

주제 2

프랑스, 디지털 문화대국

김설아(고려대)

프랑스, 디지털 문화대국

김설아(고려대)

1. 들어가며

최근 들어 출간된 프랑스 국가정책보고서나 정부 기관지, 그리고 언론 보도지 등을 보게 되면 ‘디지털 경제’라는 용어가 빈번히 등장하는 것을 볼 수 있다. 여기서의 ‘디지털 경제’란 디지털 기술발전이 가져온 방송, 통신, 정보산업분야 등의 융합 현상에 기반을 둔 새로운 개념의 경제발전 체제라 할 수 있다. 1980년대 중반부터 국내 통신시장과 방송시장을 탈규제화 시켜가며 커뮤니케이션 산업분야들 간의 융합을 이끌어낸 미국에서 시작된 현상으로, 1990년대 후반의 신경제주의 등극과 함께 세계 경제성장의 주요 동력으로 자리 잡게 되었다. 프랑스는 미국과는 달리 방송·통신 시장에 대한 국가의 강한 개입을 지속시키며 기술발전으로 인한 방송·통신 산업 분야의 경제적 지형 변화에 대해 불신 반 우려 반의 소극적인 반응을 보이게 되고, 10년 이후인 1990년대 중후반에 가서야 커뮤니케이션 산업발전이 미국 등에 안겨 준 경제성장이라는 결과를 목도하고 곧이어 탈규제화를 시도하며 신경제주의 흐름에 합류하고자 한다. 2000년대에 들어 프랑스는 인터넷 등의 뉴미디어 도입과 정보통신기술에 대한 투자발전에 대한 상대적인 지각을 만회하고자 ‘디지털 경제’ 성립에 대한 논의를 활발히 진행시키고 이에 대한 정치·경제·사회·문화적 인프라를 구축하기 시작한다. 디지털 분야에 대한 투자가 이례적인 활기를 띠기 시작한 것은 2007년 사르코지 정부가 들어선 이후로, 새 정부는 디지털 산업이 창출해낼 경제적 효과를 강조하면서, ‘디지털 경제’를 국내 경제난을 타개할 최선책으로 지목, 정책적 화두로 내세우게 된다.

디지털 경제의 성립을 위해서는 우선적으로 이 총괄적인 체계를 유지할 수 있는 디지털 전자통신망, 인터넷 망 등의 인프라가 우선적으로 구축이 되어야 하고 또한 이 체계에 맞는 신 개념의 디지털 콘텐츠들이 새로이 생산되어야 한다. 바로 이 두 가지가 현재 프랑스 정부가 자국을 “디지털 대국”으로 성장 시키겠다는 의지를 표

명한 이후 가장 주력하고 있는 부분이라 하겠다.

그런데 여기서 주목해야 할 점은 이렇게 “디지털 대국”으로 나아감에 있어 프랑스 정부의 관심과 노력이 국가의 경제성장에 실질적인 이익을 가져다 줄 디지털 산업의 발전, 즉 경제적인 분야에만 한정된 것이 아니라, 그러한 노력이 디지털 기술의 발전을 사회·문화적 분야의 성장과 발전으로 연결시키려는 데 또한 집중되어 있다는 사실이다. 실제로 프랑스는 디지털 기술이 문화 분야에 가져올 수 있는 긍정적인 결과에 대해 관심을 가지며 꾸준한 정책적 연구를 행하고 있으며, 현재 디지털 기술을 이용한 프랑스 문화 가치의 재창조 (혹은 보존)작업이 구상, 진행 단계에 있다. 이는 프랑스 문화계가 가장 관심을 가지고 추진시키는 문화진흥책 중 하나라 할 수 있다. 이와 함께, 프랑스 정부는 급격한 디지털 혁명의 물결 속에서 프랑스 사회 문화적 기반이 약화될 수 있다는 사실 (불법 다운로드에 의한 지적재산권의 침해와 대중문화산업의 발전 저해 등)에 주목하면서 이에 대한 근본적인 대책을 세우며 앞으로 도래할 디지털 사회에 대한 새로운 질서를 마련하는데 주력하고 있다.

