 주당 85달러였다. 그들의 트레이드마크는 무엇이였을까? 바로 GOOG이었다.

IPO는 '신규상장'의 줄임말이다. 신규상장은 처음으로 기업이 주식을 일반인에게 구매하도록 제공하는 것이다. 주식을 살 때, 당신은 회사의 한 부분을 소유한다. 회사가 잘되고 주가가 오르면 돈을 번다. 그러나 주가가 떨어지면 손해를 본다.

주식시장이 개장하면서 주가가 주당 100.01달러까지 뛰어올랐다. 세계는 이제 구글이 웹을 사용하는 방식을 바꾸었을 뿐만 아니라 그 과정에서 많은 돈을 벌고 있다는 것을 분명히 볼 수 있었다. 실제로 올해 말까지 구글은 약 3조 7천억 원 (32억 달러) 이상을 벌어들일 것이다.

2013년 10월 구글의 주가는 주당 약 117만 원(1000달러)을 돌파했다.

8월 아침, 래리와 세르게이는 백만장자가 되었다.(모든 사람들 앞에 놓인 크림 프래그슈 접시에 앉아 하루를 시작했다면 백만장자가 될 수도 있다.)

래리와 세르게이는 구글의 많은 주식을 소유하고 있었을 뿐만 아니라 직원들도 마찬가지였다. 그날, 9백 명의 구글러는 백만장자가 되었다.



래리 페이지(가운데)와 구글 이사회, (왼쪽부터) 구글CFO 조지 리스, CEO 에릭 슈미츠, 오미드 코르데스티니, 데이비드 드러몬드, 나스닥 회장 로버트 그리필드(오른쪽에서 두 번째)  
구글 상장 기념사진 (나스닥 제공)

구글의 첫 번째 엔젤 투자자인 앤디 벡톨시임을 기억하는가? 그는 약 1억 원(10만 달러) 이상의 투자를 회수했다. 그의 주식은 이제 수억 달러의 가치가 있었다.

구글 팀이 타임스퀘어를 떠나면서, 모든 사람들이 구글 IPO 방송을 볼 수 있게 되자 래리는 그가 걸어야 할 아주 중요한 전화가 있다는 것을 깨달았다. 팀과 함께 구글의 뉴욕 지사로 가면서 래리는 그의 전화기를 꺼냈다. “엄마한테 전화해야겠

어!”라고 그가 말했다. 차에 탄 다른 사람들도 모두 전화기를 꺼냈다.

세르게이는 어땠을까? 이렇게 중요한 날, 그가 회사에 머문 이유는 다음과 같은 메시지를 보내기 위해서였다. 구글은 여전히 돌아가고 있다. 래리와 세르게이의 학교 프로젝트는 결코 돈을 쫓는 것이 아니었다.

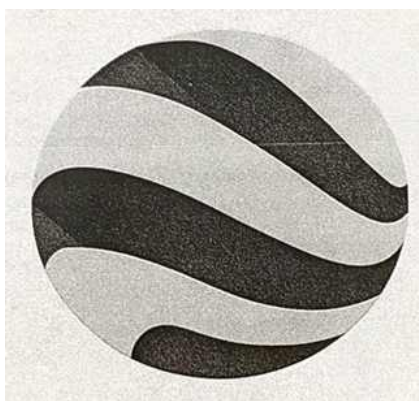
래리가 엄마와 전화통화를 마친 후, 그 역시 엔지니어들과 만나면서 다시 일터로 돌아왔다.

그 거래일이 끝날 무렵, 구글은 회사 주식을 약 1조 9천억 원(16억 7천만 달러)에 팔았다. 이 돈은 구글의 성장과 확장을 부채질할 것이다.

래리와 세르게이는 훨씬 부유해졌겠지만 래리와 세르게이는 여전히 래리와 세르게이였다. 래리가 캘리포니아로 돌아왔을 때, 래리와 세르게이는 다시 한 번 버닝맨이 열리는 네바다 사막으로 향했다.

## 구글 어스(Google Earth)

만약 당신이 당신 조상의 화석을 찾고 싶다면 조사를 한 후, 초기 인류가 살았던 곳으로 가서, 소매를 걷어붙이고, 흠을 파야 한다. 이 과정은 굉장히 오래 걸리고 당신은 많은 공을 들여야 한다. 몇 달 동안 모래, 먼지, 잔해를 털고 있어야 할지도 모른다. 그리고 그 작업은 겨우 당신의 침실 규모 정도만 조사 한 것일 수도 있다.



구글 어스 로고(구글 제공)

구글 어스에 들어가 보자.

화석 사냥꾼이자 고인류학자 리 버거(Lee Berger)는 컴퓨터 앞에 앉아 구글 어스를 열었다. 굶주린 표범, 덤벼드는 독수리와 호기심 많은 원숭이들을 마주칠 걱정 없이, 버거는 지구상에서 그가 가장 좋아하는 화석 지점이 있는 글래디스베일(Gladysvale) 동굴을 구글어스에서 찾기 시작했다.

그는 고대 원인의 작은 이빨과 파편을 찾기 위해 글래디스케일 동굴에서 20년 가까이 지냈다.

당신도 원인(原人)이다. 현대인류, 멸종된 인류, 그리고 심지어 직계 조상까지도 영장류의 원인 부족의 일원이다.

그는 현장을 잘 알고 있었고, 2000년대 초반의 많은 과학자들처럼 그곳에 남아 있는 것이 없을까 하고 생각했다. 요람 안에 더 이상의 고대 비밀은 없을까?

리 버거와 그의 화석 사냥을 위해 구글 어스는 글래디스베일 동굴의 조망경을 제공했다. 버거는 조망경의 이상한 점을 발견하고 지도화하기 시작했다.

그 후, 2008년, 버거는 아홉 살 난 아들 매튜와 한 팀의 동료들과 함께 글래디스베일 동굴로 돌아갔다.

매튜가 오래지 않아 "아빠, 내가 화석을 찾았어!"라고 소리쳤다.

실제로, 아들은 거의 2백만 년 된 원인족의 뼈대 일부를 우연히 발견했다. 그것은 놀라운 발견이었다. 구글 어스가 아니었다면 발견되지 않았을 것이다.



구글어스의 남아프리카 글래디스베일 스크린 샷



12장

풍파

래리의 가정교육과 가족만이 래리와 구글을 움직이는 원동력이 아니었다. 세르게이도 마찬가지였다. 세르게이가 공산주의 러시아에 살면서 어렸을 때 겪은 일과 부모가 겪은 일을 잊을 수가 없었다. 러시아에 사는 동안 세르게이의 가족은 국가 주도 반유대주의, 정치적 검열, 전체주의 때문에 고통을 받았다.

세르게이는 10대 때 잠깐 러시아에 살았고 그곳에서 그가 겪은 억압적인 정부의 태도 때문에 그의 가족은 촉각을 곤두세워야했다. 정부의 태도 때문에 세르게이는 몹시 화를 내며 모스크바의 경찰차에 돌맹이를 던지기도 했다. 그의 아버지가 이런 심각한 생활을 벗어나려고 노력할 때 세르게이는 가장 강렬한 말을 전했다. 아버지의 눈을 바라보며 세르게이는 “러시아에서 우리를 데리고 나가줘서 고마워요”라고 말했다.

2010년 봄, 세르게이는 그의 가족이 겪은 난민의 삶을 뉴욕 타임즈 기자에게 전했다. “그 경험은 분명히 나의 견해와 우리 회사의 견해를 형성했습니다.”

이 인터뷰는 두서없이 러시아에 대해서 이야기 한 것은 아니었다. 구글은 중국과 문제가 있었다.

중국에는 만리장성이라는 군사 방어의 경이로움과 인기 있는 관광지도 있지만 중국의 대 방화벽이라 알려진 것도 있다. 대 방화벽이 하는 일은 중국 정부는 무료 티베트에 대한 정보 검색, 정치적 시위와 같은 온라인 자료의 접근을 검열하고 제한한다.

중국 정부는 중국 내 인권 침해 문제와 그 밖의 다른 정보들을 중국 시민들이 보는 것을 원치 않았다.

2002년 중국어로 구글 검색이 가능해진 이래로 중국의 검열은 피할 수 없는 일이었다.

그러나 정부가 점점 더 많은 자료를 차단하면서, 때때로 구글 홈페이지 전체가

차단되었다. 그것은 큰 사업상의 문제였다. 2005년까지 중국은 1억 명 이상의 인터넷 사용자들의 본거지였다. 이제 구글은 허점이 많은 사이트가 됐다. 사용자 로그인할 때 마다 사이트가 다운되어 구글에 다시 로그인을 하고 싶게 만들지 않았기 때문이었다.

래리와 세르게이는 딜레마에 직면했다. 그들은 완전히 중국을 떠나거나 중국 정부와 타협하거나 두 가지 중 하나를 선택해야 했다. 이 선택이 엄청난 딜레마를 낳았다. 구글 강령은 어떻게 하고? 구글 임무는 어떻게 하고? 중국 사람들은 어떻게 하나? 사람들이 제한적으로 구글에 접속할 바에 아예 접속을 완전히 차단하는 게 나올까?

그리고 구글은 여전히 사업을 이어나가고 있었다. 그렇기 때문에 중국 시장을 포기할 수는 없었다. 결국 2006년 구글은 많은 논의를 거쳐 물리적으로 중국에 위치하는 새로운 중국어 검색을 시작했다.

구글은 중국 정부와 협의해 민주주의, 인권, 대만 등과 같은 주제에 대한 검색을 검열하기로 합의했다.

그 결정은 어려운 결정이었지만, 구글은 중국에 진출하는 것이 궁극적으로 사용자들에게 더 많은 정보에 대한 접근을 제공한다고 생각했다. 그리고 구글은 또한 사용자들이 검색한 정보가 차단되었을 때 사용자에게 통지할 수 있었다.

하지만 구글은 이런 움직임으로 인해 많은 비난을 받았다. ‘악하지 말라’는 강령이 있던 회사가 어떻게 중국 정부와 협력하고 이런 주제들을 검열할 수 있는가? 그 논쟁은 몇 년 동안 계속되었다.

그 후, 2010년 대규모 사이버 공격이 있었다. 구글의 전문가들이 정확히 무슨 일이 일어났는지 조사하기 시작하면서 무엇이 문제인지 알아냈다. 구글은 이번 공격이 중국 내부에서 발생했으며 수십 명의 중국 인권 운동가들이 작성한 이메일 계정이 해킹되었다고 믿고 있다.

구글은 더 이상 참을 수가 없었다.

이에 대응하여 세르게이와 래리는 중국 본토를 기반으로 한 검색엔진을 차단시켰다. 대신 사용자들은 구글의 홍콩에 기반을 둔 사이트로 우회하여 접속했다. 세르게이는 이 방안이 사람들에게 검열이나 필터링 되지 않은 검색 결과를 받아 볼 수 있게 할 것이라 믿었다.

효과가 있었을까? 그렇기도 하고 아니기도 했다. 중국에서 ‘천안문 사태’를 구글에 검색하면 결과가 제공되지 않았다.

하지만 검색 결과는 구글이 아닌 중국에 의해 차단되었다. 래리와 세르게이에게 그 결과는 엄청난 차이였다.

## 장벽을 부수다

당신이 운동장에서 가장 좋아하는 축구를 할 준비가 되어 있다고 상상해보라. 단지, 문제가 있다면, 당신은 그 마을, 아니 그 나라에 처음 왔고 그 나라의 언어를 전혀 모르는 상태이다. 아무도 당신의 말을 이해하지 못한다. 스페인 출신의 한 젊은 축구선수가 북아일랜드의 포트타운(Portadown)에 있는 자신의 새 구장에서 마주한 상황이 바로 이 상황이었다.

축구 연습이 한창인 운동장에서 포트타운 청소년 축구 클럽 코치는 알베르토 발데(Alberto Balde)가 운동장 옆에서 서성거리고 있는 것을 발견하고 그에게 경기를 하자고 했다. 그러나 알베르토는 코치의 말을 이해할 수 없었다. 그리고 코치는 한 단어의 스페인어만 알고 있었다. 올라(안녕).

그럼 이제 구글 번역기를 꺼내보자. 코치는 휴대전화를 꺼내 구글 번역기를 사용하기 시작했다. 이제 두 사람은 대화가 가능했다. 알베르토는 가능한 많은 기술을 배우고 훈련하며 팀에 합류했다. 구글 번역기는 모든 지시사항을 알베르토의 어머니에게 전달했다. 지역 주민들이 그가 넣은 골의 수에 대해 들었을 때, 알베르토는 돌풍의 주역이 되었다.

그리고 곧 영국의 프로 축구팀에서 파견된 임시 스카우트라는 새로운 구경꾼들이 있었다.

“작은 소통이 할 수 있는 일은 굉장히 놀라워요.” 글렌 트레이너(Glen Traynor) 코치가 말했다. “모두가 알베르토를 사랑하죠. 그는 언제나 포트타운 소년으로 기억 될 거예요. 그는 이제 우리 가족이나 다름없어요.”

트레이너는 구글이 제작한 동영상에서 알베르토와 구글 번역기에 대해 이렇게 말했다. 그 비디오는 130만 건이 넘는 조회 수를 기록하며 인기를 끌었고 영국 스포츠 전문 채널 스카이스포츠에서 비디오가 방영되기도 했다.

알베르토는 2017년 알베르토는 북 섬에 있는 작은 마을의 알베트로 팀이 원할 때 마다 그를 방문하는 것을 환영한다는 조건하에 2018~2019시즌에 맞춰 프리미어리그 미들즈브러 축구클럽에 입단하기로 합의했다.

그럼 구글은 어떻게 번역을 하고 있을까?

구글의 임무는 세계의 정보에 쉽게 접근할 수 있도록 하는 것이다. 그러나 세계의 정보는 많은 다른 언어로 나온다.

외국어를 이해하지 못하는 것은 의사소통을 원활하지 못하게 만드는 가장 큰 장벽이었다.

구글은 이 문제를 꼭 해결하고 싶었다. 프로그래밍 시간, 어휘, 정의, 규칙, 예외, 그리고 언어를 배우고 말하고 번역하는 것과 관련된 모든 지루한 이야기들과 관련된 해결책을 찾기 위해 구글 프로그래머들은 수많은 시간을 보냈다. 그리고 2006년에는 무료 온라인 번역 서비스인 구글 번역기가 처음으로 출시되었다.

첫 번째 번역은 영어와 아랍어 번역이었다.



구글 번역기의 'hello how are you' 아랍어 번역 스크린 샷

10년 전에는 5억 명 이상의 사람들이 매달 구글 번역기를 사용했다. 이해를 돕자면, 미국에는 약 3억 2천 6백만 명의 사람들이 살고 있다.

구글이 매일 얼마나 많은 단어를 다른 언어로 번역하는가? 1400억 정도의 단어를 번역하고 있다.

오늘날 구글 번역기는 당신의 폰으로 쉽게 다운로드 될 수 있다. 당신은 타자를 치거나 말하거나 사진의 텍스트를 찍어서 번역 할 수 있고, 전화 카메라를 이용하여 실시간으로 번역본을 볼 수도 있다.

실시간 이슈는 구글 번역 패턴에서 많이 나타난다. 프린스가 죽은 지 1주일 후에 ‘퍼플레인’의 번역은 놀랍게도 2만 5천 퍼센트나 증가했다.

구글은 구글 번역 어플을 갖는 것이 당신의 주머니에 통역사를 두는 것과 같다고 말한다.

다행히도 이젠 당신이 언어를 모르는 나라에서 축구팀에 가입을 하고 싶을 때 언어는 더 이상 장벽이 되지 않는다.



구글 번역기 로고(구글 제공)

13장

동사



구글 이전에 존재했던 암흑시대에 만약 당신이 누군가에게 반해서 전화번호를 물어본다면 그 사람은 당신에게 전화번호를 적은 종이 한 장을 건네줄 것이다.

시간 여행자에게 경고!! 만약 이런 일이 생긴다면, 바지 주머니 속에 그 종이를 넣지 마라. 종이는 주머니에서 빠져나와 사람들 앞에 떨어질 것이다. 그리고 사람들은 그 종이를 읽고 너를 놀릴 것이다. 또는 그 종이는 당신이 안보는 사이에 없어질 것이다. 아니면 바지랑 같이 세탁하는 불상사가 생기든가, 잉크가 없어질 것이다. 그리고 다시 그 특별한 사람과 마주치게 되면, 엄청 불편할 것이다.

스마트폰도, 문자도, 먼저 구글로 검색해보는 사전 준비도 없던 시절이 있었다. 당신에게는 아무런 정보가 없다. 심지어 당신은 유선전화로 전화를 걸어 데이트 신청을 해야 했다.(걱정하지마라. 전화를 걸어 데이트 신청을 해야 한다면 급하게 속제를 물어보는 척 하라. 그들은 깜박 속을 것이다.) 그리고 마침내 서로를 만나야만 당신은 데이트 상대의 좋아하는 색이나 스쿼럴 걸(Squirrel girl)의 팬인지 혹은 연쇄 살인범인지 아닌지를 알아 볼 수 있는 기회를 가질 수 있다.

당신은 어떤 친구들과 공통점이 있는지(페이스북은 없었다)등, 애정의 대상에 대한 정보를 알아내기 까지 이런 어색한 과정을 몇 번이나 반복을 해야만 했다. 또한 당신은 구글이 탄생되기 전까지는 확실히 그런 종류의 정보를 웹에서 찾을 수도 없었다.

구글이 인기를 얻으면서 사용자들은 사생활과 관련된 것 까지 검색하곤 했다. 사람들은 구글을 이용해서 사설탐정처럼 자신의 이름을 검색했고 그들의 비밀스러운 짝사랑, 선생님, 보스, 그리고 그들이 궁금해 하는 사람들을 검색했다.

확실히 이제 구글은 일상생활과 밀접해졌다. 사람들은 단순히 미술사 논문의 오류를 발견하기 위해서만 사용하지 않았다. 구글은 당신의 사생활을 위해 쓰이기도 했다.

