

## 프랑스의 전기(傳記) 영화(Film Biographique) 전성시대

최근 프랑스에서는 필름 비오그라픽(Film biographique) 또는 영어에서 유래된 말인 비오픽(Biopic: Biographical pictures)으로 불리는 유명한 인물들의 전기(傳記) 영화 및 드라마 제작이 붐을 이루고 있다.

사실, 전기 영화 제작은 프랑스에서보다 영미권에서 먼저 시작한 전통으로 이미 오래전부터 JFK, 닉슨 등 정치인을 주인공으로 한 다양한 전기 영화들이 관객들의 흥미를 끌어들였다. 올해 개봉한 전기 영화만 해도 톰 크루즈(Tom Cruise) 주연의 <발키리(Walkyrie)>, 션 펜(Sean Penn) 주연의 <밀크(Harvey Milk)> 등 여전히 영미권에서는 꾸준히 전기 영화가 제작·수출되고 있는 추세이다.

이러한 전기 영화는 전 세계적으로 인기를 누리고 있는데, 그 결과로 2007년, 2008년 연속으로 아카데미는 전기 영화에서 열연한 여배우들에게 여우주연상의 영광을 안겨주었다. 2007년 영국의 엘리자베스 2세를 소재로 한 영화 <더 퀸(The Queen)>에서 엘리자베스 여왕 역을 한 헬렌 밀러와 프랑스의 유명한 샹송 가수인 에디트 피아프(Edith Piaf)의 일생을 담은 <장밋빛 인생(La Môme)>에서 피아프 역을 연기한 마리옹 코티야르(Marion Cotillard)가 그 주인공들이다.

전기 영화 제작 경향은 <장밋빛 인생>의 대성공 이후 최근 프랑스에서 절정을 이루고 있다. 2007년 <장밋빛 인생> 이후 프랑스의 유명 작가인 프랑수아즈 사강(Françoise Sagan)을 소재로 한 드라마와 영화, 세계적인 명품 브랜드 샤넬의 창시자인 가브리엘 샤넬(Coco Chanel)을 소재로 한 드라마와 영화가 이미 개봉되어 성공을 거두었고, 그 뒤를 이어 20세기 프랑스의 다양한 인물들을 주인공으로 한 전기 영화가 개봉을 기다리고 있다.

### 프랑스의 전기(傳記) 영화 제작 현황

본래 영미권 영화의 전통으로 알려진 전기 영화가 그동안 프랑스에서 제작되지 않았던 것은 아니다. <까미유 끌로델>과 같이 세계적으로 알려진 프랑스 전기 영화도 간혹 있었다. 그러나 그것은 하나의 장르로서 존재할 뿐 프랑스 영화계에서 그 제작 편 수나 비율에서 높은 점유율을 차지하는 것은 아니었고, 상대적으로 관심 밖에 있던 장르였다. 그런데 최근 1, 2년 사이 눈에 띄는 정도로 여러 유명 인물들을 주인공으로 한 작품들이 속속 제작되고 흥행을 이어가고 있는 것이다.

위에서도 언급한 바와 같이 가장 먼저 최근 전기 영화 제작의 물꼬를 튼 작품은 프랑스의 유명한 여가수 에디트 피아프의 삶을 조명한 영화 <장밋빛 인생>이다. 이 영화는 주인공 배역을 맡은 여배우가 외국 배우들에게 인색하다고 정평이 난 아카데미 시상식에서 프랑스 여배우로서는 네 번째로 2008년 아카데미 여우주연상을 수상하는 쾌거를 거두는 등 세계적으로 큰 성공을 이루었다. 특히, 프랑스어로 연기하여 여우주연상 수상을 한 것은 처음이라는 점은 더욱 이 영화의 세계적 성공을 반증한다. 이러한 성공에 힘입어 프랑스의 많은 감독과 제작자들은 프랑스산(産) 전기 영화의 가능성에 주목하며 전기 영화 제작에 관심을 보이게 된 것이다.