본 논문은 디지털 문화대국을 수립하고자 하는 프랑스의 정책 상황과 현황 등을 위에서 언급된 두 부분, 즉 디지털 기술 관련 문화정책, 또는 문화 현상 (2. 디지털과 문화의 만남) 과 디지털 사회에 대한 새로운 문화질서책 수립 (3. 디지털 시대의 문화질서 확립책)이라는 두 주제를 중심으로 설명, 논의해 나가하고자 한다.

2. 디지털과 문화의 만남

현재 프랑스의 문화계가 디지털 기술 발전과 관련하여 가장 관심을 쏟고 있는 정책 분야는 문화유산의 보존과 활용부분으로, 이 때의 디지털 문화진흥책은 프랑스의 문화적 정체성의 확립과 민주주의적 사회 지식 체계의 확립 등을 지향하는 지적 차원의 정책이라 할 수 있다.

1) 문화유산전수

명실상부 문화 대국으로 인정받고 있는 프랑스는 이러한 타이틀을 갖도록 해준 수 많은 유형문화자산과 무형문화유산의 보존과 활용에 많은 관심과 노력을 쏟고 있다. 이 때의 보존과 활용은 디지털 기술의 이용을 전제로 한다.

(1) 무형문화유산의 디지털화

프랑스 정부는 무형문화유산 디지털화의 목적을 크게 세 가지로 내세운다. 첫 번째는 모든 무형문화유산을 영구적 보존이 가능한 형태, 훼손되지 않는 형태로 후손에게 전달하기 위해서라 하겠다. 두 번째는 모든 프랑스인들이 프랑스가 소장하고 있는 풍부하고 다양한, 글, 그림, 영상 형태의 문화적 지식 자산을 자유롭게 접하고 이용할 수 있도록 하는 것이다. 지식과 문화의 민주화를 지향한다 하겠다. 세 번째로는 그렇게 디지털화로 축적된 풍부한 지적자원을 세계 모든 이들이 이용할 수 있게 함으로써 디지털 시대의 문화 대국으로서 자리매김 하려는 것이다.

서적, 또는 글, 그림 등으로 남겨진 문화자산의 디지털화 작업이 활성화 되도록 하기 위해, 문화부는 2009년 10월 ‘도서관 문화유산 디지털화 추진 위원회’(La Commission sur la Numérisation des Fonds Patrimoniaux des Bibliothèques)을 설립하여 도서관을 중심으로 이루어지는 이 분야의 문화정책들이 좀더 구체적이고 적극적으로 추진되도록 하고 있다.

프랑스는 지상파 라디오·텔레비전 프로그램들이 공공의 자산인 공중파를 통해 방송되었던 만큼 이 또한 공공문화유산으로 지정하고 있는데, 이러한 시청각 무형문화재의 디지털화 작업은 시청각 아카이브 보관소인 INA(Institut National Audio-visuel)라는 공공기관을 중심으로 2000년대 초반부터 활발히 이루어져 왔다. 2006년부터 INA는 온라인 상¹⁾에서 일반인을 상대로 100,000개의 시청각 아카이브(10,000 시간의 프로그램) 제공 서비스를 시작하였고, 2009년부터는 25,000 시간에 해당하는 프로그램 아카이브를 제공하기 시작하였다.

언급된 두 부분의 정책들 모두 디지털 기술을 이용하여 단단한 기반의 민주적 지식정보사회를 이룩하려는 프랑스 정부의 의지가 발현된 것이라 하겠다.

(2) 디지털 시대의 문화유산 이용의 다각화

무형문화유산의 디지털화 작업 추진과 동시에 프랑스 정부는 디지털화된 문화적 지식을 효과적으로 대중에게 보급시킬 방법 또한 모색하게 된다. 2009년 7월 문화 커뮤니케이션부는 “혁신 문화 디지털 서비스(Services numériques culturels innovants)” 지원 프로그램을 발표하며, 대중의 인터넷을 통한 디지털 문화유산의 이용을 촉진시킬 “문화포털 사이트” 제작 프로젝트를 공모한다. 이는 일반대중 뿐만

1) www.ina.fr

아니라 전문인들에게도 문화적 지식과 정보를 제공할 목적을 지닌 사이트들로, 프로젝트의 공모 결과 55개의 프로젝트가 선정되었다. 다음은 선정된 팀과 프로젝트 리스트 중의 일부분이다.