그래서 사람들이 구글에 대해 말하는 방식조차 바뀌게 되었다. 왜냐하면 아무도 “이봐, 나는 우리의 새 교장 선생님이 대한 정보를 웹에 문의하기 위해 구글 검색

엔진에 접속했어.”라고 말하지 않았기 때문이다.

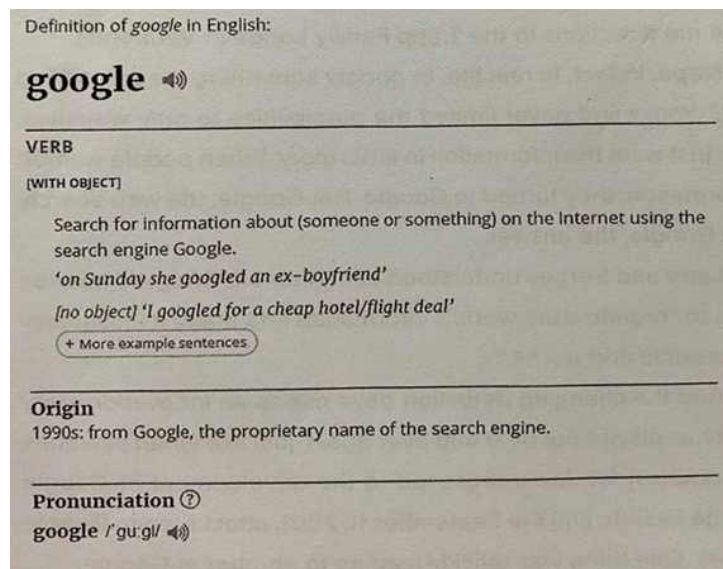
그들은 “맥기 교장선생님 정보를 구글해 봤는데, 글썄 그녀는 안내방송 중에 비서한테 실로폰 연주를 시킨다고 하네.”

래리와 세르게이의 논문은 빠르게 일상 언어의 일부가 되어가고 있었다. 사전을 쓰는 사람들은 이러한 현상을 주목했다. 영어의 수호자로서 그들은 엉터리 단어를 추가하고 싶어 하지 않는다.

그들은 그 단어가 어떻게 사용되는지 지켜보며 기다렸다. 그 단어가 일시적 유행인지 아니면 모든 사람이 같은 뜻으로 쓰는 단어가 될지를 지켜봤다. 마침내 2006년에는 어휘 관문을 통과해 공식적인 새로운 단어가 되었다.

구글이라는 명칭은 랭클렉스 밴드 에이드, 매직 마커, 지퍼처럼 브랜드가 사물 명칭이 된 회사였다. 브랜드가 일상용도 단어로 쓰이는 것을 브랜드 단어화라고 한다.

구글은 공식 동사가 되었다. 옥스퍼드 영어 사전에서 정의한 구글은 ‘구글은 검색 엔진 구글을 사용하여 인터넷에서 (어떤 사람 또는 어떤 물건)에 대한 정보를 검색한다.’는 뜻이다.



‘구글’ 옥스퍼드 사전 스크린 샷

2004년, 래리는 국립공학 아카데미에 가입했다. 그것은 엔지니어가 받을 수 있는 가장 큰 명예 중 하나이다. 래리 페이지는 31세의 나이로 선출된 최연소 회원이었다.

## 동사(플러스)

그러나 현실에서는, 그 말의 의미는 회사 자체만큼이나 빠르게 진화하고 있었다.

한번 살펴보자. “이봐, 사운드 오브 뮤직을 구글 할 수 있어?”라고 말할 때, 아무도 “구글에 사운드 오브 뮤직을 이미지나 비디오나 사운드트랙에서 나오는 노래나 관련 뉴스가 아닌 오로지 웹에서만 검색해 볼 수 있니? 아! 그리고 버몬트의 트랩 가족 산장의 길 찾기는 알려줄 생각도 하지 마!” 라는 의미로 받아들이지 않는다.

사실, 현실에서, ‘구글하다’라는 단어는 무언가를 찾아내는 것을 의미한다. 당신은 결코 그 가능성을 웹사이트에만 국한시키지 않는다. 당신은 그저 모든 정보를 원할 뿐이다. 사람들이 정보를 원할 때, 그들은 구글에 접속을 했다. 사람들은 웹 검색 구글이 아닌 답을 알려주는 구글을 원했다.

래리와 세르게이는 이 개념을 이해했다. 결국 구글의 임무는 ‘세계의 정보를 정리하여 보편적으로 접근 가능하고 유용하게 만드는 것’이었다.

그리고 그 임무의 변화는 제니퍼 로레즈의 드레스에 관한 검색을 통해 구글 이미지 검색의 발전을 이끌었고, 2001년 9월 11일 공격을 통해 구글 뉴스의 발전을 이끌었다. 하나가 다른 하나로 빠르게 이어졌다.

래리는 이렇게 표현했다. “사람들이 세상의 모든 것을 이해하려고 노력하면서 질문을 할 때, 저는 사람들을 위해 그것을 정리하려고 노력했고 사람들이 질문하는 많은 것들이 장소들에 관한 것이라는 걸 깨달았습니다.” 래리의 말에 따르면, 구글은 진실로 장소를 이해할 필요가 있다는 것을 깨달았다. 장소를 이해하고 싶을 때 무엇에 의지해야 하는가? 바로 지도이다.

구체적인 장소나 어떻게 그곳에 갈 수 있을지, 그리고 그곳에 도착하면 무엇을 기대할 수 있을지는 그들이 ‘장소’를 다루기 위해 추적해야 할 질문들 중 일부이다.

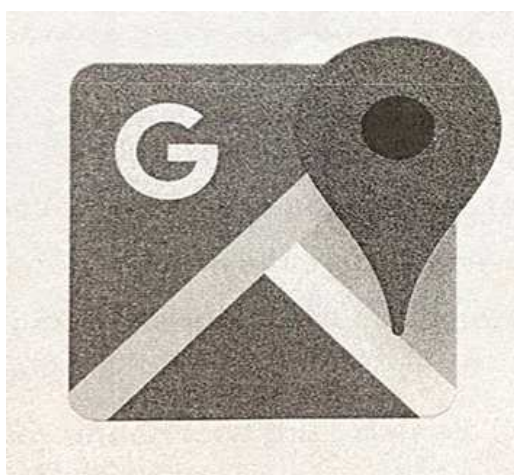
구글은 동시에 여러 방향으로 매우 빠르게 확장되고 있었다. 그리고 이것은 구글이 따르는 것에 위배되는 일이었다. 그러나 래리와 세르게이는 문제를 해결하거나 질문에 대한 답을 향상시킬 수만 있다면 언제든지 관습적인 생각을 버릴 용의가

있었다. 그리고 구글은 그 해답을 회사 밖에서 찾는 것 또한 두려워하지 않았다.

## 구글맵스(Google Maps) 이전의 삶

당신이 차를 타고 여행을 가고 있다고 상상해보자.

당신에게 재생 목록, 친한 친구, 과자, 그리고 목적지에 가는 방법 대한 인쇄된 지도 종이책을 가지고 있다. 그래. 지도 책. 인쇄된 종이. 지도. 그것들 없이는 아무 곳도 갈 수 없다. 당신이 자주 주유소에 들러서 길을 물어보고 싶지 않다면 말이다.



구글 지도 로고(구글 제공)

아니면 부모님께서 종이에 목적지로 가는 방법을 적어 놓으셨을 지도 모른다. 어느 쪽이든, 당신은 여전히 운전을 하며 지도를 보거나 친한 친구가 길잡이 역할을 해 줘야 한다.

경고: 당신의 우정은 봄비는 교차로에서 잘못 돌거나 6차선 고속도로에서 당신의 길잡이가 안내한 잘못된 출구로 나가며 패닉과 함께 사라질 수 있다. 그러니 모든 일이 망하기 전에 너는 믹스테이프에 있는 노래나 즐겨라. 종이 지도는 한계가 있었다. 우선, 당신은 매년 새 지도를 사야 했다. 지도에 반영되지 않은 새로운 도로나 폐쇄된 도로 또는 도로에 다른 변화가 있을 수 있기 때문이다.

그리고 만약 당신 차 앞에 자동차 사고가 났다면? 아니면 교통체증이 심하다면? 교통 방송을 듣기 위해 라디오를 듣는 건 꿈도 못 꾸다.

구글 지도는 사용자들을 위해 이런 문제를 해결했다. 다행히도, 세르게이는 어린 시절 부터 지도에 매료되어 있었다. 몬테소리 시절에는 세르게이는 몇 시간 동안 지도를 뒤지곤 했다. 그래서 세르게이가 키홀(Keyhole)이라는 회사에 관심을 둔 것은 놀랄 일이 아니었다.

2001년 존 한케(John Hanke)에 의해 설립된 키홀은 지리 공간 데이터 시각화 회사였다.

그렇다면 지리 공간 데이터 시각화란 무엇인가? 그 예시가 바로 지도다. 지도는 경도와 위도, 심지어 고도와 같은 데이터를 보거나 시각화하는 방법에 지나지 않는다. 일단 당신은 다양한 위치의 데이터를 가지고 있고 이 데이터 포인트들이 서로 어떻게 관련되는지, 당신은 지도를 그려서 그것을 시각화할 수 있다.

기술이 발전함에 따라 인간의 지리적 시각화 능력도 함께 발전했다. 그리고 키홀은 사용자들이 지구상의 거의 모든 장소의 위성사진을 볼 수 있게 하면서 지도를 새로운 차원으로 끌어올렸다.

어떻게 세르게이가 구글을 설득해서 그 회사를 사도록 했을까? 시연 도중, 세르게이는 키홀을 사용하여 회의에 참석한 모든 사람들의 뒷마당을 확대했다! 2004년에 구글은 키홀을 주식 약 408억 원(3천 5백만 달러)에 샀다.

존은 구글 지오팀을 이끌고 키홀의 기술을 구현하였고 2005년 초 구글맵스의 출시에 이어 그해 여름 후반에 구글 어스(Google Earth)를 공개했다.

2005년 8월, 허리케인 카트리나(Katrina)는 루이지애나와 미시시피를 강타했다. 홍수가 난 거리, 사라진 거리 표지판, 피해로 인해 모든 동네가 알아볼 수 없게 되었다. 구조대원들에게 땅의 흔적 없이 항해하는 것은 매우 어려운 일이었다. 구글 지오팀은 구글맵스와 구글어스의 출시 준비에 지친 상태였지만 그들은 그들의 새로운 기술이 생명을 구할 수 있다는 것을 깨달았다. 존과 그의 팀은 구조자들에게 8천개 이상의 사진인 허리케인과 재난 지역의 실시간 위성사진을 제공했다. 이 작업은 비상 구조대원들이 고립된 생존자들을 찾고, 재난 지역을 탐색하고, 그 동네에 절실히 필요한 구호물품 분배를 도왔다.

하지만 존의 영웅인 누군가가 구글맵스를 주목했을 때 상황은 정말 흥미로워졌다. 어느 날 오후, 존은 오랫동안 존경하고 존이 기술 쪽으로 진로를 결정하게 해줬던 스티브 잡스로부터 이메일을 받았다. 처음엔 존은 누군가 장난을 친다고 생각했다. 하지만 스티브 잡스가 다음날 아침 존을 불러들였을 때, 진짜라는 것을 깨달았다. 스티브는 존에게 구글맵스를 아이폰 기본 어플로 깔고 싶어 했다. 존은 그 거래를 성사시켰다.

구글맵스는 2007년에 구글의 두 번째로 큰 제품이 되었다. 구글맵스는 거리뷰를 추가했다. 처음에 사람들은 래리와 세르게이가 정신이 나갔다고 생각했다. 자동차 위에 카메라를 묶어서 도로마다 보내서 사진을 찍고 그 사진을 구글맵스를 통해 볼 수 있다고? 그것은 할 만한 시도였고 그들은 또 해냈다.



구글 맵스 스크린 뷰 카메라 차(Jim Henderson 제공)

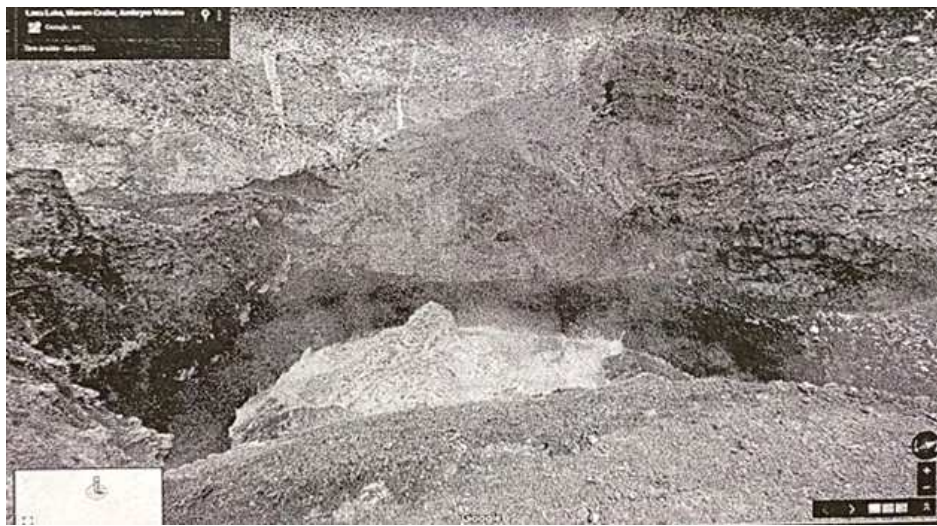
그 해에 구글은 또한 지도에 트래픽 업데이트를 추가했다. 구글맵스는 A 지점에서 B 지점까지 도보, 자전거, 버스, 지하철을 이용하여 가는 방법을 설명해준다.

당신의 친한 친구랑 같이 여행을 하며 뺑 뚧린 고속도로를 운전할 때, 지도를 볼 필요 없이 노래 부르며 운전만 하면 된다. 유일한 방해는 당신에게 차례대로 음성 방향과 경로 업데이트를 제공하는 구글일 것이다. 문제 해결!

거리뷰는 인간의 몸에 카메라를 매달고 화산 밑으로 내려가는 새롭고 뜨거운 사진을 담았다. 구글은 두 탐험가를 설득하여 1,300피트 이상 떨어진 분화구에 착륙하게 했다. 그들은 아주 뜨거운 용암을 보며 분화구 아래로 내려갔다.

탐험가 제프 맥클리(Geoff Mackley)는 “불타오르는 암석의 거대한 호수 옆에 서 있을 때 비로소 인간이 얼마나 보잘것없는 존재인가를 깨닫게 됩니다.”고 말했다.

구글에 들어가면 바누아투 섬의 일부 인 암브렘(Ambrym) 섬의 마룸(Marum) 분화구를 직접 볼 수 있다.



구글 맵스의 마룸 분화구 스크린 샷



14장

유튜브

긴 한 주후에 휴식을 취하고 싶은가? 당신이 가장 좋아하는 TV쇼를 시청하고 싶은가? 그것은 간단할 것 같지만 사실은 꽤 어려운 주문이다. 왜냐하면 당신은 금방 래리와 세르게이의 어린 시절로 돌아갔기 때문이다.

디지털 다운로드? 주문 형? 스트리밍? 1980년대 이런 것들은 미래지향적인 상상이었다. 그 당시에는 미국 텔레비전 방송국의 책임자들이 어떤 방송을 방영하고 언제 방영하는지를 결정했다. 그리고 그 당시 사람들이 볼 수 있는 채널은 몇 개밖에 없었다.

당신이 영화를 보고 싶다면 영화관으로 가야했다. 하지만 그 영화의 상영 내용, 장소, 시간, 등급은 어떻게 되는지 신문을 들여다봐야 알 수 있었다. 당신이 신문을 못 찾으면 극장에 전화를 걸어 영화 이름, 영화 시간, 영화표 가격, 가는 방법 등을 모두 거치는 극장 자동응답기에 대한 5분짜리 녹음을 들어야 했다. 당신은 끝나지 않을 것 같은 메시지를 듣다 멍 때리면 보고 싶은 영화를 가리키는 정보를 놓치고 전화를 끊고 다시 걸어야 했다. 때로는 통화중이기도 했다.

하지만 래리와 세르게이가 10살이 될 무렵, ‘가정오락’은 마침내 인기를 얻게 되었다. 그들은 VHS 플레이어와 덜 인기 있던 베타맥스(Betamax)를 통해 비디오 테이프를 볼 수 있게 되었다. 그 테이프는 엄청난 발전이었다.

만약 당신의 가족이 이 마법 상자 중 하나를 소유했다면, 두 가지 중 하나의 상황을 마주했을 것이다. 당신은 손대면 죽는다는 위협을 받았거나 쓸 줄 모르는 부모님을 대신하여 작동 방법을 숙달 해야 했을 것이다.

하지만 기다려라! 당신이 영화를 보려면 먼저 테이프가 필요하다. 즉, 당신은 동네 비디오 대여점으로 가서 테이프를 빌려와야한다. (보고 싶은 영화는 아직 대여되지 않았길 빌면서…….) 아, 그리고 지갑을 챙겨라. 그 영화를 빌리려면 돈을 내야 한다.

당신이 1983년에 있다면 영화 ‘마우스 킹과 레이더스, 잃어버린 성궤를 찾아서(The Secret of NIMP and Raiders of the Lost Ark)’를 빌려봐라.

당신에게 또 다른 선택지가 있었다. 당신은 항상 빈 테이프 한 꾸러미를 살 수 있었고 생방송으로 뭔가를 녹화할 수 있었다. 하지만 그것은 비싸고, 최고 수준의 VHS 기계가 없는 한 녹음을 하는 동안에는 채널을 변경할 수 없다. 그리고 때로는 그 테이프를 백만 번 보면 닳아서 화질이 떨어지곤 했다. 에휴.

때때로 VHS가 테이프를 먹곤 했다. 이 엉클어진 재생 불가능한 테이프는 기계에서 뽑아내야 했다. 심지어 이런일은 가끔씩 영화 중간에 일어나곤 했다.



오래된 VHS 테이프(Nicholas Buffler 제공)

요컨대, 비디오 보기는 선택이 제한적일 뿐 만 아니라 복잡해 질수도 있었다. 그것은 확실히 당신이 원하던 휴식은 아니었다.