그 뒤를 이어 2008년에는 프랑스의 문인인 프랑수아즈 사강을 소재로 한 드라마와 영화가 제작되었고, 유명한 코미디언인 미셸 콜뤼치(Michel Colucci)를 주인공으로 한 영화 <콜뤼슈, 한 남자 이야기(Coluche: l'histoire d'un mec)>가 개봉되었다. 2009년 상반기에는, 세계적인 디자이너 샤넬의 영화와 드라마가 개봉되어 큰 성공을 거두었으며, 벨기에의 유명한 노래하는 수녀 제닌 데커스(Jeannine Deckers)의 영화 <미소 짓는 수녀> 역시 관객들로부터 많은 인기를 끌었다. 유명한 가수이자 배우인 세르주 갱스부르그(Serge Cainsbourg) 영화 역시 2009년 하반기 개봉을 기다리고 있고, 또 다른 유명 가수이자 배우인 이브 몽탕(Yves Montand)의 이야기를 다루고 있는 영화, 오스트리아 출신으로 프랑스에 정착하여 세계적인 여배우가 된 로미 슈나이더(Romy Schneider) 영화가 2009년 제작되어 지속적으로 프랑스에서 전기 영화 열풍을 이어갈 것으로 전망된다.

그러나 이렇게 많은 제작자와 감독들이 한꺼번에 전기 영화 제작에 열을 올리다 보니 문제점도 대두되고 있다. 특히, 많은 전기 영화 시나리오들이 기존에 나와 있는 전기(傳記) 소설에 의존하다 보니 모두 같은 인물의 영화를 만들고자 하는 경쟁

이 벌어지기도 한다. 그 단적인 예가 샤넬을 주제로 한 경우로, 그녀의 일생을 담은 영화와 드라마가 2년 동안 무려 한꺼번에 세 편이나 제작되었고, 두 편의 영화의 경우 한 달 차이로 관객들에게 공개되어 논란이 되기도 하였다.

### 전기(傳記) 영화의 흥행: 코코 샤넬의 사례

불과 1, 2년 사이에 10여 개에 이르는 전기 영화 작품들이 제작되고 있는 최근 프랑스 영화계의 추세 속에서 가장 정점에 있는 것은 명품 브랜드 샤넬의 창시자인 코코 샤넬(Coco Chanel)의 전기 영화 및 드라마이다. 코코 샤넬의 전기 영화가 맨 먼저 만들어진 것은 1981년에 개봉된 <Chanel Solitaire>라는 영화로, 그때는 이렇다 할 만한 영화적 성공을 거두지 못했다. 그러나 최근 무려 세 편의 영화 및 드라마가 샤넬의 인생 역정을 소재로 만들어져 성공을 거두고 있다.

샤넬을 소재로 한 영화들은 샤넬의 어려운 젊은 시절과 고집스러우면서도 시대를 앞서 가는 창의성과 감각을 지닌 여성이라는 점을 부각시키고, 보이 카펠이라는 그의 연인과의 사랑 이야기를 주로 담고 있다. 고아원 출신의 여성이 세계적인 명품 브랜드를 키워냈다는 점, 사랑하는 연인을 떠나보내고 평생 결혼하지 않고 여생을 보냈다는 점은 영화와 드라마의 극적인 요소를 모두 갖춘 좋은 소재가 아닐 수 없다.

총 세 편의 코코 샤넬을 소재로 한 영상 작품 중 가장 먼저 관객의 눈을 사로잡은 것은 프랑스 지상파 채널에서 2부작으로 제작하여 방송한 드라마 <코코 샤넬(Coco Chanel)>이었다. 2008년 12월 이틀에 걸쳐 방송된 이 드라마는 프랑스에서 첫 회 방송을 시청한 시청자가 460만 명에 이르렀고, 해외 수출 결과 미국에서는 520만, 이탈리아에서는 600만 시청자를 TV 브라운관 앞으로 불러 모으는 성공을 거두었다.

공교롭게도 한 달 간격으로 관객들에게 공개된 극장판 영화 두 편 역시 프랑스 영화로서 근래에 보기 드문 흥행을 거두었다. 먼저, 코코 샤넬(Coco avant Chanel)이라는 제목으로 한국에서도 8월에 개봉될 예정인 안 폰텐(Anne Fontaine) 감독과 세계적인 프랑스 여배우 오드리 토투(Audrey Tautou)가 함께한 샤넬 영화가 그것

이다. 프랑스에서는 이미 4월 22일 개봉하여 큰 성공을 거두었다. 프랑스 영화를 해외에 프로모션하는 기관인 Unifrance에 따르면 이 영화는 40여 국가에 판매되었으며, 이미 개봉한 스페인과 네덜란드에서 개봉 한 달여 만에 각각 27만 5,000, 8만 6,000의 관객몰이를 하는 등 이 두 나라에서 올해 개봉한 프랑스 영화로서는 가장 흥행에 성공하였다. 이탈리아에서 역시 20만, 폴란드에서 10만 8,000, 벨기에에서 7만 5,000명의 관객들이 개봉하자마자 이 영화를 관람하면서 유럽에서는 만족스러울 만한 흥행 중에 있다. 멀리 오스트리아에서도 개봉하자마자 10만 명의 관객들이 보았고, 홍콩에서도 4만 7,000명의 관람객을 모으는 등 유럽 외 지역에서도 흥행 가도를 걷고 있다.