《‘문화포털 사이트’ 제작 프로젝트 주요 내용》

기관	프로젝트
ARTE	ARTE Live web / Avignon : 아비뇽의 공연과 이와 관계해 네티즌들이 만들어 올린 콘텐츠를 담은 개방형 공간(플랫폼)제작
BIPLAN	Vivea château fort de Cherbourg : 셰르부르 성곽과 그 성곽내 마을의 3D 재현
렌느 국립 무용 센터	Musée virtuel de la danse : 무용 가상 박물관
뿔루즈 시네마테크	1919년-1929년 사이에 제작된 프랑스 장편영화 카탈로그와 미국의 풍자극의 포토그램을 중심으로 한 디지털 시네마테크 개방형 공간(플랫폼)의 제작
Cité de l'architecture et du patrimoine	Archi-Junior : 7-12세의 어린이, 특히 시력장애 어린이들을 위해 만들어진 건축에 관한 인터넷 사이트
Milpix	PIXEE : 핸드폰으로 전시회의 포스터의 사진을 찍음과 동시에 그 전시회의 내용물들을 핸드폰을 통해 볼 수 있도록 하는 서비스 제작
INRAP	Les experts du passé (과거를 밝히는 자들) : 청소년 층을 대상으로 하는 가상의 인터랙티브 유적지 발굴 체험 서비스

출처: http://www.culture.gouv.fr/culture/mrt/numerisation/fr/actualit/documents/aap_innovation_2010_resultats.pdf

2) 새로운 문화홍보수단

프랑스 정부는 디지털 기술을 시민들의 문화생활 증진을 위해 적극 활용하고 있는데, Proxima Mobile과 QR 코드의 활용이 이에 대한 대표적인 예라 할 수 있다.

(1) Proxima Mobile

Proxima Mobile는 2010년 2월부터 시행된 모바일 인터넷 서비스로 정부가 주도하여 만든 핸드폰(스마트폰)을 위한 인터넷 공공 포털 서비스라 할 수 있다²⁾. 그 취지와 내용은 다음과 같다.

2) www.proximamobile.fr

Proxima Mobile	
목적	- 시민의 일상생활에 편의를 제공할 수 있는 새로운 서비스 만들기 - 핸드폰 서비스의 에코시스템 발전시키기 - 모바일 인터넷 사용자들이 정보를 나누고 의견을 표현 할 수 있는 공간 마련하기
내용	- 법, 문화, 교육, 제도, 직업, 소비생활, 장애인, 건강, 노령인구, 지역사회, 관광, 개인서비스, 지속가능한 발전* 등의 13개 분야에 관계된 121개의 어플리케이션을 무료로 다운받아 이용할 수 있음.

* Développement durable 또는 영어로 Sustainable development 임.

정부의 주도하에 제작된(스마트폰) 어플리케이션 제공 서비스인 만큼 그 내용은 공익의 성격이 매우 짙다고 할 수 있다. 문화 분야의 경우 역시 공공성이 반영된 내용들의 어플리케이션이 제공되고 있으며, 이는 시민들이 문화생활에 대한 정보를 손쉽게 얻을 수 있게 해주는 서비스(*Proxi Ciné*, *CulturePocket* 등)와 예술작품과 유명 건축물 등을 영상으로 경험토록 해주는 서비스(*CultureClic*, *Le Grand Palais-Paris* 등) 등으로 구성되어 있다. 현재 9개의 어플리케이션 중에서 가장 성공적인 서비스로 인정받고 있는 것은 루브르 박물관의 어플리케이션인 *Musée du Louvre* 이다. 루브르 박물관 건물과 박물관 소관 유명 예술 작품들을 여러 개 국어의 설명과 함께 비디오로 소개하고 있는 본 서비스는 2010년 10월까지 2백만 명이 이를 다운로드 받은 것으로 밝혀졌고, 이중 60%가 프랑스를 제외한 타국에 거주하는 스마트폰 이용자가 이용한 것으로 나타났다³⁾. 디지털 시대 문화대국으로서의 정체성을 확고히 세우고자 하는 프랑스 정부의 노력은 이러한 Proxima Mobile의 국내외적 성공을 통해 보상받고 있다고 할 수 있겠다⁴⁾.