동영상 공유는 더더욱 심했다. 카메라에 잡힌 재미있는 것을 누군가가 보길 바란다면, 당신이 사본을 만들어서 줘야만 사람들은 볼 수 있었다. (두 개의 VHS 플레이어 한 번에 돌리면 사본을 만들 수 있겠지만, 그 과정에서 동영상은 한 번 복사했던 복사본으로 품질이 나빠졌다.) 그리고 만약 당신의 친구가 다른 지역에 산다면, 당신은 동영상을 우편으로 보내야 했다. 친구가 비디오를 받긴 했을까? 앞의 상황 같은 시대는 끝났다.

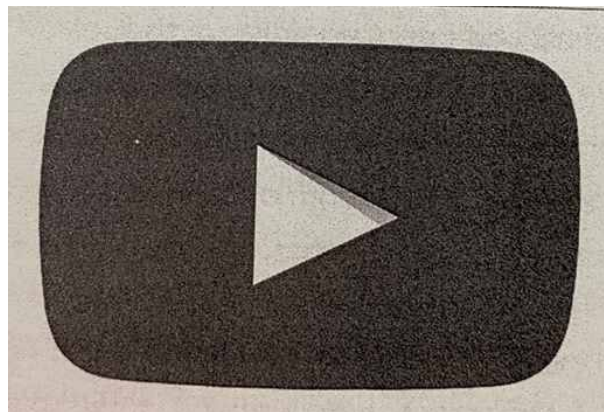
이후에 채드 헐리(Chad Hurley), 스티브 첸(Steve Chen), 자워드 카림(Jawed

Karim)이 등장한다.(약 20년 후). 그들은 캘리포니아 산 마테오(San Mateo)에 있는 피자 전문식당과 일본식당 위층에 사는 세 명의 룸메이트였다.

3인조는 방금 멋진 파티에 가서 멋진 비디오를 찍었고, 그것을 세상과 공유하기를 원했다. 그러나 먼저 그들은 공유 할 수 있는 방법을 알아내야 했다.

이 20대들은 창업이나 혁신에 낯선 사람들이 아니었다. 이베이(Ebay)가페이팔(Paypal)을 손에 넣었을 때 세 사람 모두 페이팔을 위해 일했었다. 컴퓨터 공학과 심지어 미술에 대한 배경지식과 함께, 그들은 이 모든 비디오 공유 문제를 신선하고 기술에 정통한 눈으로 접근하기 시작했다.

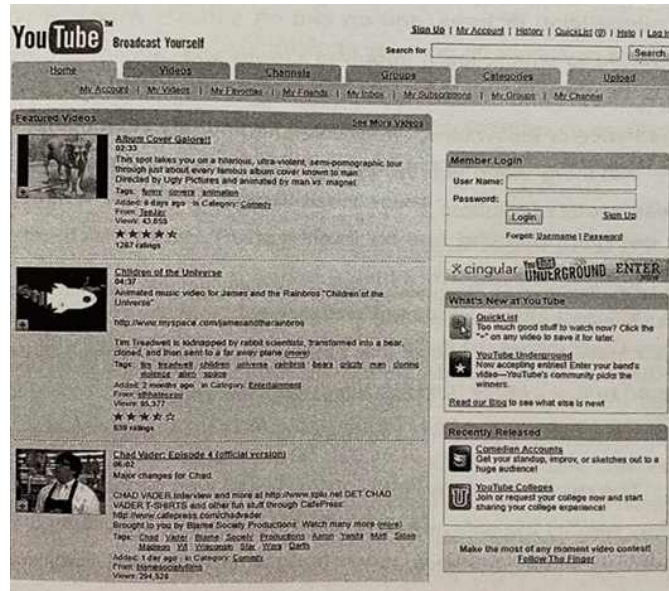
2005년 밸런타인데이에 이 모든 브레인스토밍은 유튜브를 만든 발판이 됐다. 비디오 공유 사이트의 인기는 로켓처럼 치솟았다. 그리고 소셜 미디어는 비행에 필요한 기름을 주입한 정도였다. 동영상 업로드하고, 동영상을 보고, '좋아요' 버튼을 누르거나, 댓글을 달 수 있다는 사실이 사용자들을 계속 접속하게 하고, 사용자들의 충성도를 키웠다. 당신은 단순히 동영상을 올리고 컴퓨터를 끄는 것으로 끝내지 않는다. 당신은 매일, 때로는 하루에 여러 번, 얼마나 많은 사람들이 '좋아요'를 누르고 댓글을 썼는지 보기 위해 홈페이지를 확인했다. 가끔은 댓글에 응해 주기도 했다. 이를 통해 당신은 친구나 철천지원수를 사귀었다. 유튜브는 비디오를 공유하는 것 이상의 것이었고, 비디오를 공유하는 공동체였다.



유튜브 로고(구글 제공)

가을까지 유튜브 영상들은 하루에도 수백만 번씩 시청됐다.

유튜브 첫 영상은 '동물원에 있는 나'였다. 이 19초짜리 비디오에는 샌디에이고 동물원의 공동 설립자인 자워드 카림이 등장한다. 오늘날, 그 영상은 4천 1백만 번 이상 시청됐다.



2006년 10월 유튜브 홈페이지 스크린 샷

불과 18개월 만에 사용자들은 매일 6만 5천 개의 동영상을 올렸다. 그리고 온라인에서 시청한 비디오의 절반 이상이 유튜브에서 시청되었다. 그리고 한 달에 3,400만 명의 접속자가 유튜브에 접속했다.

3,400만 명은 사우디아라비아 전체 인구나 맞먹는 숫자였다.

많은 사람들이 유튜브를 보는 이유는 단순했다. 당신은 무엇이든 볼 수 있었다. DIY(Do It Yourself) 동영상, 조용한 목소리로 책을 읽는 사람들, 토마스와의 친구들과 동영상, 비디오 게임을 하는 동영상, 깔끔하게 잘 쓰인 TV 쇼, 단편영화, 뮤지컬 공연, 화장법 지침서, 인기 있는 관광지의 안내 영상, 1985년의 기자 회견, 대학 수준의 강의, 그리고 기타 등등. 여러분이 보고, 배우고, 창조하고 업로드하고 싶은 것이 무엇이든 간에, 유튜브는 그 정보를 찾고, 청중이나 자신과 같은 팬들을 찾을

수 있는 장소가 됐다. 공동체 의식은 아무 의미가 없어졌다.

비디오를 보는 것은 더 이상 복잡하거나 제한적이지 않았다. 이것은 완전한 혁명이었다.

저스틴 비버(Justin Bieber)는 전혀 알려지지 않은 12살의 가수였다. 하지만 그는 노래하는 동영상 만들어 유튜브에 올렸다. 그렇게 해서 어셔(Usher)는 비버를 발견하고 사인을 한 다음 그를 세계적인 팝스타로 만들었다. 10년 후, 비버의 순자산은 총 약 963억 원(8천3백만 달러)가 됐고, 6천1백만 장이 넘는 음반을 팔았다.

언론은 무슨 일이 일어나고 있는지 이해하기 위해 허둥댔다. 그리고 유튜브의 인기와 잠재력을 눈치 챈 것은 그들뿐만이 아니었다. 2006년 10월, 구글은 유튜브를 1조 9천억 원(16억 5천만 달러)에 샀다.

그것은 세계의 정보를 정리하는 구글의 사명과 일치했다. 구글은 구글 비디오라는 자신만의 비디오 공유 개념을 가지고 있었지만 유튜브만큼 성공적이진 않았다. 유튜브는 시장 점유율의 절반을 차지했다. 절반이나 말이다. 게다가 유튜브는 충성심을 길러주는 사회적 요소를 가지고 있었다. 구글은 그것의 중요성을 이해하고 달려들었다.

이 거래로 유튜브는 구글의 소유이기는 했지만 여전히 별도의 회사로 여겨졌다. CEO로 1위를 차지한 것은 다름 아닌 수잔 워지키였다. 그녀의 이름이 낯익은가? 그녀는 래리와 세르게이가 구글을 처음으로 시작한 멘로 파크 창고의 집주인이었다.

오늘날 유튜브에는 10억 명 이상의 사용자가 있다. 매일 조회 수 수십억 건 중 절반 이상이 모바일 기기에서 발생한다. 그리고 초창기에 TV 방송국과 영화사 경영진이 TV화면과 영화의 대형 화면을 어떻게 하면 인터넷과 모바일의 화면에 구형할 것인가로 고군분투했지만 지금은 방송국과 영화사들은 자신들의 가진 유튜브 채널에 콘텐츠를 올리기만 하면 된다.

매 60초마다 400시간의 새로운 콘텐츠가 유튜브에 업로드 된다.

유튜브가 인기를 끌자, 수잔은 유튜브 동영상을 광고 없이 볼 수 있는 구독 서비스인 유튜브 레드를 출시했다. 이 서비스에는 스트리밍 음악, 오리지널 TV 쇼, 영화 등이 포함된다. 그리고 인터넷 연결이 제한된 지하철에서 몇 시간을 보내는 도시 거주자들은 유튜브 비디오를 다운로드하여 오프라인에서 볼 수 있다는 장점이 있다.

이제 사람들이 쉽게 동영상을 올릴 수 있는 방법이 생겼기 때문에, 시청자들도 곧 모였다. 속제가 도움이 되던, 메이크업 팁을 주던, 노래를 부르던, 자신만의 리얼리티 쇼든, 패션 조언이든 간에, 당신은 빠르게 볼 수 있었다. 그리고 일단 광고가 수입이 되자 유튜브 슈퍼스타들이 등장했다. 유튜브 슈퍼스타들은 광고비의 일부를 긁어모을 뿐만 아니라 저작권을 가지고 큰 브랜드의 대변인으로 일하며 그들의 엄청난 청중을 최대한 활용할 수 있는 다른 창의적인 방법들을 찾아냈다. 어떤 유튜브 스타들은 일 년에 수백만 달러를 번다.

그리고 2017년에 수잔은 유튜브의 또 다른 진화인 유튜브 TV를 발표했다. 이 서비스는 인터넷을 통해 생중계되는 TV 채널들을 제공했다. 그것은 방송사와 케이블 TV에 대한 직접적인 도전이었다.

광고가 알고리즘에 기초한 동영상과 자동적으로 일치할 때, 때때로 예상치 못한 일이 일어날 수 있다. 2017년 코카콜라, 아마존 닷컴, 프록터 & 갬블 같은 회사 광고주들은 얻고 싶지 않은 인종차별적이고 반유대적인 콘텐츠가 있는 사이트들과 나란히 놓여 있다는 것을 발견하면서 논란이 생겼다. 이 소식은 전 세계의 헤드라인을 장식했고, 일부 회사들은 유튜브 광고계약을 해지했다. 심지어 불매운동 이야기까지 나돌았다. 구글은 비상 체제에 돌입했다. 유튜브는 알고리즘을 수정하고 이를 막기 위해 다른 안전 검사를 추가함으로써 대형 광고주와의 관계를 회복하고 다시는 이런 일이 일어나지 않도록 조치를 취했다.

우리가 정보를 얻는 방법과 비디오를 보는 방법 그리고 우리가 보는 동영상에 대한 유튜브의 영향은 여전히 위대하다. 하지만 한 가지는 확실하다. 당신이 긴 한 주 후에 긴장을 풀며 좋아하는 비디오, TV 쇼, 유튜브 채널, 음악가 또는 인디 영

화를 보고 싶거나, 자신만의 비디오를 만들고, 업로드하고, 이런 것들을 긁어모으며 재충전을 하고 싶다면, 유튜브를 틀어라! 더 이상 1983년이 아니지 않은가?

러시아에서 그 날의 뉴스는 국영 TV에 의해 전달되며, 국가 주도라는 것은 '정부가 통제한다'는 뜻이다. 정부는 어떤 주제를 다루는지 그리고 어떻게 다루는지 결정한다. 그렇다면 수천 명의 반정부 시위대가 거리로 나섰을 때 러시아 기자들은 그에 관해 어떻게 방송 할 수 있을까? 정답은 바로 유튜브이다. 러시아의 젊은 세대(주로 10, 20대)는 자신의 이야기를 들려주고, 자체 조사를 하고, 이 보고서들을 유튜브를 통해 방송을 내보내고 있다.



## 모바일로 진출하다

2007년 애플의 첫 아이폰이 출시되었을 때, 핸드폰을 사려고 기다리는 고객들의 줄이 몇 구역이나 늘어선 경우가 많았다. 일부 팬들은 애플 매장 밖에서 밤새 야영하기도 했다. 그것은 축제였고 혁명의 시작이었다.

애플의 아이폰은 모든 것을 바꾸었다. 이전 스마트폰은 사용하기 쉽지 않았다. 이전 스마트폰은 이메일과 몇 가지 다른 기본적인 업무들에 대한 접근 정도로 밖에 사용할 수 없었다. 대부분의 모델들은 분실하기 쉬운 모바일 펜과 함께 등장했다. 그 다음은?

아이폰이 등장하며 사용자들은 인터넷에 쉽게 접속할 수 있었다. 아이폰은 세상의 정보에 대한 접근이 주머니 속에 들어있다는 것을 의미했다.

어색한 상황 하나를 살펴보자. 당신은 새로운 스타트랙 영화를 기다리며 줄을 서 있고 당신의 친구는 이렇게 말한다.

*어이, 찰리 X가 손에서 나오는 빛줄기로 널 다치게 할 수도 있어.*

하지만 찰리 X의 힘은 그의 손이 아니라 그의 심령술 능력에서 나온다는 걸 당신도 알 것이다.

*손에서 나오는 빛줄기? 이봐, 손이 아니라 뇌야. 알고 말하는 거야? 그가 고개를 숙이고 맛이 간 눈을 하면 물건들이 파괴되거나 사라졌잖아.*

*아니 무슨 소리야. 손에서 빛줄기가 나간다니깐?*

아이폰이 나오기 전이라면 이 논쟁은 오랫동안 계속되었을 것이다. 그러나 이제 당신은 핸드폰을 꺼내고 답을 찾아보려 구글에 접속한다.

아이폰은 사람들이 대화를 나누는 방식을 바꾸어 놓았다. 이제 당신이 옳았는지 틀렸는지는 쉽게 알아볼 수 있게 됐다.

그러나 그것은 또한 사람들이 이전보다 훨씬 더 많은 검색을 사용하고 있다는 것을 의미했다. 검색은 더 이상 컴퓨터 앞에 앉아서 하는 것이 아니었다. 일반적으로 당신의 핸드폰은 항상 당신과 함께 있기 때문에 어디서나 검색을 할 수 있게 됐다. 그리고 아이폰은 특히 검색을 쉽게 할 수 있도록 만들었다. 자료를 보면 알 수 있다. 아이폰 사용자가 만든 검색 질의의 수는 이전에 나온 사용하기 어려운 스

마트폰의 질의의 수에 비해 50배나 많았다.

래리는 2012년 자이체이스트(Zeitgeist) 연설에서 “세계의 모든 사람들이 이제 스마트폰을 갖게 될 것을 보니 정말 흥분됩니다.”고 말했다. “그리고 많은 사람들, 세계 대부분의 사람들에게, 스마트폰은 그들의 첫 번째 컴퓨터가 될 것입니다. 사람들이 지금 당장 스마트폰을 가지지 않았더라도 곧 가지게 될 겁니다.”

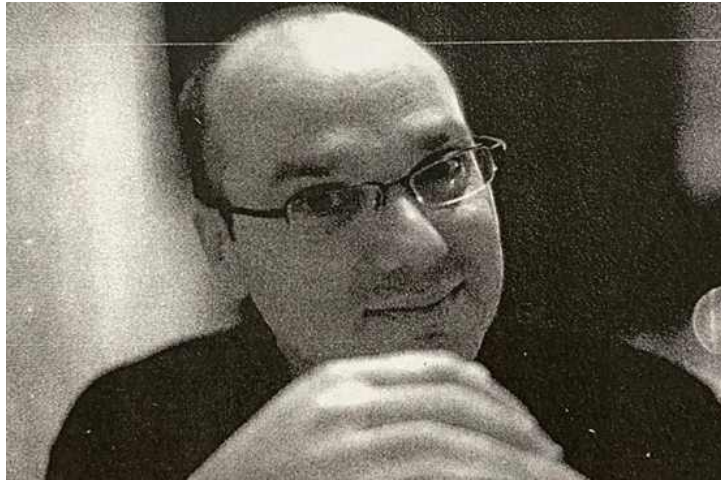
구글은 2008년에 자체 모바일 운영체제인 안드로이드를 출시했다. 이 진보된 구글의 임무는 ‘세계 정보를 조직하고 쉽게 접근할 수 있게 한다.’는 것이다. 현실을 직시하자. 만약 당신이 무언가를 검색할 필요가 있을 때마다 컴퓨터를 찾는 것은 쉽지 않았다. 그리고 사업적인 관점에서 보면, 자체적인 운영체제를 갖추는 것은 구글 어플을 사용하는 것을 훨씬 더 쉽게 만들었다.



안드로이드 로고(구글 제공)

그뿐 아니라 안드로이드는 오픈 플랫폼이었다. 이것은 사람들이 그것을 개선하기 위해 소스 코드를 수정하고 심지어 안드로이드 기반의 그들만의 맞춤형 운영 체제를 만들 수 있다는 것을 의미했다. 그것은 혁신을 이끌었고 구글 커뮤니티의 핵심 부분을 채워주었다.

래리는 2012년 '최고경영자 최근 정보지'에서 “2004년 안드로이드의 창시자인 앤디 루빈(Andy Rubin)을 처음 만났던 날이 기억납니다.”고 말했다. “앤디는 오픈 소스 운영체제에 대한 기준을 맞추는 것이 모바일 산업 전반에 혁신을 가져올 것이라고 믿었어요. 그 당시, 대부분의 사람들은 그가 미쳤다고 생각했어요. 안드로이드는 성공적이었고, 모바일 혁신의 속도는 이보다 더 빠른 적이 없었죠.”



앤디 루빈(Joi 제공)

2014년에는 10억대의 안드로이드 폰이 출하되었다. 3년도 채 지나지 않아 안드로이드 소프트웨어 활성화는 20억에 달했다!