또한, 이 샤넬 영화는 총 140만 명의 관객을 확보했던 프랑스 영화 <더 클래스(Entre les murs)>와 <슈티네 온 것을 환영합니다(Bienvenue chez les ch'tis)>에 이어 2009년 가장 많이 본 프랑스어 영화 흥행 순위 3위에 올랐다. 프랑스 언론들은 앞으로 일본, 미국, 영국의 개봉을 앞두고 있는 안 폰텐의 샤넬 영화가 이들을 충분히 앞지를 것으로 예상하는 등 성공을 기대하고 있다.

그리고 2009년 칸 영화제의 폐막을 장식하며 또 다른 코코 샤넬 영화의 존재를 화려하게 알린 얀 쿠넝(Jan Kounen) 감독의 <샤넬과 스트라빈스키(Coco Chanel et Igor Stravinsky)>가 2010년 1월 영화관 개봉을 기다리고 있다. 이 영화 역시 유명한 감독과 샤넬 광고 모델의 결합으로 개봉 전부터 관심을 끌어 모으고 있어 개봉 후 큰 흥행을 거둘 것으로 예상하고 있다.

### 전기(傳記) 영화의 흥행 요소

#### 1. 실존 인물에 대한 흥미

이러한 전기 영화들이 언제나 중간 이상으로 흥행을 한다는 것은 어느 정도 예상할 수 있다. 이미 전기 영화라는 장르 자체가 흥행 요소들을 가지고 있기 때문이다. 첫째, 전기 영화는 과거의 실존 인물을 주인공으로 했다는 점에서 관객들의 흥미를 끌어낸다. 관객들은 실존 인물에 대한 이야기를 극적으로 만들어내는 것에 언제나 흥미를 느끼고, 이러한 점은 이미 수많은 영미권의 전기 영화들을 통해서 증명되었

다. 많은 관객은 ‘누구’라도 실존 인물이라면 일단 관심을 보이는 것이다.

반면에 전기 영화는 모두 실존 인물을 주인공으로 삼고 있다는 측면에서 오히려 ‘누구’를 소재로 하느냐가 흥행의 중요한 요소라고 할 수 있다. 즉, 실존 인물을 내세운 전기 영화들은 그 장르 자체로 어느 정도의 흥행은 보장할 수 있지만 최고의 흥행실적을 내기 위해서는 오히려 인물을 선택하는 데에 신중해야 한다는 것이다. 수많은 전기 영화의 주인공들 중에서 최근 1년 동안 프랑스에서 성공을 거두고 있는 영화들의 주인공은 관객들이 모두 잘 아는 동시대 인물이라는 점과 프랑스의 자부심을 느낄 수 있는 유명인이라는 공통점을 갖고 있다. 주로 정치인이나 역사 속 인물들의 전기 영화를 많이 다루는 영미권의 전기 영화와 달리 최근 프랑스의 전기 영화는 자국의 문화계를 대표하는 인물들을 주인공으로 삼고 있다. 문화를 중요시하는 프랑스 사회의 맥락에서 세계적으로 내놓을 만한 유명인으로 문화계 인사들이 많은 것도 그 이유가 되고, 그렇기 때문에 프랑스 문화계의 대표 인물들이 주인공이라는 점은 프랑스인들의 관심을 끌기에도 충분하고, 그들의 자부심을 충족시켜주는 역할을 할 수 있게 된다. 따라서 제작자 입장에서는 에디트 피아프, 코코 샤넬, 프랑수아즈 사강, 미셸 콜뤼치, 세르주 갱스부르그, 이브 몽탕 등 유명하면서도 극적인 삶을 살았던 프랑스 문화계 인사들을 주인공으로 선택하게 되는 것이다.