3) <http://www.proximamobile.fr/>

4) Proxima Mobile의 성공에 힘입어, 2010년 11월 현재 프랑스 정부는 모든 유럽연합 국가들이 공통으로 이용할 수 있는 유럽 공공 모바일 인터넷 서비스, 즉 유럽 Proxima Mobile을 만들 것을 제안, 계획 중에 있다.

《Proxima Mobile 사이트의 문화 분야 애플리케이션 소개 페이지》



출처: <http://www.proximamobile.fr/appcategorie/culture>

(2) QR code⁵⁾

최근 들어 주로 광고에 많이 이용되고 있는 새로운 개념의 정보저장 바코드인 QR 코드가 프랑스에서 문화활동 홍보의 수단으로 이용되고 있다. 카메라 폰을 통해 인식된 후 사용자를 지원 웹사이트 등에 연결시켜 바로 광고대상이나 홍보대상에 대해 더 자세한 정보를 제공하는 정보 코드로서 프랑스에서는 예술·문화 전시회의 홍보에 적극적으로 활용되고 있다. 파리의 유명 전시회관인 파리 피나코텍(Pinacothèque de Paris)은 2010년 들어 각 전시회의 홍보 포스터 하단에 QR 코드를 넣어 전시회를 소개하고 있고, 국가문화유적센터(Centre des Monuments Nationaux)의 경우도 각각의 문화행사 홍보 포스터에 QR코드를 삽입하여 행사에 대한 디지털화 된 정보를 제공하고 있다.

5) QR코드는 흑백 격자무늬 패턴으로 정보를 나타내는 매트릭스 형식의 이차원 바코드이다. QR코드는 주로 일본에서 많이 사용되며 명칭은 덴소웨이브의 등록상표 Quick Response에서 유래하였다. 종래에 많이 쓰이던 바코드의 용량 제한을 극복하고 그 형식과 내용을 확장한 2차원의 바코드로 숫자 외에 문자의 데이터를 저장 할 수 있다. 보통 디지털 카메라나 전용 스캐너로 읽어 활용한다. (참조 : http://ko.wikipedia.org/wiki/QR_%EC%BD%94%EB%93%9C)

《피나코텍 전시회 포스터》



이 외에 공공장소에서 이루어지는 야외 전시회의 경우 각 전시물 하단에 QR 코드를 마련하여 관람객에게 작품에 대한 더 많은 설명과 정보를 제공하기도 한다.

3. 디지털 시대의 문화질서 확립책

프랑스는 위에서 본 바와 같이 디지털 시대의 문화정책의 계획과 실행에 끊임없는 노력을 쏟고 있는 동시에, 디지털 혁명이 프랑스 문화환경에 가져다 주는(부정적인) 변화에 대해서도 적극적인 대처를 해나가고 있다. 문화 콘텐츠 불법 다운로드 근절을 위해 만들어진 규제책인 ‘Carte Musique Jeune’과 ‘인터넷 상 창작품의 보급과 보호를 위한 법’, 일명 Hadopi 법⁶⁾이 이러한 ‘적극적 대처’에 대한 대표적인 예로 이 정책들은 이제까지 불법 다운로드로 인해 경제적 불이익을 당했던 문화콘텐츠 제작·보급 분야가 지적재산권의 보호아래, 그들의 문화 생산활동에 대해 합당한 대가를 받을 수 있도록 한다는 데에 목적을 두고 있다.

1) ‘Carte Musique Jeune’

2009년 8월, 문화커뮤니케이션부 장관 프레데릭 미테랑은 문화계의 영향력 있는

6) La loi du 12 juin favorisant la diffusion et la protection de la création sur internet; 일명 la loi HADOPI (la Haute Autorité pour la diffusion des œuvres et la protection des droits sur Internet) 라 불린다.