2016년 10월 구글은 사내 스마트폰인 픽셀(Pixel)을 최초로 공개했다.

## 지도 + 게임 = 금광, 말했지? 금광이라고!

잔디 깎기로 마당 잔디를 깎고 있던 존 헨케(John Henke)는 언젠가 자신이 대기업 기술 회사에서 구글 지도와 구글 어스를 출시할 것이라고는 상상조차 할 수 없었을 것이다. 그는 소일거리를 하던 평범한 아이였다. 존은 텍사스의 작은 마을에서 가능한 한 많은 잔디밭을 가꾸며 게임기 아타리(Atari)를 살 수 있을 만큼 충분히 저축했다.

80년대 아이들은 몇 시간 동안 아타리 앞에서 몇 시간 동안 죽치고 있었는데, 80년대 전에는 오락실에서만 비디오 게임을 할 수 있었다. 물론 오락실은 놀러 다니기 좋은 곳이었지만 게임을 하려면 많은 동전이 필요했다.

존은 게임으로 만족하지 않았다. 존은 실제로 아타리 400을 코드화하는 방법을 알아냈다. 비디오 게임과 코딩에 대한 존의 열정은 쉽게 식지 않았다. 존은 그의 아타리를 코딩하고 있지 않을 때(혹은 잔디를 자르고 있지 않을 때), 마이크로컴퓨터 잡지인 바이트(Byte)에서 기사를 읽고 읽으며 몇 시간을 보냈다. 그가 매료된 이야기는 바로 애플의 이야기였다. 스티브 잡스와 스티브 워즈니악에 대해 읽으면서 존은 자신이 그 세상의 일부가 되기를 원한다는 것을 깨달았다.

대학을 다닐 때 그는 반 친구들과 최초의 3-D 멀티플레이어 온라인 롤플레이팅 게임을 개발하는 것을 도왔다. 이 게임은 메리디언(Maridian) 59라고 불렸고 존과 그의 친구들은 경영대학원을 졸업하는 날 그 회사를 팔았다. 그리고 나서 앞에서 이야기한 것처럼 존은 키홀이라는 회사를 창업했고, 이 키홀은 구글이 사들여 구글의 뒤를 잇는 구동기술이 되었다.

지도 및 구글어스를 이어 더 엄청난 것을 만들기 위해 존은 래리 페이지로부터 최고의 비밀 게임 부서를 구성하기 위한 허가를 받았다. 존은 구글 어스와 구글 맵스 뒤에 숨겨진 기술의 힘을 게임과 결합하기를 원했다.



2016년 테크 크런치 행사에 참석한 존 한케(TechCrunch 제공)

이것이 존의 진정한 열정이었다. 그는 새로운 게임 부서의 이름을 나이언틱(Niantic)이라고 지었다.

나이언틱이라는 이름은 1849년 골드러시 때 금광부들을 샌프란시스코의 실재하는 오래된 포경선의 이름에서 유래되었다. 배의 선체는 화재로 소실될 때까지 호텔로 개조되었다. 오늘날, 이 배에서 나온 유물은 샌프란시스코 해양 박물관에 전시되어 있다.

후에 구글은 나이언틱을 자회사로 삼았다.

기업 분할이란 모회사가 마치 아이를 가질 때와 같다. 몸집이 더 큰 회사가 기업 세계에서 스스로 살기 위해 더 작은 회사를 매각하거나 설립한다. 그리고 아이가 집을 나갈 때 돈이 필요한 것처럼, 새로운 회사는 돈이 필요하다. 나이언틱의 경우, 존은 벤처 투자자들에게 회사에 투자하게 할 수 있었다. 구글도 큰 투자자였다.

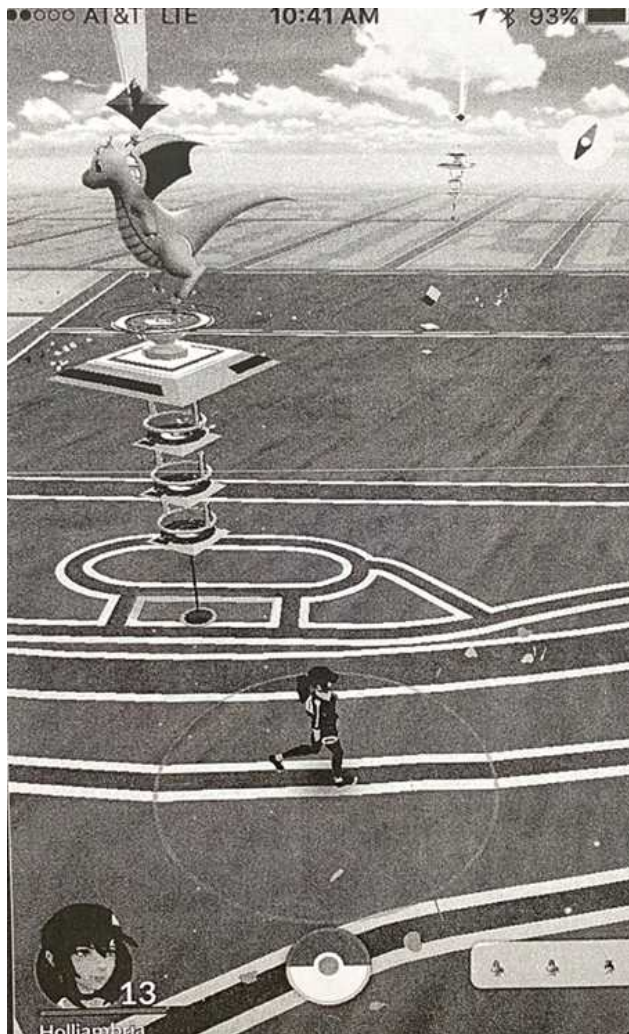
존은 구글 맵스의 다른 구글 직원인 다쓰오 노무라(Tatsuo Nomura)와 팀을 이루었다. 사실, 모든 것은 구글의 만우절 농담 중 하나로 시작되었다. 그들은 구글 포켓몬 마스터라는 제목의 잡지를 광고했다. 포켓몬 아이콘을 찾기 위해 구글 맵을 검색하고 클릭하기만 하면 된다. 그 광고는 2014년 4월에 올린 광고였다. 광고는 재밌는 해프닝이었고 진짜 게임이 아닌 단순한 장난이었다.

하지만 존에게는 장난이 아니었다. 그와 타츠오와 팀을 꾸려 닌텐도와 접촉을 했

다. 그 이후의 내용은 여러분도 알고 있을 것이다. 포켓몬고가 실제 증강현실 게임으로 출시되었다.

게이머들은 핸드폰을 응시하며 소파에서 벗어났다. 그들의 이웃집은 포켓몬 월드가 되어 있었다.

이 게임은 게이머들을 포켓몬을 잡게 할 뿐 만 아니라 세계의 이목까지 사로잡았다. 그리고 존은 나이언틱과 함께 바로 은행으로 갔다. 일부 재무 분석가들은 나이언틱이 포켓몬스터를 출시하여 약 1조 1천억 원 (10억 달러) 가까이 벌었다고 믿고 있다.



포켓몬 고 스크린 샷(포켓몬 컴퍼니 제공)

## 15장

검색을 넘어서: 이해하기 어려운 용어의 안내서

기업가, 창업자, CEO는 종종 경영학교에서 배운 마법의 주문을 되뇌는다. 여러분의 회사가 한 가지 일을 하고 정말 잘 해내도록 하라. 그것이 성공의 열쇠라고 그들은 말한다.

그러나 래리가 회사가 상장되었을 때 말했듯이, 그는 그 당시에 구글을 남들과 같은 회사로 만들 의도가 없었다. 그리고 그는 여전히 지금도 그런 회사가 되지 않으려 노력 하고 있다. 구글은 그들이 회사를 운영하고 성장시키는 방식에서 다시 한 번 현상유지에 도전하고 있었다.

래리는 인터뷰에서 “창업을 하려면 한 가지 일에만 몰두하다가 다른 일은 아예 하지 못하죠. 하지만 대기업은 약간 다릅니다.” 라고 언급했다.

그리고 창업프로젝트로서 구글은 검색으로 엄청나게 성공 했다. 구글은 검색이라는 개념을 새로 만들어내고 다른 것과 관련짓고 그로부터 이익을 창출했다. 그러나 그 회사는 다른 많은 일들도 하고 있었다. 뿐만 아니라 구글은 실패에 대한 관용도 높았다. 그 회사는 당신이 무엇이든 시도해보아야 한다고 장려했고 카메라를 자동차 꼭대기에 매달고 거리를 촬영하는 것과 같은 말도 안 되는 생각들을 탐구해야 한다고 믿었다. 만약 이 프로젝트들 중 몇 개만 성공한다면, 그것들은 가치가 있었다.

“우리에게 기술을 널리 사용하여 세계에 영향을 미치고 성공적인 사업을 할 수 있는 많은 기회들이 있습니다. 우리는 우리 회사에 잘 맞는 곳에 투자하려고 합니다. 그리고 그것은 많은 기회가 될 수는 있지만 그들 중 몇 명만이 보상을 받을 수 있습니다.”고 세르게이가 설명했다.

하지만 구글은 무작위로 프로젝트나 아이디어를 선택하지 않았다. 래리는 프로젝트가 구글의 시간, 관심, 돈에 가치가 있는지를 알아보는 재미있는 테스트를 만들었다. 일명 칫솔 테스트라고 불리는 테스트이다.

생각해봐라

더러운 이빨? 문제가 있다.

숨결이 끈적거리? 문제가 있다.



칫솔? 문제를 해결하는 유용한 제품.

마지막으로, 이 문제의 또 다른 핵심은 '당신은 얼마나 자주 칫솔을 사용하나?'이다. 보통 사람들은 칫솔을 하루에 두 번 사용한다.(적. 어. 도. 두 번이다.) 그렇다면 칫솔만큼 유용한 어떤 다른 제품이 개발되어야 할까? 더러운 이빨과 악취가 나는 입 냄새만큼 자주 발생하는 다른 어떤 문제들이 해결되어야 하는가? 래리 방식에서 생각해보면, 만약 당신이 그 문제들을 해결한다면, 당신은 실제로 사용자의 삶을 개선시킬 것이다. 이 문제는 모두 사용자에 대한 그 핵심 신념과 관련 있다. 래리에게 있어 사용자는 최우선 순위이었다.

아기들로 가득한 보육원처럼 구글은 아이디어 인큐베이터였다. 구글의 임무는 혁신과 큰 모험을 요구했다. 그리고 이러한 생각들 중 많은 것들이 창업 안에서 창업이 되었다. 구글은 그들을 구글렛(Googlettes)이라 불렀다.

운 좋게도, 구글러에게는 칫솔 테스트에 맞는 많은 문제들을 가지고 있다. 그리고 우리에게 다행히도, 구글은 그것들을 어떻게 해결할지에 대해 많은 아이디어를 가지고 있다.

그리고 이러한 문제들 중 많은 것은 검색과 어떠한 관련도 없었다.

그것은 구글에게 또 다른 사명이 되었다. 그것은 바로 사용자의 경험을 향상 시키는 것이었다.

예를 들어, 그룹 쓰기 프로젝트를 진행 중인데 문서를 만들고 편집하는 웹 기반 방법이 필요한가? 구글 문서(Google Docs)를 사용해봐라.

완벽한 프로필 사진을 찾기 위해 사진을 저장하고 쉽게 검색할 필요가 있는가? 구글 사진(Google Photos)을 사용해봐라.

당신의 일상 스케줄, 예를 들어, 언제 어디에 있을지, 축구 연습은 언제인지 '오딧세이 오브 더 마인드(Odyssey of the Mind)'를 언제 볼 수 있는지, 학교 방학 날이 언제 인지 알고 싶은가? 구글 캘린더(Google Calendar)를 사용해봐라.

여러분의 마음을 읽고 여러분이 알아야 할 것을 말해줄 누군가가 필요한가?(더 이상 엄마에게 부탁을 하지 못할 만큼 나이를 먹은 당신을 위해) 구글 나우(Google Now)를 사용해봐라!

엄밀히 말하면, 당신의 마음을 읽지는 못하지만 당신이 공항에 있다면 3초 내에 원하는 탑승권 가질 수 있는 정보를 줄 수 있다.

엄마 아빠한테 돈을 받아야 하나? 구글 월렛(Google Wallet)을 사용해봐라.

구글 브라우저로 웹 서핑을 하고 싶은가? 구글 크롬(Google Chrome)을 사용해봐라.

그 밖에, 크롬북(Chromebook), 크롬캐스트(Chromecast), 스마트 시계, 전화기를 출시한 하드웨어 파트너 등 많은 것을 구글을 통해 할 수 있다.

곧 사람들은 래리 페이지에게 그가 어떻게 정확히 회사를 정의할 것인지를 묻기 시작했다. 구글은 무엇인가? 이 모든 구글 제품들의 공통점은 무엇인가? 무엇이 그 회사를 하나로 묶었는가?

래리는 회사의 틀을 이렇게 설명했다. 구글은 항상 하던 것처럼 데이터를 확보하고 사용자를 위해 다음에 해결해야 할 문제의 징후를 찾아낸다.

그 ‘다음’의 일부는 전 세계에서 들은 발표와 관련이 있다. 2011년 1월, 래리는 에릭 슈미트가 CEO에서 물러날 것이라고 전 세계에 말했다. 그의 후임으로 래리는 회사를 통솔할 준비가 되어있었다.

새로운 경영 구조는 CEO 래리, 사장 세르게이, 전무이사 에릭으로 구성 되었다.

래리 회장은 당시 “이만큼 강력한 창립자들이 깊이 개입하고 여전히 사업을 훌륭하게 운영할 수 있는 CEO는 세상에 없었습니다.”고 말했다. “에릭은 훌륭한 지도자였고 저는 에릭으로부터 엄청난 것을 배웠습니다.”

에릭의 한 번의 트윗으로, 에릭은 래리가 이끌 준비가 되었다고 말했다. ‘래리는 더 이상 부모의 감시는 필요 없는 사람이 되었다!!’

세르게이는 그가 절대적으로 사랑했던 새로운 제품의 혁신에 그의 에너지를 다시 쏟을 수 있었다.

거대한 기술 혁신과 발전, 그리고 경영 구조 조정으로, 그 단계가 마련되었다. 하지만 이 행동은 단순히 검색이나 구글에 관한 것이 아니었다. 이 행동은 그보다 훨씬 더 큰 것에 관한 것이었다.

## 알파벳을 나타내는 A

설립된 지 20년도 채 안 된 구글은 구글 내의 아이디어를 육성하는 데 그치지 않고, 흥미로운 아이디어로 스타트업을 사들이고, 다른 사람들에게 투자하고, 회사를 인수하고, 구글을 졸업하고 새로운 회사로 독립할 준비가 되어 있는 내부 프로젝트를 진행 중에 있었다.

래리와 세르게이는 계속 한계를 초월하고 싶었다. 그들은 구글이 더 많은 문제들과 더 큰 도전을 하길 원했고 결코 관습적이지 않았다. 그들에게는 흥미진진했다. 하지만 그들에게 필요한 것은 부모였다. 부모라니, 또?

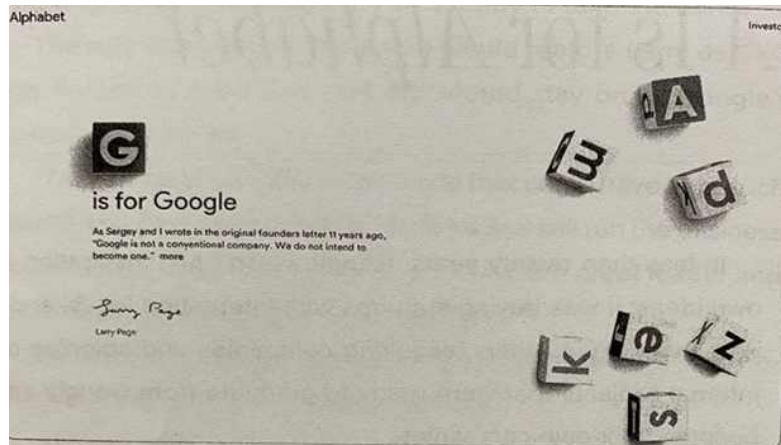
걱정 마라. 그들이 말하는 부모는 부모의 감독이 아닌 모회사를 말하는 것이었으니깐.

모기업 지주회사는 경영, 정책, 방향 등을 통제할 수 있는 충분한 주식을 다른 회사에 소유하고 있는 회사 유형이다. 상부가 있는 회사들의 집합체라고 생각할 수 있다. 이것은 관련이 없는 제품, 서비스 또는 프로젝트에 종사하는 회사를 조직하는 중요한 방법이 될 수 있다. 많은 경우에 그것은 모회사가 장기적인 목표에 집중하는 것을 허락하는 반면, 개별 회사들은 그들 자신의 CEO들이 일상적인 문제에 대해 걱정하도록 한다.

세르게이는 그 이름을 생각해 냈다.

그리고 래리가 발표를 했다.

2015년 8월 15일, 구글은 알파벳(Alphabet)이라는 모회사의 일원이 되었다. 알파벳은 같은 상위 기업에 있는 회사들의 집합체였다. 구글은 여전히 유튜브와 다른 인터넷 기반 제품들을 감독할 것이다. 하지만 구글이 개발하거나 인수한 유형의 프로젝트는 이뿐만이 아니었다.



알파벳 홈페이지 스크린 샷

래리는 회사의 몇몇 프로젝트들이 주요 인터넷 제품들과 꽤나 상관없는 것임을 알고 있었다. 실제로 구글의 엔지니어, 과학자, 그리고 대 사상가들은 인터넷 검색과는 아무 관련이 없는 것으로 보이는 우주여행, 건강, 심지어 영원한 생명과 같은 큰 문제들로 엄청난 생각들로 고심하고 있었다.

래리는 인터뷰에서 “컴퓨터에서 얻는 실제 지식의 양과 컴퓨터를 이용하는 시간의 양이 비교하면 여전히 발전이 필요한 상황이에요.”고 설명했다. “그래서 우리는 그 문제를 해결하려고 노력해야 해요. 그리고 우리가 하고 있는 대부분의 일들은 그런 맥락에서 일리가 있어요.”

