



음악, 영화, 텔레비전 프로그램들, 책, 사진들의 생산 속도가 훨씬 더 빨라졌다. 또한 최근 최상의 문화 상품들은 역사 속 최상의 문화 상품들과 견주어도 손색이 없다는 평가가 일반 소비자들뿐만 아니라 전문가나 비평가들에게서도 나오고 있다.

지금의 디지털 르네상스를 이끄는 거대한 힘은 문화 속에 내재된 "블랙 박스(아무도 모른다)"라는 특징이다. 그 누구도 누가 혹은 무엇이 일반 대중들의 인기를 얻을지 예측하기가 쉽지 않다. "업계 중진들의 입김"은 자칭 우수한 문화의 보호자와 상속인들에게 매력을 발산하지만, 그렇다고 해서 반드시 소비자들에게 유용한 것은 아니다. 대중들은 이전보다 훨씬 더 복잡한 소비 환경을 맞닥뜨리고 있으며 문화 상품들의 가치 증가는 보통 수준의 인기를 얻었던 상품들, 심지어 틈새 문화 상품들의 판매가 핵심 상품들의 판매를 뛰어넘으면서 발생한다. 이는 디지털화가 없었다면 절대 나타날 수 없는 것이었다.

저작권 보호는 기업이나 특정한 직업의 이익 보호가 아니라 문화 생산을 장려하기 위함이다. 디지털화로 저작권 침해가 있다 하더라도 문화 생산의 속도가 빨라지면, 문화 상품에 대한 투자는 저작권 보호가 약화되었어도, 혹은 약화되었기 때문에 어떤 식으로든 계속 일어나고 있는 것 같다. 기술적 실업과 같은 어려움이 커지고 있지만, 실제로 저작권 침해는 우리 문화 미래에 심각한 위협이 아니다. 이는 컴퓨터를 맘대로 사용하는 이른바 "물리적 재산권"과 같은 권리들과 지적 재산권 사이에 갈등을 겪는 자유주의자들이 아주 반길 만한 소식이다.

왈드포겔의 주장에 수긍하지 않으려는 비평가들을 위해 오늘날의 소비자들이 어떤 면에서 이전 세대들보다 미적 감각이 떨어진다고 가정한다 해도, 공공 정책은 그 문제를 해결하는 데 부실한 도구일 것이다. 저작권의 미래는 소수의 사람들이 '척 보면 안다는 식'의 주관적인 판단보다는 증거에 기반해야 한다. 적절한 정책 목표는 전체 소비자들이 넘쳐나도록 놔두는 것이다. 그 소비자들이 여러모로 불완전할지라도 말이다.

번역: 전현주

출처: <https://www.libertarianism.org/building-tomorrow/is-netflix-ruining-culture>