인사 중 한명인 세루띠에게 인터넷 문화 콘텐츠 산업 발전을 위한 구체적 계획안을 작성하여 제시해 줄 것을 요청한다. 5개월 간의 연구 작업 끝에 세루띠는 2010년 1월 ‘창조활동과 인터넷’이라는 제목의 보고서를 내놓는다. 2009년 5월 “인터넷 상 창작품의 보급과 보호를 위한 법 (Hadopi 법)”을 제정함으로써 인터넷 상에서 행해지는 문화 콘텐츠 불법다운로드 행위에 대해 법적 제재를 마련했던 프랑스 정부는 다음 단계로 인터넷을 문화산업 발전의 동력으로 이용하고자 하는 계획을 세우게 되는데, ‘창조활동과 인터넷’ 보고서가 바로 이러한 정부 계획을 구체화하는 임무를 맡았던 것이다.

이 보고서에서 제시한 여러 제안들 중 인터넷 음악 서비스 분야 발전에 대한 대표적인 제안이 바로 《청소년 네티즌 층을 위한 ‘인터넷 음악 카드-Carte Musique Jeune’ 제공》계획이다. 음원의 불법다운로드를 행하는 층이 주로 독립적인 생활자금을 지니지 못한 15-25세의 청소년 층임을 감안하여, 본 카드를 이용해 인터넷 상에서 음원을 구입할 경우 구입자가 결국에는 50% 이상의 할인 혜택을 받도록 한다는 것이 ‘Carte Musique Jeune’의 주 내용이다⁷⁾. 판매에서 감면된 50%의 금액은 국가 지원에 의해 충당되도록 한다. 이는 청소년 네티즌에게 어느 정도의 구매력을 갖추게 하여 합법적인 구매를 행하도록 하고 이가 음원 판매 상승으로 이어져 음악 산업 관련자들의 경쟁력을 높여 결국 서비스 이용가격과 음원 판매가가 낮아지도록 하는 연쇄적 결과를 도출해 내려는 의도를 담고 있다. ‘Carte Musique Jeune’은 여러 달의 준비와 법적절차 끝에 2010년 10월 28일부터 실시되고 있다⁸⁾.

2) Hadopi 법

인터넷상의 ‘peer to peer’ 다운로드가 야기하는 저작권 침해 방지를 위해 만들어진 프랑스 국내법으로 2009년 6월 공포되었고, 이후 2009년 9월 새로운 항목들이 첨가된 ‘Hadopi 2’가 새로이 제정되었다. ‘Hadopi’는 동법 19조를 통해 2009년 11월 1일 구성된, 인터넷 상 창작품의 보급과 저작권 보호를 담당하는 독립규제기구인 ‘Haute autorité pour la diffusion des œuvres et la protection des droits sur Internet’ 의 준말이다.

7) 표시 가격이 10유로인 인터넷 음악 카드로 20유로 만큼의 음원을 구입할 수 있다.

8) <http://www.carte-musique.gouv.fr/>

(1) Hadopi 법의 내용과 취지

Hadopi 법의 근본적인 취지는 문화산업(특히 음악과 영화산업)에 불이익을 가져다주는 인터넷 상의 불법 다운로드를 근절하는 것으로, 본 법은 이러한 인터넷 상의 불법행위에 대해 'Riposte graduée', 다시 말해 여러 단계의 '유연한 전략'으로 법적 대처를 해 나갈 것을 제시하고 있다. 이는 세 단계로 이루어지는데, 불법 다운로드를 '자행'한 후 처음으로 법망에 걸린 네티즌들에 대해 담당기관은 첫 번째 법적 소환을 대신한 '경고메일'을 보내고, 이들이 6개월 안에 '재범'을 할 경우 해당 네티즌은 '경고메일'과 함께 '경고 등기우편'을 받게 된다. 이 후 12개월 내에 3번째 재범이 일어날 경우 Hadopi 는 소위 해당 '범법자'에 대한 자료를 법원으로 넘기게 되고, 판결에 따라 해당 네티즌은 1,500유로까지 달할 수 있는 벌금에 한 달간의 인터넷 서비스 공급 차단이라는 처벌까지 받을 수 있다. 또한, 본 법은 법원에서 인터넷 서비스 공급 차단 조치를 받았던 이들에 한해, 법적 효력이 없어지는 한 달 이후에라도 이들이 어떠한 인터넷 공급 서비스에도 가입할 수가 없도록 규정해 놓았다. 만약 이렇어가고 새로운 가입을 할 경우 3,750 유로의 벌금을 내야하고, 만약 법적 효력이 살아있는 한 달의 기간 내에 새로운 인터넷 서비스에 가입할 경우, 1년간 인터넷 서비스 공급 차단, 30,000 유로의 벌금 또는 징역 2년까지 선고받을 수 있다.