예를 들어, 무엇이 더 효율적일까? 학교까지 길을 알려주는 지도가 효율적일까, 아니면 당신이 시험공부를 하는 동안 알아서 당신을 데려다주는 차가 효율적일까?

뭐가 나올까? 화산의 종류에 대해 읽는 것이 나올까 아니면 가상현실 헤드셋을 착용하고 화산에 직접 들어 가보는 것이 나올까?

그리고 만약 당신이 인터넷을 쓸 수 없는 나라에 있다면 과연 인터넷이 쓸모가 있을까? 알파벳은 미래를 향해 나아가고 있었다. 그리고 이 조직 개편은 투자자들, 직원들, 그리고 대중들에게 명확성을 제공했다.

래리는 알파벳의 CEO가 되었다. 세르게이는 회장 역할을 맡았다. 그리고 2004년 구글에 취업한 구글러 선다르 피샤이 구글의 새로운 CEO가 될 것이다.

선다르의 지휘 아래, 구글은 유튜브, 검색, 이미지, 지도 등과 같은 모든 인터넷 기반 제품들과 이러한 제품들을 지원하는 모든 기술적 틀에 초점을 맞출 것이다.

선다르 픽샤이: “제가 구글과 인터넷에 흥미를 가지게 된 것은 구글과 인터넷은 누구에게나 훌륭한 동등함을 선사 할 수 있는 훌륭한 기술이 될 수 있다는 점입니다. 그래서 저는 구글 검색이 누구에게나 동등하단 사실에 항상 충격을 받아왔었죠. 당신이 시골 아이든 스탠포드나 하버드의 교수든 동등하단 얘기입니다.” 선다르는 그런 일이 계속되기를 계획하고 있다.

알파벳을 만든 다른 회사들은 그들의 특정한 문제, 해결책, 제품에 초점을 맞출 수 있다. 그들의 임무는 스마트 홈 제품 제작에서부터 건강관리 문제 해결, 금융 투자 또는 빅 기술 혁신에 이르기까지 다양했다.

래리는 필요에 따라 구체적인 프로젝트에 몰두하면서 전반적인 사업에 집중할 수 있었다. 세르게이는 구글의 도전을 우선순위 맨 위에 올려놓는 특별 프로젝트 책임자 역할도 맡았다.

용어 알람! 실제로 알파벳을 알파벳이라고 부르는 사람은 거의 없다. 대부분의 사람들은, 아마 당신조차도, 여전히 그것을 구글이 앞으로 시행하고, 되고 싶어 하는 모든 것을 알파벳이라 부를 것이다.

## (거의) 불가능한 코드 도전과제

이 이야기는 실제로 거의 일어나지 않는 일이지만 아프리카와 전 세계에 자랑스럽게 들려줄 수 있는 이야기다. 이야기는 열일곱 살의 지 콜린 박(Nji Collins Gbah)이 카메룬에 있는 그의 고등학교 교실에 앉아 있었을 때 시작되었다. 초청 연사반 학생들에게 구글 코드인(Google code-in) 연설을 하고 있었다. 구글코드인은 13세에서 17세 사이의 학생들이 일련의 어려운 오픈소스 코딩 과제를 완성하는 대회다. 작업량은 몇 달 동안 해야 할 만큼 많았고, 어떤 일은 완료하는 데 일주일 내내 걸렸다.

지는 이미 코딩에 사로잡혀 있었다. 그는 코딩에 관한 도서관 책을 가능한 많이 읽었고 정부가 정기적으로 인터넷을 차단했음에도 불구하고 온라인에서 더 많은 정보를 검색했다.

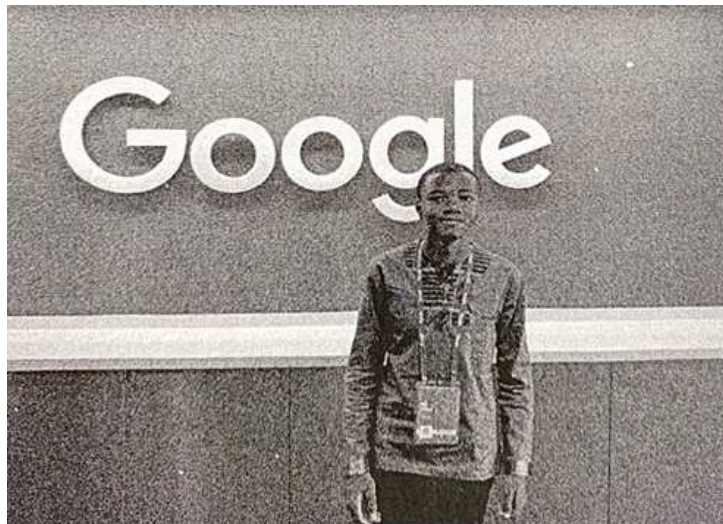
힘든 상황에서도 지는 포기하지 않았다. 그는 코딩하는 법을 스스로 배우고 지역 멘토들과 함께 작업하며 자주 아버지의 낡은 컴퓨터 앞을 떠나지 않았다. 처음에, 지의 아빠는 아들이 공부에 집중하는 대신에 인터넷에서 게임을 하는 것을 걱정하며 화를 냈다. 어떨 때는, 지의 아빠는 컴퓨터를 빼앗기도 했다.

하지만 이런 장애물에도 불구하고 지는 작품의 양과 질 둘 다 중요하다는 것을 알고 있었고 또한 경연대회 코딩 과제 20개를 완수할 수 있는 방법을 찾고 있었다. 그는 또한 언젠가 인터넷 정전이 일어날 수 있다는 압박감을 가지고 있었다. 그럼에도 결국 지는 해냈다. 그는 마지막 과제를 제출하고, 결과 발표를 초조하게 기다리기 시작했다. 하지만 다음날 아침, 인터넷이 끊겨버렸다. 지는 코딩사이트에 접속도 이메일 확인도 할 수 없었다.

그래서 7시간 떨어진 곳에 사는 인터넷을 가진 사촌을 방문했다. 그러나 지가 그곳에 도착했을 때는 이미 모두 결과를 알고 있었다. 지의 과제는 훌륭했을 뿐만 아니라 그는 미국 캘리포니아주 마운틴뷰 구글 본사를 방문해 대상을 받고 구글의 엔지니어들을 만날 기회를 얻었다. 국제 언론은 지를 인터뷰하기 위해 그에게 전화 걸기 시작했다. 왜냐하면 그는 대상 수상자였을 뿐만 아니라 아프리카에서 최초로 상을 받은 학생이었기 때문이다.

그리고 그의 텔레비전 인터뷰에서 그의 아버지는 그의 옆에 서서 기뻐했다. 그의 아버지는 아들이 얼마나 자랑스러운지 말하면서도 컴퓨터를 빼앗아 간 것을 약간은 후회하고 있었다.

2016년 구글 코드인은 62개국에서 1,300명의 학생들을 유치했다.



지 콜린(<http://goo.gl/VbnosB>)

## 3부

불가능한 목표+시도(+/-성공)=도전



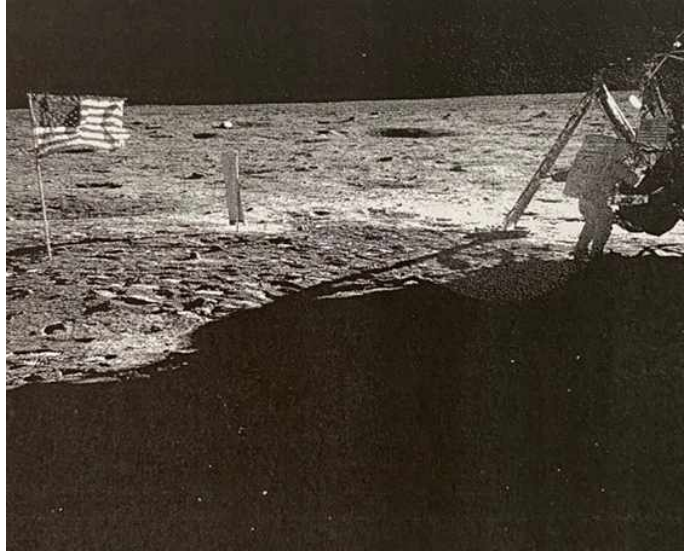
## 16장

불가능한 것을 무시하는 건전한 도전 정신

당신은 미래를 여행하고 싶은가? 구글의 연구와 개발 프로젝트는 우리가 앞으로의 일을 엿볼 수 있도록 해준다. 만약 당신이 자율 주행 차와 날 수 있는 자동차들로 가득 찬 세상, 또는 당신의 옷까지도 인터넷에 연결되어 있는 세상을 알고 싶지 않다면 책을 그만 읽어라. 당장 이 책을 내려놔라.

래리와 세르게이는 미래를 상상하며 많은 시간을 보낸다. 그들에게 이러한 상상은 백일몽이 아니다. 대신에 래리의 미래지향적인 관심은 다음과 같은 하나의 심각한 질문으로 귀결된다. ‘미래는 정말로 어떻게 될 것이며 우리는 미래를 어떻게 창조할 것인가?’

1961년 5월 25일 존 F. 케네디(John F. Kennedy)는 미국 의회 앞에 섰다. 그 당시, 인간의 발은 오직 하나의 천체, 즉 지구 위에만 서 있었다. 한 연설에서, 케네디는 달에 사람을 보내는 도전을 받아들였다. 그는 시민, 지도자, 과학자, 수학자, 그리고 대 사상가들에게 인간을 달에 착륙시키는 데 필요한 기술과 아이디어를 개발하라고 요구했다. 그리고 그의 도전은 9년 안에 성공해야만 했다. 이 연설은 당신이 가진 모든 것을 가지고 불가능한 것에 도달을 나타내는 '문샷(Moonshot)'이라는 용어의 사용을 대중화시켰다. 연설이 있는 지 8년 후, 미국 우주비행사 닐 암스트롱은 달에 첫발을 내디뎠다.



달 위의 닐 암스트롱(나사 제공)

그것이 바로 구글 알파벳이 문샷에 헌신하는 이유이다. 구글 X라고 알려진 이 프로젝트는 불가능한 꿈, 고상한 목표, 그리고 성취할 수 없을 것 같은 생각과 함께 매일 작업 중이다. 그들은 많은 사람들에게 영향을 미치는 거대한 문제들에 초점을 맞추으로써 자신들을 문샷 공장이라고 부른다. 그리고 나서, 문제를 해결하기 위한 기술이 존재하지 않는다면, 구글 X는 필요한 기술을 발명하기 위해 노력한다.

세르게이는 X 실험실이 운용되는 방법을 설명했다. “우리는 바이트가 아닌 원자에 초점을 맞춥니다. 우리가 하는 일은 많은 소프트웨어를 포함하고 있지만 그 일은 자동차, 풍선과 같은 핵심 비 소프트웨어 구성요소도 가지고 있습니다. 우리는 날 수 있는 풍력 터빈을 가지고 있어요. 그리고 이 모든 것들은 상당히 물리적인 것이고, 다 계획에 의한 것입니다.”

X는 ‘만약’이라는 땅이다. 연구자, 엔지니어, 기업가, 과학자, 심지어 인턴들도 기후 변화, 세계 인터넷 접속, 그리고 (피자부터 배터리까지) 제품 전달과 같은 문제를 어떻게 해결할지에 대한 상상초월의 아이디어를 생각해낸다. 그것들을 해결하기 위한 많은 아이디어들은 베스트셀러 공상 과학 소설에 나올 법한 아이디어들이

지만, 과학이라는 단어에 중점을 두고 있다. 그 문제를 해결하기 위해 과학이 어떻게 적용되거나 개발될 수 있을까? 구글은 어떤 연구가 필요할까? 회사의 다른 부분들도 도울 수 있을까?

X 연구실은 이와같은 큰 도박을 하는 곳이다. 그리고 직원들은 실패에 대해 걱정하지 않는다. 사실, 그들은 실패를 받아들인다. 왜냐하면 세르게이와 래리는 당신이 결코 완전히 실패할 수 없다고 믿기 때문이다.

당신이 자전거 타는 법을 배웠을 때를 생각해 보라. 훈련용 바퀴 없이 처음 페달을 밟았을 때, 멀리가지 않아 곧 넘어졌을 것이다. 그러나 당신이 넘어진다고 완전한 실패는 아니다. 당신의 몸은 페달을 밟고 균형을 잡는 법을 알아가고 있다. 물론 핸들은 엉망으로 잡고 있지만, 적어도 다음 시도 동안 무엇을 고쳐야 할 지 알고 있다. 혹은 그 충들로 인해 여러분에게 이런 문제들을 해결할 로봇을 만들게끔 영감을 주었을 수도 있다. 만약에 말이다. 만약 해결책을 위한 아이디어가 당신의 마음에 의해서만 제한되고, 그것조차도 제한되지 않는다면 어떻게 될까? 이것이 바로 문제에 대한 X의 사고방식이다.

래리는 한 인터뷰에서 “여러분들은 조금 어리석게 보이더라도 목표는 크게 세우세요..”고 설명했다. “‘불가능을 무시하는 건전한 도전정신’라는 말이 있죠. 정말 좋은 말이에요. 당신은 대부분의 사람들이 하지 않을 일을 하도록 시도해야 합니다.”

## 브레인

래리가 어릴 때 그의 부모님은 여행하길 좋아했다. 운 좋게도, 형과 래리는 부모님을 종종 따라다녔다. 꽤 평범하게 들리는가? 딱히 그렇지도 않다. 1981년, 페이지 가족은 차를 타고, 평범하지 않은 어디론 가로 향하고 있었다. 그들은 해변이나 숲이 아닌 인공 지능에 관한 국제 합동 회의에 참가하기 위해 캐나다 밴쿠버로 갔다.

그들이 전시장으로 향할 때, 래리는 로봇으로 가득 찬 홀에 들어가고 싶어 안달이 났었다. 전시장으로 들어가기 바로 한 발짝을 남겨두고 페이지 가족은 래리는 들어갈 수 없다고 설명하는 보안요원을 맞닥뜨렸다. 보안요원은 16세 미만의 청소년은 들어갈 수 없다고 말했다. 그 먼 길을 달려와 엄청난 기대에 부푼 소년에게 겨우 규칙 때문에 들어 갈 수 없다니?

래리의 아버지는 전통적인 사고에 도전하도록 가르치곤 했다. 이 상황은 부모님이 래리에게 보여줄 수 있는 좋은 사례였다. 인공 지능 전문가였던 아버지는 전통적인 사고를 가지고 있지 않았다. 래리는 그의 아버지가 경비원에게 소리 지르며 거절을 거절하는 모습을 생생히 기억한다. 말할 필요도 없이, 래리는 로봇을 보러 들어 갈 수 있었다.

장거리 자동차 여행 알람! 이 회의는 여전히 열리고 있다. 매년 회의는 스웨덴 스톡홀름과 태국 방콕 그리고 중국 베이징과 같은 전 세계의 흥미로운 도시에서 열린다.

그 회의의 연구자들 사이의 논쟁을 상상해보자. 만약 기계가 인간의 뇌처럼 작동할 수 있다면 어떨까? 만약 기계가 인간의 뇌와 같은 방식으로 학습할 수 있다면 어떨까?

만약 당신이 컴퓨터와 사람에게 같은 질문을 했다면, 당신은 어떤 대답이 컴퓨터에서 나왔는지 인간에게서 나왔는지 알 수 있을까? 컴퓨터 대 사람에 의해 생성된 답을 결정하는 과정을 튜링 테스트라고 한다. 1950년에 이 개념을 개발한 최초의 사람은 AI 연구원 앨런 튜링인데, 이 사람의 이름을 딴 것이다.

내 말은, 사실을 터 놓고 말하자면 당신은 걷는 법을 배웠을 때도 방법을 알아내는 데는 많은 시행착오가 필요했다. 먼저, 몇 번이나 얼굴이 바닥으로 떨어지며 굴러 넘어지다 소파 같은 것을 붙들고 걷는다. 당신은 고양이가 걷는 것을 배우는데 큰 도움이 안 된다는 걸 배울 것이다. 그리고 당신은 넘어지고, 넘어지고, 울고, 다시 시도하면서 결국엔 해낸다.

이것이 바로 인간이 무언가를 배우는 방법이다. 세심한 연구와 시행착오가 뒤섞여있다(그리고 더 많은 시행착오가 있다). 기계가 이런 방법으로 배울 수 있을까? 초인적인 지능이 어떻게 유용할까?

80년대에는 누구도 이런 생각을 하지 못했다. 그것을 시도할 수 있는 컴퓨팅 능력 또한 존재하지 않았다. 그러나 약 30년 후, X 연구소의 비밀 부서에서, 컴퓨터 과학자들이 이 문제를 해결하려고 시도하고 있었다. 그들의 프로젝트는 구글 브레인이라고 불렸다. 그들은 세르게이와 종이 클립을 맞출 만큼 너무 가까이 있었다. 물론 그들은 실제로 클립을 던지지는 않았다.

구글 브레인의 원래 이름은 인공지능 선구자 마빈 민스키(Marvin Minsky)의 이름을 딴 프로젝트 마빈이었다.

세르게이는 2017년 다보스 세계경제포럼(WEF)에서 “솔직하게 말하자면 저는 이 프로젝트에 별로 흥미가 없었습니다.”고 설명했다. 그는 “1990년대에 컴퓨터 과학자로 교육을 받은 모든 사람들은 인공지능이 효과가 없다는 것을 알고 있었죠. 사람들은 신경망을 이용하여 시도 해보았지만 어느 누구도 성공하지 못했죠.”

신경망? 세르게이는 신경망을 언급하고 있었다. 아이디어의 전반적인 내용은 인간의 뇌 구조를 흉내를 내는 것이다. 우리의 뇌는 수십억 개의 뉴런으로 이루어진 전기 시스템이다. 신경세포는 다른 세포에 정보를 전달하는 중요한 일을 한다. 신

경세포는 전기와 화학 신호를 통해 정보를 전달한다. 또한 신경망이라 불리는 그들만의 네트워크를 가지고 있다.