## 2. 다양한 스토리텔링

두 번째 전기 영화의 흥행 요소는 ‘스토리텔링(storytelling)’이다. 좀 더 자세히 나누어 말하면, 실존 인물들의 ‘극적인 삶’이라는 ‘스토리(story)’와 이를 흥미롭게 서술하는 ‘텔링(telling)’ 기술에 있다. 이미 유명한 인물들은 그들의 삶과 관련한 이야기를 가지고 있고, 이러한 이야기는 사실을 기반으로 하고 있지만 감독과 시나리오 작가, 배우의 역량에 따라 얼마든지 다양하게 해석될 수 있다. 이렇게 ‘구성된’ 굴곡진 삶의 스토리는 그들의 성공을 더욱 극적으로 만들어준다. 그렇기 때문에 많은 관객이 전기 영화에 흥미를 느끼게 되는 것이다. 같은 인물, 같은 삶을 소재로 하고 있지만 삶의 어느 시기를 부각하느냐, 그 인물의 어떤 품성을 중심으로 이야기를 서술하느냐, 그리고 회상을 통한 간접적 서술 또는 직접 서술 등 어떤 방식으로 서술하느냐 등과 같은 ‘텔링(telling)’에 따라 완전히 다른 작품이 만들어질 수

있다는 점에서 같은 인물을 소재로 해도 ‘극적인 즐거움’이라는 요소만 충분하다면 흥행할 수 있는 것이다.

따라서 관객들은 다양한 스토리텔링으로 만들어진 실존 주인공들에 대해 자신들이 알고 있는 유명인이지만 그 인물이 어떤 사람인지 자세히 알게 되고, 몰랐던 부분을 들여다보게 된다는 점에서 흥미를 갖게 되는 것이다. 특히, 기존에 알려진 바와 다르게 숨겨졌던 부분, 축소되었던 부분을 드러내거나 강조하는 경우가 그러하다. 실제로 샤넬을 소재로 한 두 영화와 하나의 드라마는 모두 각기 다른 시기를 조명하고 있는데, 드라마의 경우 나이가 든 샤넬이 고아원 시절 이후부터 보이 카펠을 만나 디자이너로서 성공을 거두는 시기를 회상하는 형식을 통해 영화를 진행하고 있고, 안 폰텐의 영화는 샤넬이 디자이너로서 성공을 하기 이전 시기인 30세 초반까지의 이야기를, 안 쿠넝의 영화는 일반적으로 샤넬의 연인으로 알려진 보이 카펠과의 관계보다 스트라빈스키와의 관계에 주목하여 샤넬이 연인 보이 카펠과 사별 후 스트라빈스키를 만나게 되는 시기를 중심으로 샤넬의 삶을 조명하고 있다. 특히, 후자의 경우 단순히 샤넬만을 위한 전기 영화가 아니라 문화계의 두 거장 모두에 초점을 맞추고 있다는 점이 흥미롭다.

### 3. 스타 캐스팅

이렇게 전기 영화라는 장르는 유명인을 소재로 하였다는 점만으로도 관객들의 주목을 받을 수 있기 때문에 어느 정도의 흥행은 이미 보장될 수 있고, 이러한 점은 제작자와 감독들이 전기 영화를 만들고자 하는 충분한 이유와 계기가 된다. 배우들 역시 그들의 명성과 연기 경력을 위해 실존했던 유명인들을 연기하고자 하는 욕심들이 많은 편이다. 인구에 회자되는 인물의 배역을 맡았다는 사실만으로도 대중들의 관심을 얻게 되고, 성공적으로 그 인물을 소화해 냈을 경우 스포트라이트를 받게 되어 대단한 명성을 얻을 수 있기 때문이다. 그 단적인 예로 에디트 피아프 역을 훌륭히 소화해 내 프랑스를 넘어서 세계적으로 유명한 여배우 대열에 들어서게 된 마리옹 코티야르가 있다. 또한 관객들의 대부분은 유명인의 이야기에 관심이 있지만 그 유명인을 다른 유명한 배우가 어떻게 연기해 내는지에 대해 더욱 흥미를 느낀다. 따라서 전기 영화 주인공 배역에 대한 경쟁으로 인해 주로 스타들이 전기

영화의 주인공을 맡는 경우가 대부분인데, 이는 또다시 관객들의 관심을 끌면서 연쇄적으로 영화 흥행을 이끄는 중요털 관인이 된다. 이것은 지난 10여 년 동안 아카데미 시상식의 주연상을 전기 영화에 출연한 12명의 톱 배우들이 휩쓸었다는 사실이 뒷받침해 주고 있다. 힐러리 스웱크, 줄리아 로버츠, 니콜 키드옥 흥썬리즈 테론 흥리즈 위더스푼 흥헬렌 밀러, 마리옹 코티야르, 아드리안 브로디, 제이미 폭스, 필립 세이무어 호프만, 포리스트 위태커, 션 펜이 그들이다.