(2) Hadopi 법을 둘러싼 사회적 논쟁

2009년 초부터 인터넷에 대한 강력한 제재를 목적으로 삼고 있는 Hadopi 법의 제정을 두고 네티즌 뿐만이 아니라 사회 각계 각층에서 반발의 소리가 거세었다. 그리고 법 제정 이후 1년이 훌쩍 넘긴 현재까지 이에 대한 논쟁은 좀처럼 사그러들지 않고 있다.

먼저 Hadopi 법에 대한 반대파들은 이 법이 불법다운로드를 근절시키는데 있어 별 효력을 나타내지 못하고 있다고 지적하며 인터넷이라는 공간이 통제될 수 없는, 그리고 통제되어서는 안 되는 공간임을 강조한다. 현재 Hadopi 법은 'peer to peer' 경로를 이용해 다운로드를 받는 네티즌들을 겨냥한 것으로 이들의 통제를 위해 이용되는 기술 또한 'peer to peer' 다운로드 경로만을 추적하도록 되어있다. 문제는 'peer to peer'를 이용하는 네티즌들의 수는 점점 줄어들고 대신 정부의 추적 장치에 감지되지 않는 streaming 방식, 즉 불법 다운로드 사이트에서 생중계 방식으로 음악을 듣거나 영화를 보는 네티즌들이 늘어난다는 것이다. 이 또한 엄연히 저작권

을 침해하는 행위이나 Hadopi 법으로는 통제와 규제가 되지 않는다 하겠다. 2010년 3월 렌즈 대학의 M@rsoin 연구소는, Hadopi가 공식적인 규제에 들어간 후 'peer to peer' 이용자의 1/3이 불법 다운로드를 완전히 그만두었으나 나머지 2/3는 streaming과 같은 다른 형태의 불법다운로드 경로를 이용하기 시작했다는 내용의 연구 결과를 발표했다⁹⁾. 이런 아이러니한 현상을 앞에 두고 Hadopi 법 반대파들은 인터넷 통제의 불가능함을 주장하며, 문화 산업의 이익 보장을 위해 인터넷을 통제하기 보다는 문화산업이 현재의 변화무쌍한 정보사회 환경에 맞춰나갈 것을 권고한다.

이렇게 Hadopi 법이 디지털 네트워크 시대로의 발전에 반(反)하는 규제임을 주장하며 본 법을 비판하는 이들이 있는가 하면, 이 법이 민주주의 정신에 반(反)하는 논리 위에 세워졌다고 이를 비난하는 이들도 있다. 이들은 지식과 정보가 모든 이들에게 차별 없이 무료로 제공되어야 하고 모든 시민들은 모든 형식의 문화를 누릴 권리를 가지고 있다는 입장을 지니고 있는, 즉 전통적인 좌파 입장을 견지하고 있는 이들이라 하겠는데, 이러한 입장의 반대파들은 Hadopi 법이 자본주의 시장에서 중요한 역할을 하고 있는 대규모 음반·영상 제작사와 같은 거대 '문화 장사꾼'의 이익을 보장해 주기 위해 만들어진 법이라 비난하고 있다. 그리하여 결국 이 법으로 인해 문화적 독점 자본주의가 유지되고 인터넷을 통한 문화 민주주의는 실현되지 못하게 될 것이라 주장하고 있다.

현재 Hadopi 법이 다시 한 번 사회적 논쟁의 중심에 서고 있는데, 이는 최근 들어 Hadopi 법의 규제를 완화할 필요가 있다는 대통령의 발언 이후 부터이다. 끊임 없는 사회적 반발을 일으켜 온 Hadopi 법을 완화시킴으로써 2012년 대선을 목표로 두고 있는 (듯한) 사르코지가 네티즌의 환심을 되사려 한다는 분석이 일고 있는 가운데, Hadopi 법이 결국에는 정치적 목적으로 이용되려 한다는 비난 또한 한쪽에서 일고 있는 것이다.