인간 두뇌의 설계에 영감을 받아 프로젝트 팀은 디지털 신경망을 실험하기 시작했다.

구글 번역은 10년 동안 기술자들이 언어를 번역하는 데 필요한 코드를 쓴 결과였다. 하지만 2016년 구글 번역기가 인공지능-기반 프로그램으로 전환되면서 그 진전은 순식간에 일어났다. 그렇게 갑자기 10년간 일했던 엔지니어들의 성취는 하룻밤 사이에 추월당했다. 사용자들은 이제 더 빠르고 더 원어민 같이 정확하게 말할 수 있다.

세르게이는 다음에 무슨 일이 일어났는지 말하며 미소를 지었다. “우리의 최고 컴퓨터 과학자 중 한 명인 제프 딘(Jeff Dean)은 주기적으로 나를 찾아와 ‘보세요, 컴퓨터가 고양이 사진을 만들었어요.’라고 말하곤 했어요. 그리고 저는 ‘그래 좋네, 좋아, 제프. 이제 가서 일이나 해라. 제발.’라고 말했었죠. 그리고 몇 년 전부터 지금까지 브레인은 아마도 검색부터 사진, 광고, 우리가 하는 모든 것에 이르기까지 우리의 모든 주요 프로젝트들을 다루게 될 것입니다.”

오늘날 그 분야에서 가장 재능 있는 졸업생을 뽑기 위한 대회가 진행되고 있다. 구글은 캐나다에서 강력한 인공지능 연구 프로그램인 새로운 알랩스(AL labs)에 자금을 지원하고 있다. 알랩스는 대학과도 협력을 하고 있다.

래리 반응은 어땠을까? “이런 인공지능이 당신의 스케줄을 관리한다고 생각해보세요.”라며 말했다. “우리는 단지 시작단계에 와 있을 뿐이고 그게 바로 제가 흥분되는 부분입니다.”

그래, 나도! 지리와 탄소 발자국, 비용을 고려한 효율적인 스케줄을 짜고 싶다! 아, 그리고 인공지능이 나의 건강을 체크할 수 있을까? 내가 잊어버린 게 있었나? 저녁식사는? 잠깐 내가 뭐 잊은 게 있었나? 브레인, 말해줄래?

2016년 11월, 구글 연구원들은 뇌가 실명 당뇨병 망막증으로 이어지는 일종의 의학적 상태를 발견을 미국 의학 협회지 논문을 통해 발표했다. 브레인 박사는 눈의 영상을 분석해 정확도 90%로 병을 검출했다. 뇌는 또한 연구 실험에서 유방암 세포를 성공적으로 감지하고 있다. 이러한 돌파구가 진단 속도를 높이고 의사들이 환자 치료와 치료에 도움을 줄 수 있을까? 이 기술이 약이나 의사, 또는 테스트가 거의 없거나 전혀 없는 나라 지역의 의료에 혁명을 일으킬 수 있을까? 아직 확정된 것은 없지만 적극적으로 조사되고 있다.

한 컨퍼런스의 연단에서 세르게이는 진전에 대해 이야기하면서 “언젠가는 우리가 이성적으로 생각하고 우리보다 더 잘 할 수 있는 기계를 만들 수 있을 것이라고 가정해야 합니다.”라고 발표했다.

2014년 구글은 런던에 본사를 둔 인공지능 기업 딥마인드(DeepMind)를 인수했다. 이 회사는 손으로 눈을 조정할 수 있는 컴퓨터를 만들어 엄청난 도약을 이룩했다.

그리고 그것을 증명하기 위한 첫 번째 시험 중 하나는 옛날 아타리 게임을 하는 것이다. (모든 길은 아타리로 이어진다. 그게 진리다.) 그래서 만약 당신이 지루하다면 딥마인드의 컴퓨터에 풍이나 스페이스 인버더 게임으로 도전할 수 있다. 스포일러 경보: 너는 컴퓨터에게 크게 질 것이다. 하지만 걱정하지마라, 문제는 당신이 아니라 단지 당신은 초인적인 인공지능이랑 경쟁이 안 될 뿐이다.



## 로봇 + 인공지능 = 로봇들이 온다!

인간으로서 우리가 배우고, 경험하고, 때로는 주위 사람들이 경험하고 있는 것은 한정되어있다. 하지만 우리가 인간의 모든 지식과 경험에 접근할 수 있다면 어떨까? 이 개념은 꽤 강력한 개념이다.

구글의 로봇 연구 프로젝트 중 하나는 클라우드 로봇 공학 개발에 초점을 맞추고 있다. 이것은 로봇이 프로그래밍된 것에 의해 제한되는 대신에, 로봇이 클라우드의 모든 데이터에 접근할 수 있다는 것을 의미한다. 그러나 이러한 발전은 또한 자동화라고 불리는 개념에 대한 큰 질문을 던져준다. 그것은 바로 로봇이 인간의 수천 가지 직업과 일을 떠맡을 때 떠오르는 문제이다. 예를 들어, 자율주행 자동차가 250만 명의 미국 택시, 버스, 트럭 근로자들의 직업을 대체 할 수 있을까?

이 문제들은 중요한 문제이고, 세르게이는 다보스 세계경제포럼(WEF)에서 몇 가지 우려를 표명했다.

그는 “인공지능은 지난 200년간 우리가 보아왔던 자동화의 연속입니다. 그것이 어떻게 진화하는지, 사회, 경제, 사회질서가 어떻게 발전할지는 많은 생각을 불러옵니다.” 고 발표했다.

다양한 분야의 사람들이 많은 생각을 했다. 실직은 단지 하나의 주제일 뿐이다. 다른 한 쪽에서는, 구글의 연구원들은, 예를 들어, 당신의 인공지능 강력 청소 로봇이 전기 콘센트 닦거나 더 빨리 청소하도록 스스로 가르치지만, 그 과정에서 화병을 넘어뜨리고 집에 불필요한 피해를 입히는 경우에 대비하고 있다.

구글, 오픈에이아이(OpenAI), 스탠포드, 버클리 등이 공동으로 문제점에 대해 설명하고 해결 가이드라인을 마련하고 있다. 구글은 다른 인공지능 제작자들과 협력하여 의도하지 않은 부작용, 확장 가능한 감독, 그리고 다른 문제들을 생각해 보았다.

인공지능이 꽃병을 깨지 않는 일도 중요하지만 테슬라 CEO와 스페이스 X의 창업자 일론 머스크(Elon Musk)는 구글의 인공지능 연구에 대해 더 심각한 우려를 제기했다. 2015년, 머스크의 자서전에서 일론 머스크는 구글이 실수로 나쁜 것을 창조하지 않을까 하는 의문을 제기했고 이 소식은 신문에서도 자주 다루게 되었다.

특히 머스크는 인공지능의 고도화된 로봇이 인간을 짓누르는 것을 우려하고 있었다. 그래서 그는 인공지능 보안에 초점을 맞추기 위해 비영리 회사인 오픈에이아이(OPEN AI)을 공동 설립했다. 그리고 그는 세계를 돌아다니며 이런 문제에 대해 이야기 하고 있다.

머스크만이 경종을 울리는 것은 아니다. 스티븐 호킹과 빌 게이츠도 우려를 제기했다.

한편 구글과 딥마인드 지부는 인공지능 윤리위원회를 설립해 이른바 ‘레드 버튼’인 일종의 ‘긴급 정지 스위치’를 거론하는 등 보다 심각한 안전 문제를 정면으로 맞서고 있다.

그럼에도 불구하고, 에릭 슈미트를 포함한 다른 기술 지도자들은 이러한 파멸의 날을 공상 과학이라고 일축했다. 하지만 한 가지는 확실하다. 이 문제에 대한 논쟁은 당장 사라지지 않을 것이다.

17장

차를 보내줘

래리 페이지가 대학 시절로 돌아간다고 상상해보자. 그는 몹시 추운 한겨울에 미시건 지역에서 그는 캠퍼스 버스 정류장에 서서 버스를 올 때 까지 기다리고 기다리며 비효율성에 좌절한다. 버스를 기다리는 일 때문에 캠퍼스 전체에서 얼마나 많은 일, 연구, 생산성이 손실되고 있는가?

그는 확실히 더 좋은 방법이 있을 것이라고 생각했다. 그 생각은 결국 학교가 모노레일을 만들어야한다는 그의 제안으로 이어졌다. 그러나 그것은 또한 교통 시스템에 대한 그의 집착으로 이어졌다. 그는 책을 읽고 더 많은 것을 알게 되면서, 자동화된 자동차에 대해 알게 되었고 매혹되었다.

2009년에 구글의 X 연구소는 이 문제를 연구하기 시작했다. 연구소는 비효율성 문제뿐만 아니라 인간이 자동차를 운전하는 데 따르는 다른 모든 문제에 대해서 연구했다.

사람의 실수로 인한 자동차 사고와 차를 얼마나 오래 세워두는지 대한 문제의 답을 찾고 있었다.

미국에서 매년 3만 5천 명 이상의 사람들이 자동차 사고로 죽는다. 자율 주행차 업체인 웨이모(Waymo)에 따르면 사고 중 94%가 사람의 실수로 인한 것이라고 한다.

만약 당신이 차를 가지고 있다면 어디에 주차하는가? 당신은 얼마나 많은 시간을 차 안에서 보내는가? 당신이 차를 사용하지 않을 때 어디에 주차하는가? 차고? 주차장? 길가? 당신은 차를 사용하지 않고 그대로 두는가? 그 차는 당신이나 다른 사람에게 도움을 주지 않은 채 있는가?

이 뿐 만 아니라 환경 문제도 있다.

“대부분의 도시에 있는 땅의 약 30-50%가 주차되어 있는데, 이것은 엄청난 낭비입니다.”라고 세르게이는 설명한다. “또한 도로 자체가 혼잡해서 공간을 많이 차

지하죠. 그러니까 사람들은 한 사람당 한 대의 자율 주행차가 필요 없기 때문에 주차를 걱정하지 않아도 될 겁니다. 자동차가 단지 필요할 때 와서 당신을 데리고 가기만 하면 되니까요.”

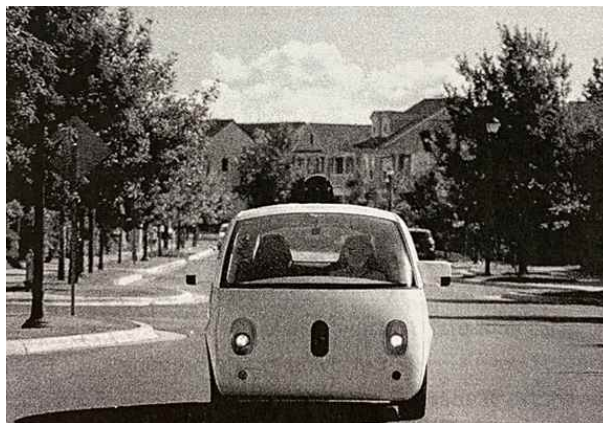
이 프로젝트는 실제 변수와 실제 거리에 대비하기 위해서는 수백만 마일의 테스트가 필요했다. 그 과정에서 래리는 시운전 자율 주행차를 타봤다.

“이 자율 주행 차를 타는 것은 정말 놀라운 일입니다.”라고 그는 말했다. “거의 인생을 바꾸는 경험이네요.” 이런 반응을 보인 건 그뿐만이 아니다.

구글이 이 일을 시작 한지 약 6년 후에, 그 팀은 역사를 만들었다. 그들의 차는 처음으로 완전히 자기 주도적인 길거리 운행을 했다. 그리고 놀라운 건, 그들은 페달, 핸들, 심지어 시험 운전자도 없이 시운전을 했다. 하지만 그 차에는 당시 산타클라라 밸리 블라인드 센터(Santa Clara Valley Blind Center)의 COO이었던 스티브 마한(Steven Mahan)이라는 승객이 있었다.



자율 주행 자동차(웨이모 제공)



구글 자율 주행 자동차를 탄 스티브 마한(웨이모 제공)

그는 이번 여행에 대해 “제게 차 안에 혼자 있는 경험은 심오한 경험이었어요.”라고 말했다. 스티븐은 법적으로 시각 장애인이기도 했다. 그는 “시력이 떨어졌을 때 내 인생에서 매우 중요한 부분이 잘려나갔어요”라고 말했다.

그의 이야기는 이 프로젝트의 또 다른 승리를 알려주는데, 차를 타고 그들이 원하는 곳으로 갈 수 없는 장애인들을 위한 교통수단이 될 수 있다는 것을 보여줬다. 이 중대한 시험 주행으로, 구글의 비 운전자 자동차 프로젝트는 회사 X를 나와 독자적인 회사인 웨이모가 되었다.

구글의 X 연구소가 자율주행에 나선 지 8년 만에 웨이모의 무임승차 차량이 2억 마일을 기록했다. 포드 같은 전통적인 자동차 회사들과 다른 기술 회사들도 앞 다투어 구글을 따라잡고 있다. 포드는 2021년까지 완전히 운전자 없는 자동차를 시장에 내놓기 위해 자체 스타트업에 투자하고 있다.

세르게이는 2016년 “이것은 여전히 큰 도박이고, 기술적으로나 정책적으로 여러 가지 위험부담이 있을 겁니다. 하지만 우리가 이렇게 여러 번 베팅을 할 용의가 있다면, 그 중 일부가 성과를 거두기를 바랄 수 있겠죠.”라고 말했다.

구글은 실제 거리에서 테스트를 하고 있는 자동차들을 보유하고 있다. 피드백, 데이터, 경험들은 결국 자율 자동차가 표준이 되는 세상이 될 수 있도록 기술을 향상시키는 데 사용되고 있다.

물론, 당신이 날고 싶은 게 아니라면 말이다. 상상해봐라, 당신은 친구들을 호숫가로 초대했다. 몇 분 후, 개인용 항공기(거미처럼 보이는)가 호수를 가로질러 당신의 선착장 쪽으로 점점 다가와 뿜뿜 물에 착륙을 하고 당신 친구들이 내린다.

말도 안 되는 소리 같지 않은가? 그러나 키티 호크(Kitty Hawk)는 2017년 시연에서 이 시나리오를 선보였다. 래리의 교통에 대한 열정은 멈추지 않았고 그는 개인적으로 키티 호크에 투자했다.

이름이 뭐가 중요한가?

노스캐롤라이나의 키티호크는 1903년 12월 17일 윌버(Wilbur)와 오빌 라이트(Orville Wright)가 처음으로 성공적인 비행기 운행을 한 곳이다. 비행은 겨우 12초 동안 지속되었다. 오늘날 이 유적지는 국립공원관리공단이 소유하고 있다.

전 세계의 회사들은 하늘을 나는 자동차를 이해하려고 애쓰고 있다. 막대한 투자와 연구개발이 진행 중이다.

래리는 뉴욕타임스(NYT)와의 인터뷰에서 “우리 모두는 쉽게 비행할 수 있는 꿈을 갖고 있죠. 저는 언젠가 내 키티호크 플라이어 위에 올라타서 빠르고 쉬운 개인 비행을 하는 것을 상상하면 흥분됩니다.” 라고 말했다.



샌프란시스코 피어7에서 시험비행을 하는  
키티 호크 프로토 수석 엔지니어 카메론 로버슨(Martin 제공)

## 드론을 옹호하는 게 아니지만

만약 당신이 피자를 주문하고 15분 후에, 피자가 당신의 현관 계단에 떨어진다면 어떨까? 이 꿈같은 일 안에서 피자 배달부가 아닌 드론이 당신에게 배달을 간다.

2014년 X 연구소의 프로젝트 윙(Project Wing)은 새 옷부터 응급의약품까지 어떤 물건이든 떨어뜨릴 수 있는 드론 동력 전달 서비스만을 연구하기 시작했다. X 연구소 드론은 400피트 아래로 비행하도록 조정되고 설계되었다.

프로젝트 윙 엔지니어들은 조용한 비행, 온보드 백업 시스템(항법 장치, 모터, 배터리 및 내비게이션 시스템) 및 낮은 탄소 배출량과 같은 주요 과제를 해결하는 데 주력해 왔다. 이제 모든 시선이 윙에게 집중되고 있다. 래리는 자신의 CEO 업데이트 서신 중 한 통에서 사용자와 투자자들에게 보내는 X문샷에 대한 열정을 언급하기도 했다. 그리고 X문샷 공장에서는 하는 일을 자세하게 말할 수는 없지만, 비즈니스 인사이드는 세르게이가 윙의 사무실 가운데에 그의 책상을 놓았다고 두 번이나 보고했다.

그래서 언젠가는 냉장고가 식료품을 주문하고, 드론이 그것을 여러분의 집 현관까지 배달해 줄 것이고, 가정용 로봇은 이러한 식료품을 (물론 집을 청소한 후에) 치워버릴지도 모른다. 그래, 제발 이루어지길!



18장

입어 보자!

어이, 그 구글 너한테 잘 어울린다! 우리는 모두 휴대폰이 나 컴퓨터에 구글, 유튜브, 기타 구글 프로그램을 사용하는 습관을 가지고 있지만, 그것을 입을 수 있다면 어떨까? 상상해보자! 만약 당신이 자전거를 타고 레스토랑에 갈 때 전화를 받거나, 지금이 몇 시인지, 혹은 정지 표지판에서 어느 방향으로 돌아야 하는지를 알려면 당신은 무엇을 하는가? 핸드폰을 꺼내며 목숨을 건다고? 사고 나지 않으면 다행이다.

만약 당신의 손목을 한 번 꺾고, 만지고, 탭하고, 재킷의 소매를 위에서 아래로 문지르면 전화를 받을 수 있고, 길 안내를 받을 수 있고, 이웃에 커피숍이 있는지 알 수 있고, 음악을 들을 수 있다면 어떨까?

