



코스는 다음과 같이 주장했다. “아이디어 시장은 지식인들이 거래를 하는 시장이다. 여기서 자기 이익과 자존감 때문에 역설이 발생한다. 자존감은 지식인들이 자신들 시장의 중요성을 확대하도록 이끈다. 특히 많은 지식인들은 스스로 규제하고 있다고 생각하기 때문에, 다른 사람들이 규제되어야 하는 것은 자연스러워 보인다.”

아이디어 시장은 지식인들이 지배하는 시장이다. 그들은 자신들의 시장을 더 고귀하고 중요한 것으로 보고 있다. 그들의 관점에서 상품과 서비스 시장은 덜 중요하며 더 부패했다.

그렇다면 코스의 설명은 아이디어 시장에서 증가하고 있는 검열 요구를 어떻게 예측하고 있을까? 코스의 설명에 따르면, 지식인들이 아이디어 시장을 규제하지 않아도 된다고 생각한 때는 그들이 시장을 통제했기 때이다. 그러나 1974년 코스가 이 논문을 쓴 이후 시대는 바뀌었다.

인터넷은 아이디어 시장의 판도에 혁명을 가져왔다. 더 이상 아이디어 시장에서 가장 영향력이 큰 것은 자격을 갖춘 지식인들이 아니다. 최근에는 YouTube, 팟캐스트 등이 아이디어 시장을 장악하고 있다.

따라서 학계와 언론은 아이디어 시장을 더 이상 지배하지 못한다. 동시에, 이들은 아이디어 시장 규제를 통해 이득을 얻을 가능성이 커졌다. 사실, 다른 산업과 마찬가지로 경쟁을 규제하는 것은 기존의 사업자에게 가장 이익이 된다.

코스는 그의 논문에서 아이디어 시장의 탈중양화를 예측하진 못했지만, 그의 논리는 지식인들의 규제에 대한 욕망을 시사한다. 아이디어 시장의 주도권을 쥔 사람들이 주도권을 잃으면 그들의 규제 요구가 뒤따를 수밖에 없다. 우리가 지금 보고 있는 바로 그것이다.

번역: 신동준

출처: <https://fee.org/articles/the-economist-whose-theory-predicted-todays-calls-for-censorship-in-the-1970s/>