4. 맺으며

현재 한국의 디지털 기술의 이용과 보급, 그리고 디지털 기술 개발은 타의 추종

9) <http://www.numerama.com/magazine/15210-une-etude-indique-que-la-loi-hadopi-augmente-le-piratage.html>

을 불허할 만큼 많은 발전을 해 왔다. 그런데 기술적인 뒷받침은 단단한 반면 이러한 기술 발전과 함께 만들어진 무한한 디지털 망의 공간을 채울 콘텐츠가 함께 발전해 오지 못하면서 한국의 디지털 정책은 콘텐츠 부족이라는 문제에 당면해 있다. 디지털의 문화부문 콘텐츠 또한 예외가 아니다. 오락적인 부분이 많이 발전하긴 했으나 다양성과 진지함, 그리고 철학이 결여된 문화 콘텐츠의 성장에는 한계가 있기 마련이다. 문화의 종주국으로 수많은 유형·무형문화유산을 보존, 개발, 연구 해 온 프랑스가 이러한 그들의 실제적 문화유산들을 디지털 문화 콘텐츠 개발에 백분 이용함으로써 디지털 문화대국으로의 꿈에 한걸음 한걸음 다가가고 있음을 본 이상, 우리는 왜 우리 한국이 디지털적 문화 콘텐츠의 빈곤에 시달림을 이해할 수 있을 것이다. 실제적인 한국의 유형, 무형 문화 유산에 대한 개발과 연구, 진지한 접근이 없는 이상, 이에 기반을 두고 일어서야 하는 한국적 디지털 문화 콘텐츠 분야의 성장은 기대할 수 없는 것이다. 문화정책과 디지털 정책이 한 종이의 이면임을 이해해야 한다. 프랑스의 디지털 문화 정책의 사례와 현황을 소개한 본 글의 의의는 바로 이러한 한국적 문화현상에 대한 이해를 돕는다는 데서 찾아야 할 것 같다. 또한 본 글은 Hadopi 법에 대한 사례 소개를 통해 디지털 정보사회의 문화와 관련된 정책의 수립은 새로운 상황을 제도화시키는 만큼 매우 엄중하고 조심스럽게, 그리고 진지한 연구와 토론을 거쳐 이루어져야 함을 강조하고자 했음을 덧붙인다.

참고문헌

- 최지선(2009). 프랑스디지털 TV 전환 현황과 수신기 보급정책. *KOCCA 동향과 분석*, 302호.
- 문화체육관광부(2010). *디지털 융합시대 콘텐츠 산업 미래정책 연구*. 문화체육관광부.
- Besson, E.(2008a). *le diagnostic stratégique "France 2025"-Point d'étape au 1er octobre 2008*.
- _____ (2008b). *France Numérique 2012*. 이원 역(2009). *디지털 프랑스 2012*, KISDI.
- Cerruti, G. et alli.(2010). *Création et Internet*.

Commission Economie numérique(2009). *La société et l'économie à l'aune de la révolution numérique-Enjeux et perspectives des prochaines décennies(2015-2025)*.

Giazzi, D.(2008). *Les Médias et le Numérique*, 김태훈 역(2009). *미디어와 디지털*, KISDI.

Groupe de travail sur le patrimoine culturel numérisé(2009). *Partager notre patrimoine culturel*, Ministère de la culture et de la communication.

Ministère de la culture et de la communication(2009a). *La Culture au coeur du plan de relance*, Dossiers, mars-2009.

_____ (2009b). *Programme national de numérisation-appel à projet de numérisation 2010*.

Secrétariat chargé de la prospective et du développement de l'économie numérique(2009). *Le volet numérique du plan de relance de l'économie française*.

<http://www.cnc.fr/Site/Template/Accueil.aspx?SELECTID=614&id=1&t=2>

<http://www.csa.fr/>

<http://www.culture.gouv.fr/>

<http://www.ddm.gouv.fr/sommaire.php3>

<http://www.gouvernement.fr/>

<http://www.ina.fr/>

<http://www.laquadrature.net/fr/loi-hadopi>

<http://www.numerama.com/>

<http://www.pinacothèque.com/>

<http://www.prospective-numerique.gouv.fr/>

<http://www.proximamobile.fr/>