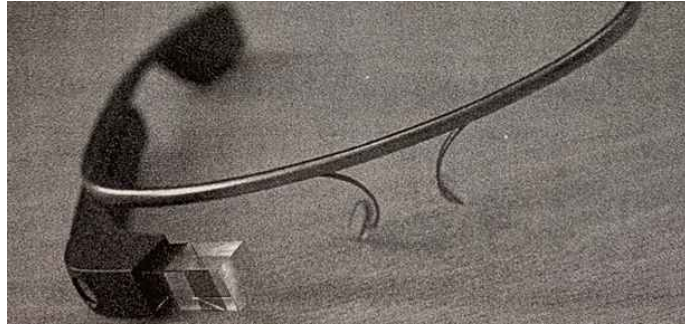
구글은 이미 리바이스(Levi's)와 제휴하여 도시 자전거 통근자들을 위해 특별히 고안된 스마트 청재킷을 만들었다. 그것은 첨단 기술이다. 청재킷은 전송회선에 결합된 옷이다. 리바이스 재킷 소매에는 스마트 섬유가 들어 있으며, 섬유는 전통적인 실과 동작 감지를 위한 초박형 금속 합금으로 만들어졌고, 소매 링크는 두드릴 수 있는 버튼의 역할을 한다. 이 웨어러블(Wearable)은 진짜 터치스크린이 아니라 터치스크린의 작동방법과 같은 방법으로 작동되게끔 디자인되었다. 구글과 리바이스의 이러한 노력은 프로젝트 자카드(Jacquard)라고 불린다.

그리고 당신이 한 가지 더 알아야 할 것은 청재킷은 지나가는 버스가 진흙 웅덩이 물을 스마트 재킷을 뿌릴 경우에 대비해서 (소매 링크를 먼저 제거한다면) 세탁이 가능하게 만들어졌다. 그리고 무엇보다도, 당신의 똑똑하고 세련된 새 통근 재킷은 몇 백 달러 밖에 안한다.

요점이 뭐냐고? 매끄럽고, 어디서나 사용 가능한 기술이 “여러분, 저를 보세요! 저는 아주 멋진 발명품입니다.” 라고 소리 지르는 대신 그 기술은 자연스럽게 당신의 삶에 물들어간다.

예를 들어, 구글 글래스(Google Glass)를 살펴보자. 글래스는 세르게이가 개인적으

로 열정을 가지고 혼자만 진행하던 프로젝트였다. 구글 글래스는 안경처럼 생긴 기술 작품인데, 그것은 안경알에 정말 작은 컴퓨터 화면을 가지고 있었다. 당신은 필요한 모든 정보를 바로 눈앞에 두어 항상 핸드폰을 내려다보지 않아도 된다.



구글 글래스(Karlis Danvrans 제공)



구글 글래스를 착용한 사람(Loic Le Meur제공)

일부 분석가들은 웨어러블 산업이 언젠가는 연간 약 22조억 원(190억 달러)을 벌 수 있다고 예측한다.

불행하게도 구글 글래스는 멋지지 않았다. 오히려 얼간이 같아 보였다. 물론, 글래스는 카메라와 같은 멋진 기능들도 있었다. 간단한 음성 명령으로 보고 있던 영상을 촬영 하거나 윙크를 해서 사진을 찍을 수도 있었지만 하나에 약 173만 원(1,500달러)로 구글 글래스는 결코 싸지 않았다.

그리고 구글 글래스는 상당한 비난을 받았다. 어떤 사람에게는 멋진 카메라 기능

이 다른 사람들에게는 사생활 침해가 됐다. 어떤 사람들에게는 대담한 디자인이 “이봐, 나와 나의 멋진 신기술 기기들을 봐!”라고 뽐내기 위한 도구가 되었다. 더 최악은 사람들은 구글 글래스를 쓴 사람들을 ‘글래스얼간이’(glass+hole)이라고 불렀다. 하지만 구글 글래스를 좋아하는 사람들은 이 제품이 시대를 앞서가고 있다고 생각했다.

그럼에도 불구하고 구글은 시장에서 구글 글래스를 철수 시켰다. 하지만 비평가들이 그 노력을 완전히 실패로 치부하기를 원했지만, 사실상 완전한 실패는 아니었다. 구글은 웨어러블 기술에서 벗어나지 않았다. 대신, 그들은 문제를 해결하고 다시 시도했다. 프로젝트 재커드가 그 증거이다.

구글은 여전히 구글 글래스의 다른 용도를 연구하고 있으며, 그 중 일부는 꽤나 멋진 일로 진행된다. 외과 의사들이 손을 사용하지 않고 환자 기록을 보기 위해 수술 중에 구글 글래스를 착용할 수 있게 하거나 스탠포드는 구글 글래스로 자폐증 아이들이 다른 사람의 얼굴 감정을 읽을 수 있도록 하는 연구 프로젝트를 시범 운영하고 있다. 이 과정에서 글래스가 수집한 데이터는 연구원들에게 매우 귀중한 자료가 될 것이다. 그래서 구글 글래스가 연구 개발 중에 있는 상황에서, 글래스는 결국 우리의 미래의 일부가 될 수도 있다.

2014년 구글은 스마트워치용 운영체제(OS)의 새로운 버전인 안드로이드 웨어도 출시했다.

## 나를 좀 도와줄래?

구글이 우리를 진정시키고, 심호흡을 하고 마음의 평화를 찾는데 도움을 줄 수 있을까? 그리고 구글이 컴퓨터 키보드를 만지는 손끝만큼의 움직임도 없이 위업을 이룰 수 있을까?

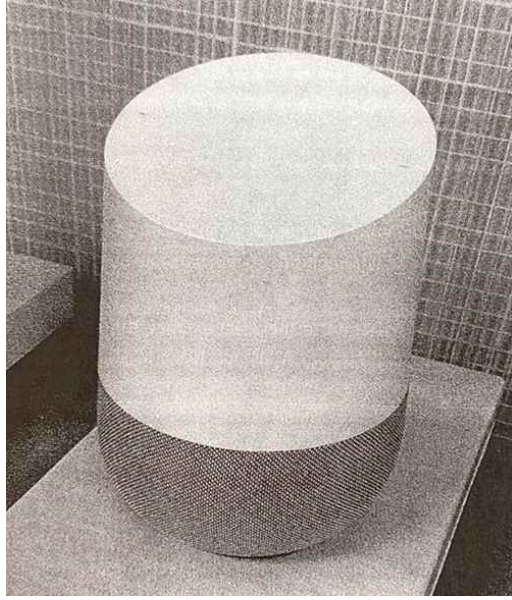
대답은 ‘그렇다’이다. 당신을 도와줄 구글 어시스턴트(Google Assistant)를 만나보자. 일단 당신은 핸드폰에 어플을 깔고, 어시스턴트에게 말하기만 하면 된다. 하루를 요가로 시작해야 하나? 당신은 원하는 포즈를 보거나 포즈를 잡기 위한 타이머를 설정할 수 있다. 당신에게 스마트 홈이 있다면 구글 어시스턴트는 요가 하는 동안 조명과 온도를 조절할 수 있고 명상에 대한 팁까지 줄 수 있다. 이 모든 게 당신을 졸리게 한다면, 구글 어시스턴트는 당신에게 자장가를 불러 줄 것이다.

당신의 어시스턴트는 어떤 도움이나 해결해주고, 당신에게 스케줄을 기억하게 만들고, 농담이나 재미있는 사실을 말해 줄 수 있으며 댄스파티에서 DJ가 될 수 있고 간단한 퀴즈를 내서 웃겨줄 수 있으며 그 밖에 더 많은 것들을 할 수 있다. 그리고 심지어 그것은 당신에게 별명까지 지어줄 수 있다.

구글 어시스턴트는 가장 좋아하는 색이 무엇인가와 같은 자신에 대한 질문에 답할 것이다.

스포일러 경보: 그것들은 파란색, 노란색, 빨간색, 초록색이다. 이유가 궁금하지 않은가?

구글의 음성인식 스마트 스피커인 구글 홈(Google Home)은 구글 어시스턴트에 의해 구동된다. 하지만 사실 가장 핵심은 구글 음성검색 서비스에 달려있다. 이 정보를 얻기 위해 컴퓨터를 사용하여 질문을 입력하는 대신, 목소리를 사용하여 필요한 것을 요청한다.



구글 홈(Holly West 제공)

만약 마당에 도움이 필요하다면 어떻게 해야 할까? 잔디밭에 물을 주거나 잔디 깎는 기계를 이용하거나 반려동물에게 산책을 시켜야 한다면 어떻게 해야 할까? 그렇다면 구글놈(Google Gnome)을 써봐라! 다만 구글놈은 만우절에 구글이 만든 가상 서비스이다!

구글의 새로운 CEO 선다르 피차이에 따르면, 이러한 돌파구는 부분적으로 구글의 기계학습과 신경망 발달로 인해 가능하다고 한다. 구글 어시스턴트는 당신의 목소리를 인식하고, 당신이 말하는 것을 이해하며, 그 대답을 번역해야 한다 하더라도, 올바른 답을 찾기 위해 정보를 훑어볼 수 있다.

그렇다면 이 개인 보조 스마트 스피커 추세는 어디로 향할까? 구글은 이제 막 첫발을 내딛었다. 개발자들은 지속적으로 다음과 같은 질문을 할 것이다. 사용자의 경험을 어떻게 다듬고 개선할 수 있는가? 구글은 언젠가 당신이 질문을 말하기 전에 답을 제공할 수 있을까?

이 책에서 앞서 이야기했듯이, 만약 여러분이 컴퓨터에 앉아서 '윌리엄 셰익스피어가 왜 중요한가?'를 입력한다면, 구글은 1초도 안 돼 중요도에 따라 순위가 매겨진 수백만 개의 결과를 당신에게 줄 것이다. 하지만 음성 검색으로 질문을 하면, 당신의 어시스턴트가 답을 말해준다. 그렇다면 다음 단계는 인공지능 검색이 내가 셰익

스피어 질문을 떠오르기도 전에 답을 주는 단계일까?

안나, 제가 당신이 중요하게 생각하는 다른 작가들에 대한 추가 정보를 듣고 싶어 할 것 같아요. 더 듣고 싶으세요?

응, 부탁해

선다르가 테크 기자인 디터 본(Dieter Bohn)에게 “부작용이 어떤 게 올지 모르기 때문에 때때로 기술을 멀리하고 싶어요.”라고 말했다.

그러나 세르게이는 1999년부터 이 개념들과 문제들, 그리고 잠재적인 해결책들에 대해 줄곧 생각하고 있었는데, 그는 “이상적인 검색 자는 인간의 지능과 세상의 모든 지식을 가진 자입니다. 현재, 인간은 지능을 가지고 컴퓨터는 세상의 모든 지식을 가지고 있습니다. 그렇기에 당신은 검색 결과를 훑어봐야합니다.”

미래를 누가 알겠는가, 무슨 일이 일어날지.

진심으로 말이다.

19장

U는 UFO의 U

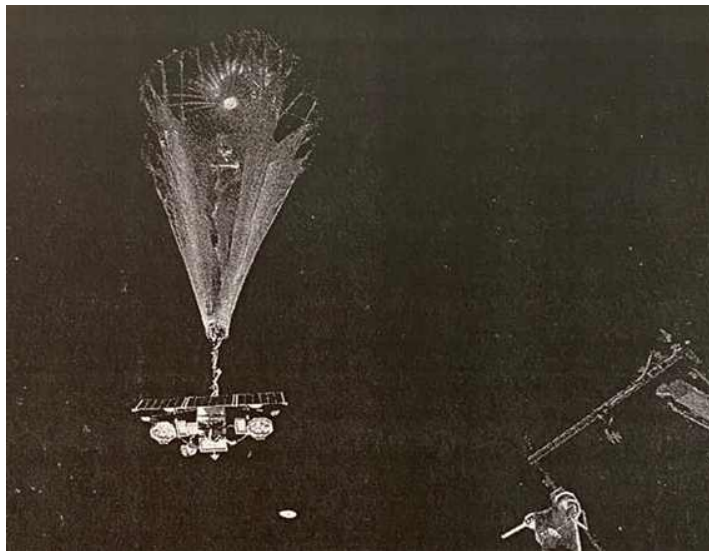


UFO! UFO! 2017년 초 콜롬비아의 외딴 농장 상공에서 농부들이 하늘에서 놀라운 것을 발견했다. 그것은 뜬금없이 나타났다. 고속 자유 낙하 물체는 연기를 내뿜고 있었다. 목격자들은 그것이 UFO라고 확신했다. 그리고 UFO가 추락했을 때, 그을린 파편에서 이상한 액체들이 흘러나왔다.

사실 이것은 UFO가 아니라 구글의 X 부서가 프로젝트 룬(Project Loon)에서 만든 구글 풍선이었다. 풍선은 우주의 가장자리에 있는 성층권 주위를 떠다닌다. 또한, 풍선은 UFO에게 신호를 보내는 게 아니라 세계에서 가장 외진 곳에 인터넷 접속을 제공하고 있다.

성층권을 여행하면서, 풍선은 비행기, 새, 심지어 구름보다 더 높은 고도로 날고 있다.

어떻게 보면 풍선은 외계 우주선과 비슷해 보이지만 우주선 보다는 떠다니는 해파리처럼 보인다. 하지만 X는 그들을 '풍선 인터넷'이라고 부른다.



프로젝트 룬 풍선(X 제공)

풍선들은 크고 부서지기 쉬운 쓰레기 봉지들로 만들어져 있다. 어떻게 검사관들이 풍선의 손상과 스트레스를 검사하기 위해 풍선 위를 걸을까? 보통 우리가 신는 신발로는 걸을 수 없다. 그들은 폭신평신했던 상어모양 슬리퍼를 신고 걷는다.

2004년 세르게이와 래리가 테드(TED) 강연을 했을 때, 그들은 현재 구글을 사용하고 있는 사람들에게 관한 애니메이션을 자랑스럽게 보여주었다. 그 애니메이션은 여러 색으로 빛나는 지구를 보여줬고, 곧 세르게이는 지구를 돌려 삭막한 아프리카의 어둠을 보여줬다. “이것이 바로 우리가 정말 노력해야 할 부분입니다.”라고 그는 말했다.

“사실은 지구상의 절반의 사람들, 약 10억 명의 사람들이 인터넷에 접속할 수 없습니다. 그것은 알파벳의 입장에서 보면 큰 문제예요. 이메일, 비디오 채팅, 유튜브에 동영상 업로드, 전화 걸기, 길 찾기, 날씨 확인 등 현재 미국 내 대부분의 사람들에게 제2의 본능이 되고 있는 작업을 수행할 수 없다고 상상해 보세요.”

그러나 래리와 세르게이에게 더욱 중요한 것은 부나 지리적 위치에 상관없이 모든 사람이 정보에 접근할 수 있어야 한다는 생각이다. 그것은 항상 래리와 세르게이의 세계관과 임무의 핵심 부분이었다. 그래서 그들은 모든 사람들에게 인터넷을 제공하기 시작했다. 하지만 그들이 기반이 없고 케이블이나 섬유가 없는 지역에 어떻게 제공을 할 수 있을까? 먼지역이나 가난한 지역에서 인터넷에 쉽게 연결할 수 있는 방법은 없다.

그렇다면 하늘처럼 다른 각도에서 문제를 접근하면 어떨까?

프로젝트 룬을 만나보자. 개량된 경량 휴대전화-타워 구성 품으로 구성된 이 풍선들은 초고속 인터넷을 가장 가까운 풍선과 연결한다. 그리고 사람들이 전화로 게 임하는 것처럼, 풍선들은 인터넷 연결을 하나에서 다른 것으로 전달하고, 지상의 사용자들이 사용자의 휴대전화 회사를 통해 접속할 수 있는 네트워크를 만든다.

그 풍선은 태양 전지판으로 구동된다. 그것은 낙하산이 지구로 내려갈 때 낙하산을 펼치고 속도를 늦출 수 있도록 설계되었다. 풍선 안쪽에는 ‘비행 캡슐’ 안에 들어 있는 개조된 셀 타워 장비가 들어 있다.

풍선은 제한시간에만 작동한다. 이 책을 집필하는 것처럼, 가장 긴 비행은 6개월이 조금 넘었다. 그래서 각각의 풍선에는 GPS 추적 장치가 설치되어 있어서 일단 착륙하면 다시 회수 할 수 있다. (GPS는 또한 비행기를 방해하지 않기 위해 지역 항공 관제사와 협력하는 데 도움이 된다!) 그리고 프로젝트 룬은 때때로 30분마다 필요한 만큼 더 많은 풍선을 보낼 수 있는 자체적인 자동 발사기를 가지고 있다.

인공지능은 프로젝트 룬의 비행 내비게이션 알고리즘을 개선하는데, 이는 구글이 공중에 더 적은 풍선을 가지고 있고 풍선의 비행경로를 더 잘 통제할 수 있다는 것을 의미한다.

하지만 프로젝트 룬은 많은 것을 이뤄냈지만 아직 새로운 회사로 출범하지 않았다. 테스트 단계에서는 내비게이션, 서비스 범위 및 프로젝트의 다른 측면들을 개선하기 위해 노력하고 있다.

이 프로젝트는 허리케인 마리아가 푸에르토리코를 암흑 속으로 빠뜨린 2017년 여름에도 시험 중이었다. 그 섬은 전력과 인터넷 접속이 끊겨 다른 나라들과 단절되었다.

그 해 10월 동안, 이 프로젝트의 엔지니어들은 기계로 작동되는 풍선을 푸에르토리코 상공에 띄우고 있었다. 한 달 만에 마침내 10만 명 이상의 사용자들이 웹에 접속할 수 있게 되었다. 그리고 이 책을 쓰는 이 시간에도 그 숫자는 두 배로 증가했고 계속 증가하고 있다.

만약 당신의 뒤뜰에 UFO가 추락했다면 구글 풍선일 지도 모르니 확인해봐라.

미국 풍력 에너지 협회에 따르면, 미국 전력의 4%만이 풍력 발전에서 발생한다고 한다. 풍력 터빈은 종종 날씨에 의해 제한된다. 바람이 불고 있는가? 바람이 얼마나 빨리, 얼마나 오래 불고 있는가? 우리는 어떻게 그 강한 바람을 이용할 것인가?  
프로젝트 마카니(Project Makani)는 알파벳이 내놓은 대답이다. 풍력 터빈 연을 이용해 전기를 만들어 줄을 통해 전력망으로 돌려보내는 클린 에너지 프로젝트다. 연은 훨씬 높은 고도에서 날아서 더 빠른 바람에 접근한다. 연의 또 다른 장점은 설치와 유지, 작동하는데 풍력 터빈보다 더 싸다.