그리고 이러한 스타 캐스팅은 영화의 흥행을 보장하기 때문에 영화 투자자들의 투자를 유도하는 든든한 구실이 되기도 한다. 안 풍텐의 <코코 샤넬(Coco avant Chanel)> 제작자 카롤 스코타는 여러 프랑스 언론과의 인터뷰에서 유명 배우인 오드리 토투가 샤넬 역을 맡았다는 사실이 투자자들의 투자를 이끌어내는 중요한 요소였다고 밝히고 있다. <미소 짓는 수녀>의 주인공 역을 맡은 유명 배우 세실 드 프랑스(Cecile de France) 역시 자신이 무명 시절 같은 배역을 맡았을 때에는 어떠한 투자자도 투자를 원하지 않았으나 6년 뒤 자신이 유명해진 이후에는 같은 시나리오임에도 불구하고 영화사가 여러 투자자의 투자를 얻어낼 수 있었다고 말함으로써 전기 영화의 스타 캐스팅의 중요성을 강조하고 있다(<http://www.femmes.com/culture/cinema/le-pic-des-biopics-6847>).

특히, 캐스팅과 관련하여 프랑스의 제작자들은 자국의 유명인 그리고 그 유명인을 연기한 프랑스 배우를 통해 자국의 문화적 특색이 전달될 수 있다는 점에서 외국인들의 관심을 끌 것이라고 예상하고 이를 통한 영화 수출을 기대하고 있다. 이러한 점은 이브 몽탕(Yves Montand), 로미 슈나이더(Romy Schneider)의 전기 영화에서도 이어질 것이라는 예상이다.

#### 4. 전통적인 전기(傳記) 영화 문법 탈피

최근 프랑스에서 바람을 일으키고 있는 전기 영화들의 또 다른 흥행 요소는 감독들이 과거의 전기 영화 법칙을 따르지 않으려는 경향에서 찾아볼 수 있다. 즉, 기존의 전기 영화 문법에서 벗어나 새로운 방식의 전기 영화가 관객들의 관심을 증폭시키는 역할을 하는 것이다. 예를 들어, 에디트 피아프의 일생을 담은 <장밋빛 인생>의 경우에도 에디트 피아프 일생의 전체를 다루고 있지만 시간 순서를 그대로

따르는 것이 아니라 오히려 중요한 포인트들은 영화 후반부에 주인공의 회상이나 인터뷰를 통해 알려주어 약간의 반전을 피하는 형식을 취하고 있다. 안 폰텐의 <코코 샤넬(Coco avant Chanel)> 역시 기존의 전기 영화들이 주인공의 삶 전체를 조망하거나 영광의 순간들을 중심으로 서술하는 것에 반해 샤넬의 성공 이전 시기를 다뤘다는 점에서 차이를 보인다. 감독은 한 인터뷰에서 샤넬 신화 자체보다 샤넬 신화의 기원에 대해 관심이 있었다고 밝히고 있다. 세르주 갱스부르그의 영화를 제작하고 있는 마크 뒤 폰타비스(Marc du Pontavice) 역시 “기존의 전기 영화는 질색이다. 감독인 조안 스파르(Joann Sfar) 역시 무조건적인 찬양을 거부하고 적당히 창작된 시적이고 환상적인 ‘이야기’가 될 것”이라고 했다(<http://www.femmes.com/culture/cinema/le-pic-des-biopics-6847>).

### 프랑스 전기(傳記) 영화의 또 다른 역할

현재 프랑스에서 전기 영화는 그 자체로 관객 몰이를 하며 수익을 내는 ‘웬찮은’ 문화 콘텐츠이다. 이러한 전기 영화의 흥행은 관련 문화 상품을 통해 이차적인 수익을 창출하거나 다른 문화 콘텐츠와 결합하여 시너지 효과를 내기도 한다는 점에서 더욱 주목할 만하다. <장밋빛 인생>의 흥행을 통해 프랑스의 국민가수 에디트 피아프에 대한 관심이 세계적으로 확대되었는데, 이를 계기로 프랑스에서는 대대적으로 그녀에 대한 추모 붐이 일어났다. 방송사에서 에디트 피아프에 관한 다큐멘터리를 특집 프로그램을 방송하고, 음반사들은 특별 편집 음반을 출시하기도 하였다.