## 달을 향해 쏘라!

아니, 정말로, 달을 향해 쏘란 이야기다. 물론 진짜 달을 향해 쏘는 것은 힘들 수 있다. 우주여행은 위험하고, 기술적으로 도전적이고, 비싸다.

1969년 7월 20일, 닐 암스트롱(Neil Armstrong)이 달에 처음으로 발을 디디면서 인류에게 거대한 도약을 감행했을 때, 그는 세계의 과학자, 연구원, 엔지니어, 그리고 일상 시민들을 황홀한 승리의 광란의 도가니로 몰아넣었다. 그리고 당연하게도, 인간은 거대한 공학, 수학, 그리고 경제적 장애물을 극복하고 인간을 달에 착륙시켰다.

이 위업은 수년간의 연구, 혁신, 막대한 예산, 그리고 관련자들의 순수한 헌신의 결과였다. 그것은 또한 과열된 우주 경쟁의 결과였다. 러시아와 미국, 그리고 그들의 정부 지원 우주국들은 달에 최초로 사람을 착륙시키기 위해 목숨을 걸고 싸웠다.

수십 년 후에, 새로운 달맞이 대회가 다음의 질문에 답하기 위해 결성되었다. 달에 가장 먼저 착륙하는 민간 기업은 어디가 될까?

2007년 9월, 구글과 엑스프라이즈(XPRIZE) 재단은 한 팀이 되어 구글 루나엑스 상(Lunar X Prize)을 발표하였다. 이걸 너희 할머니 시대 때 정부 간 우주 경쟁이 아니다. 구글이 후원하는 이 경쟁은 개인 자금을 지원 받은 팀들이 달에 로봇을 보내는 대회다.

일부 수상 팬들과 미디어들은 얼른 구글 루나엑스 상을 '문 2.0'이라는 산뜻한 별명을 붙였다.

어느 팀이든 먼저 로봇을 달에 착륙시키고, 달 표면을 가로질러 500미터를 여행한 다음, 고화질 비디오를 지구로 전송하면 그 첫 번째 팀은 약 231억 원(2천만 달러)을 벌어들일 것이다. 1등 상금은 약 58억 원(5백만 달러)이고 기술 혁신을 위한 상여금으로 약 58억 원(5백만 달러)이 추가된다.

엑스 프라이즈 재단은 피터 다이아만디스(Peter Diamardis)의 아이디어로 탄생 했는데, 피터는 하버드 의대에서 의학 학위와, MIT에서 분자 유전학과 항공 우주 공학 학위를 받았다. 영감을 주는 신세대 우주탐사는 구글 루나엑스상의 목표다. 하지만 엑스 프라이즈 재단은 교육, 해양 탐사, 기후 변화 등과 같은 다른 분야에서도 큰 대회를 개최한다. 그 경연대회들의 공통점은 무엇일까? 큰 문제를 해결함으로써 인간의 잠재력의 경계를 밀어 붙이는 것이 목표다.



ZERO-C의 피터 다이만디스 (Rdiamandis 제공)

만약 당신이 달에 무언가를 남겨둘 수 있다면, 당신은 무엇을 달에 남기겠는가? 8세에서 17세 사이의 학생들은 구글의 어린이 루나 엑스 상 대회에서 이 질문에 대답할 기회를 가졌다. 대회 참가자들이 2분짜리 답안을 설명하는 동영상을 제작했다. 우승 팀들은 다음 과제에 도전해야했다: 모의 달 탐사 로봇 제작!

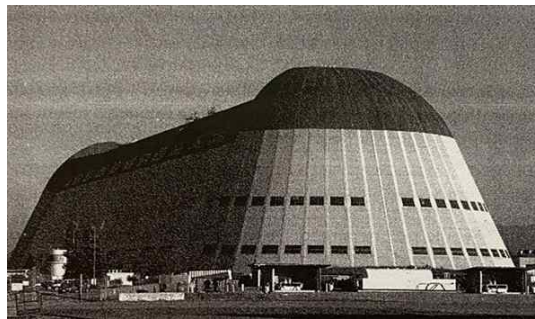
10년 후인 2018년, 루나 엑스 프라이즈 팀은 이번엔 수상자가 없다고 발표했다. 참가 팀들은 엄청난 발전을 보여줬지만 어느 팀도 마감일을 맞추지 못했다. 하지만 래리가 말하듯이 그 누구도 절대 완전히 실패하지 않는다. 그리고 팀들이 이긴 거나 다름없는 이유는 바로 이 팀들을 통해 인간이 달에 여행을 갈 수 있는지에 대한 사람들의 사고방식 자체가 바뀌었다는 점이다. 몇몇 정부들이 달 착륙에 대해 독점적인 주장을 하는 대신에, 이제 민간 기업들이 달을 탐사할 수 있다는 것이 받

아들여졌다.

이 팀들은 임무를 계속 해나갈 것이고 구글과 엑스 프라이즈 팀은 그들을 응원할 계획이다.

구글은 이와는 별도로 나사와 협력해 실시간 기상 시각화 데이터와 함께 달과 화성의 3차원 지도를 제작하는 등 우주 탐사에 참여하고 있다.

2014년에 구글은 구글플렉스 바로 옆에 있는 샌프란시스코에 있는 나사 비행장의 60년 임대 계약을 맺었다. 구글의 사이트에 계획에 대한 단서 몇 개만 등장했다. 나사에 따르면, 비행장과 3개의 격납고는 ‘우주탐사, 항공, 탐사 로봇, 로봇 등 새로운 기술 분야의 연구, 개발, 조립, 시험’에 사용될 것이라고 한다.



1999년 캘리포니아 모펫 필드의 격납고(나사 센터 제공)

세르게이 브린이 우주 여행자라고? 2008년, 세르게이는 우주 관광 회사인 스페이스 어드벤처스(Space Adventures)에 투자금 약 6억(500만 달러)을 냈다. 당시 세르게이는 우주 개척의 탐험과 상업적 발전을 크게 신봉하고 있으며, 우주로의 진출 가능성을 고대하고 있다고 말했다. 그 투자는 또한 미래 우주여행에서 세르게이의 자리를 확보할 것이다.

불과 3년 뒤 영국 일간지인 가디언은 세르게이가 격납고 중 하나를 사용하여 세계에서 가장 큰 비행선을 만들고 있다고 보도했다. 마크 해리스(Mark Harris) 기사는 소식통의 말을 인용해 ‘그 비행선은 시애틀의 우주선 니들(Needle)의 길이 정도로 한 200m에 육박하고 식량과 같은 인도적 지원이나 원거리 구호물자 수송을 할 것’이라고 전했다.

사람들이 재난 지역에 음식을 전달 할 수 없을 때, 세르게이가 초호화 여행을

위해 투자한 이 비행선이 이용될 것으로 알려졌다.

좋은 소식은 구글이 시험 비행을 극비로 부치지 않을 것이라는 점이다.

세르게이만이 그의 돈을 호화 항공기에 투자하고 있는 것은 아니다.

소행성에서 금, 백금, 심지어 로켓 연료를 채굴 수 있다면 어떨까? 2012년에 래리는 이와 관련된 회사에 개인적으로 투자했다! 이 계획은 다음과 같다. 자원이 풍부한 소행성을 찾기 위해 망원경을 발사하고, 그러면 그 회사는 로봇 우주선을 보내 소행성을 채굴할 것이다. 인류가 얼마나 빨리 우주 채굴을 시행할 수 있을까? 행성 자원의 사람들은 2027년을 목표로 하고 있다.

데자뷰 알람! 행성 자원 주식회사의 설립자의 이름은 아마 익숙할 지도 모른다. 그는 다름 아닌 엑스프라이즈 재단의 피터 다이아맨디스다.

영원한 삶:

## 마지막 선구자

누가 영원히 살기를 원할까? 아니면 그 이상을 사는 것을 원할까? 아니면 더 건강하게 살고 싶을까? 노화, 질병, 그리고 죽음은 칫솔 검사를 충족시키는 것 이상의 큰 문제들이다.

2013년 래리와 세르게이는 칼리코(Calico)를 설립했다. 칼리코는 알파벳 내부의 한 회사인데, 인간의 제한된 수명을 늘리는 일을 다루고 있다. 당신이 제대로 읽은 게 맞다. 그들은 노화라는 성가신 문제를 해결하려고 애쓰고 있다.

그들의 초점은 유전학과 약물 연구에 있다. 칼리코가 발표되자 래리는 분명한 목표를 발표했다. “병과 노화는 우리 가족 모두에게 영향을 끼칩니다. 의료와 생명공학에 대한 장기적인 생각이 수백만 명의 삶을 개선할 수 있다고 믿습니다.”

세르게이는 개인적인 동기, 특히 유전적인 요소를 가지고 있었다. 유전자 검사를 받은 세르게이는 그가 파킨슨병에 걸릴 위험을 증가시키는 유전적 돌연변이를 가지고 있다는 것을 알았다. 파킨슨은 어머니 유제니아가 진단을 받았기 때문에 그가 잘 알고 있는 병이었다.

그는 파킨슨병에 걸릴 가능성을 줄이기 위해 식단을 수정하고 운동을 늘리고 녹차를 많이 마시는 것에 대해 관심을 갖게 되었다. 만약 다른 사람들도 자신에 대한 정보를 가지고 있다면 어떨까? 그들이 더 오래, 더 건강한 삶을 살 수 있는 기회를 위해 어떤 변화를 받아드릴까?

칼리코 업무의 구체적인 내용은 여전히 극비리에 가려져 있다. 그러나 래리는 선도적인 과학자들과 전문가들을 모아왔다. 그리고 칼리코는 약 1조 1천억 원(10억 달러) 이상의 자금과 많은 벌거숭이 두더지 쥐를 가지고 있다.

잠깐, 쥐라니? 그 쥐는 칼리코의 생명 연장 노력에 대해 유출된 유일한 단서 중 하나이다. 이 익살스럽게 생긴 포유류가 태어나는 순간부터 죽을 때까지 연구에 사용되는데 그 회사는 벌거숭이 두더지 쥐를 분명히 가지고 있다. 쥐가 과연 노화와 무슨 관련이 있을까? 소문에 따르면 캘리포니아 연구진이 노화를 조절하는 바이오마커를 찾고 있다고 한다. 그게 모든 과정을 중단하게 만드는 정답을 가지고 있을



까? 캘리코가 궁극적으로 무엇을 발견하거나 기여할지 누가 알겠는가? 하지만 구글 회사를 지켜보는 것은 재미있는 일이 될 것이다.

우리가 확실히 알고 있는 것은 다음과 같다. 래리의 회사 목표는 인간의 수명을 100년 연장하는 것이다. 자, 이제 남은 시간동안 무엇을 할까?



벌거숭이 두더지 쥐(Neil Bromhall 제공)

물론 우리는 함께 간다.

구글의 건강 관련 사업은 칼리코만 있는 게 아니다. 알파벳 자회사인 베릴리(Verily)에 대해 알아보자. 2015년에 설립된 베릴리는 2년 후에 스테디 와치(Study Watch)를 발표했다. 이 스마트 시계는 패션 액세서리가 아닌 건강 모니터다. 이 시계는 사용자의 다양한 의료 데이터를 기록한다.

이 시계는 일반인들에게 판매되지 않으며, 파킨슨병 연구에 사용되고 있다. 약 1만 명의 자원봉사자들이 5년 동안 24시간 시계를 차고 있는 임무를 맡았다. 데이터들은 곧바로 클라우드로 보내진다. 연구원들은 이 데이터가 파킨슨의 진행에 대한 비밀을 밝혀주기를 바라고 있다.

또한 베릴리는 스탠포드와 듀크 대학교와 협력하여 프로젝트 베이스라인(Project Baseline)을 통해 인류를 연구하고 있으며 베릴리는 건강에 대한 더 많은 것을 이해하고 지도화하기 위해 1만 명의 자원봉사와 함께 식단, 환경 운동 등에 관한 모든 것을 추적하고 있다.

그 프로젝트들은 장기 프로젝트들이다. 그러나 베릴리는 또한 건강 문제에 대한 더 즉각적인 해결책들과 씨름하고 있다. 만약 당신이 손 떨림이 심해서 더 이상 먹고 살 수 없다면 어떻게 하겠는가? 기술이 첨가된 식사도구인 베릴리의 리프트웨어(Liftware)를 만나보자. 리프트웨어는 사람들을 안정시키고, 스스로 먹지 못하는 사람들을 스스로 먹을 수 있도록 해준다.

그리고 구글의 AI 연구가 당뇨병 망막증을 확인하는데 어떤 도움을 주었는지 기억하는가? 베릴리는 그 프로젝트에 대한 구글 리서치의 연구와 니콘과의 제휴를 통해 의사가 더 쉽게 질병을 진단할 수 있도록 추가적인 영상 옵션을 제공하도록 돕고 있다.

베릴리는 다른 많은 프로젝트와 문제들에 대해 연구하고 있다. 그러나 프로젝트들은 공통점을 가진다. 혁신과 데이터. 그리고 이 두 분야는 구글이 잘하는 분야이다. 그렇다면 기술의 진보와 빅데이터는 정밀의학이 되어 예방치료에 새로운 토대가 될 수 있을까? 그리고 막대한 양의 새로운 데이터를 검토함으로써 건강을 살펴볼 수 있을까? 그것은 구글과 베릴리가 마주한 큰 도전과제다.

## 20장

많은 것이 바뀌어도 우리는 여전히 여전하다

래리와 세르게이가 초등학교에 다닐 때, 그들은 새 컴퓨터 앞에 앉아서 기술과 관련된 일을 하게 될지 꿈에도 몰랐다. 그들은 단지 수학, 공학, 지도, 컴퓨터, 그리고 문제해결이라는 그들 자신의 관심사를 따랐다. 그리고 래리와 세르게이는 실패에 대한 두려움이 그들 앞을 막게 두지 않았다.

몇 년 후, 래리는 졸업반에게 졸업식 연사로 조언을 해주기 위해 기술자로서 미시간 대학교로 돌아왔다. 그의 메시지는 ‘실패를 두려워하지 마라. 말도 안 되는 생각을 시험하는 것을 두려워하지 마라.’였다. 그는 “당신만큼 이 일을 하고 싶어 하는 미치광이는 없으니 경쟁자가 거의 없습니다. 꿈을 포기하지 마세요. 세상은 당신 모두를 필요로 합니다.”

그리고 그 기회는 엄청나다. 래리는 테드(TED)강연에서 "기술에 대해 배울수록 내가 모르는 게 많다는 것을 알게 됩니다."고 밝혔다.

세르게이는 그에게 일어난 모든 일에 대해 생각할 때 “저는 살면서 많은 행운을 만났지만 행운이란 것은 여러 번의 시도와 여러 번의 실패로부터 오는 것을 배웠습니다. 내가 했던 바보 같은 짓을 얘기한다면 아마 오늘 이 시간으로는 턱없이 모자랄 겁니다.”

세르게이는 또한 아이들이 모험을 하고 그들의 꿈을 추구해야 한다고 강하게 느낀다. “그리고 누군가가 ‘네가 하고 싶어 하는 그 창업은 이미 누군가 했어.’ 라고 할 때, 그 말은 무시하세요. 왜냐하면 당신이 창업을 하게 된다면 당신의 그 특정한 노력이 빛을 바랄 수 있거든요. 아니면 다음 프로젝트에 빛을 바랄 수 있는 무언가를 배울 수도 있죠.”

그들은 항상 이런 사실을 공감해왔고 그것은 변하지 않았다.

그 말의 의미는 무엇일까? 래리와 세르가이가 많은 변화를 겪을수록 그들이 더욱 더 같아졌다는 의미가 아닐까?

래리와 세르게이가 백업을 출시한 지 20년이 지난 후, 그들은 보기 드물게 함께

인터뷰를 했다. 이 인터뷰에서 당신은 느끼게 될 것이다. 세상을 바꾸고 헤아릴 수 없는 성공을 거두었음에도 불구하고 그들은 여전히 래리와 세르게이다.

업계에서 가장 큰 기술 투자자들 중 한 명이 무대에 선 래리와 세르게이에게 인터뷰를 하고 있다. 인터뷰가 끝나자 두 창업자들은 청중으로부터 다음과 같은 질문을 받는다.

관객: 두 분이 지난 15년 동안 무언가에 근본적으로 동의하지 않았던 적이 있나요? 있다면 어떻게 그것을 해결하셨나요?

세르게이: 아, 어디서부터 시작해야 할까요?

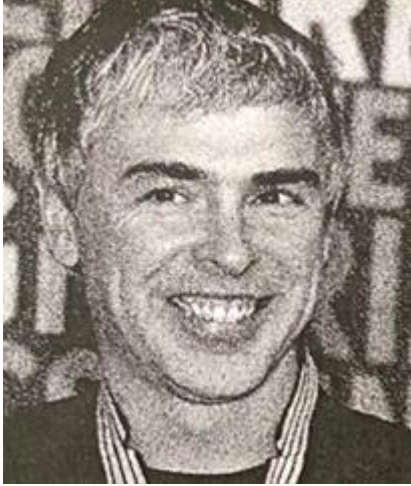
래리: 아니요.

세르게이: 무슨 소리야? 우리는 항상 의견이 다르다고.

래리: 근본적으로 다른 건 아니지.

세르게이: 아니, 아니. 우리는 정말 의견이 맞지 않는다니깐.

둘 다 웃는다. 그리고 관객들이 그들과 함께 웃는다.



이름: 래리 페이지

순 자산: 약 52조 원(450억 달러) 이상  
(2017년 기준)

학위: 미시간 대학의 명예 공학 박사.  
IE 비즈니스 스쿨의 명예 MBA.  
아직도 스탠포드 학위는 없다.  
(엄마는 더 이상 불만을 가지지 않으신다.)

(Tim Mosenfelder 제공)



이름: 세르게이 브린

순 자산: 약 51조 원(440억 달러) 이상  
(2017년 기준)

학위: IE 비즈니스 스쿨의 명예 MBA.  
2017년 현재, 세르게이는 여전히 언젠가  
스탠포드 박사학위를 마칠 계획이다.

(Bloomberg 제공)