샤넬을 소재로 한 영화의 경우 실제 프랑스의 유명한 명품 브랜드의 창시자를 주인공으로 했다는 점과 동시에 영화 속에서 많은 샤넬의 작품들이 재현이 되었다는 점이 전 세계적으로 관객들의 관심을 끌 수 있었다. 이러한 영화적 성공은 브랜드를 관객들에게 상기시키고 긍정적인 이미지를 형성할 수 있기 때문에 브랜드 명성에도 다시 긍정적으로 영향을 미칠 수 있다는 점에서 의미가 있다.

실제로 이와 같은 마케팅 측면에서의 시너지 효과를 기대하면서 샤넬 측에서도 칼 라거펠드가 영화를 위해 직접 샤넬의 의상들을 재현하거나 샤넬 부티크 본점에서 촬영할 수 있도록 협조하는 등 적극적으로 지원하였다. 뿐만 아니라, 샤넬 측이

시나리오 검토 단계부터 참여하였음은 물론 주인공 역인 오드리 토투의 담배 피우는 자세나 바느질하는 자세 등을 수정해 주는 정도까지 관여했다는 후문이다. 게다가 샤넬은 프랑스에서 안 폰텐과 오드리 토투의 샤넬 영화가 4월 22일 개봉한 후 바로 연이어 오드리 토투를 모델로 내세운 샤넬의 새로운 향수 광고를 5월 6일부터 텔레비전 브라운관과 영화 스크린에 내보내는 치밀한 마케팅 전략을 세워 그 효과를 톡톡히 노리고 있었음을 드러냈다. 또 다른 샤넬 영화인 얀 쿠넝의 영화 역시 칸 영화제의 폐막식을 수놓으면서 개봉 전부터 유명8영화치르고 있는데, 이 샤넬 영화 주인공 역 역시 2003년 샤넬 향수 광고 모델이었던 안나 무글라리스(Anna Mouglalis)가 맡았다는 점도 우연만은 아니라고 할 수 있다. 두 샤넬 영화와 샤넬 그룹의 마케팅 전략 모두 서로 엄청난 시너지 효과를 낼 것이라는 것은 명백해 보인다. 즉, 샤넬 광고로 이미 관객들이 샤넬과 연관 지어 기억하는 여배우를 기용함으로써 영화에 대한 입소문과 시너지 효과를 기대한 감독과 제작자의 전략, 그리고 샤넬 영화 주인공으로 열연한 배우를 다시 자사 광고 모델로 기용한 샤넬 그룹의 마케팅 전략 모두 전기 영화와 전기 영화의 주인공과 관련한 사업이 영화 이상의 역할을 발휘하는 기회가 된 셈이다.

이와 같이 최근 프랑스에서 새롭게 주목받고 있는 장르로서의 전기(傳記) 영화는 세계 시장에서 프랑스 영화의 선전을 주도하면서 프랑스 영화계에 활력을 불어넣고 있다. 동시에 많은 제작자들과 감독, 배우들이 전기 영화라는 같은 장르에 집중하면서 흥행에서 경쟁이 치열해지고 있고, 이러한 경쟁은 개성과 창의성을 발휘할 수 있도록 추동하는 역할을 하고 있다. 앞으로 프랑스 전기 영화가 어떻게 발전하게 될지 귀추가 주목된다.

● 참조 :

- <http://www.unifrance.org/actualites/5360/coco-avant-chanel-reussit-ses-sorties-a-l-international>
- <http://www.filmsdistribution.com/>
- <http://www.mediametrie.com/>

- <http://www.rue89.com/2008/06/17/biopics-et-ringardises-quand-le-cinema-francais-radote>
  - <http://www.femmes.com/culture/cinema/le-pic-des-biopics-6847>
  - <http://www.lesechos.fr/info/comm/4863920-publicite-cinema-une-relation-ambigue.htm>
- 작성 : 최지선(파리 소르본 대학 커뮤니케이션 전공 박사준비과정(DEA),  
js\_choi@ymail.com)