

## 문화 콘텐츠로서의 프랑스 박물관

프랑스 하면 떠오르는 여러 이미지 중 하나가 ‘관광대국’이라는 이미지일 것이다. 실제로 프랑스에는 해마다 수많은 관광객이 방문한다. 그리고 이 수많은 관광객이 꼭 들르는 곳이 있다면 그것은 루브르, 오르세 등 프랑스의 유명한 박물관들이다. 프랑스는 오래전부터 박물관을 문화(유산) 콘텐츠, 관광산업 콘텐츠, 문화적 차원의 교육 콘텐츠로서 문화산업 정책의 중심에 두고 있다. 따라서 우리는 이 글에서 프랑스의 박물관이 담고 있는 기본 정신과 오늘날 문화 콘텐츠로서 디지털화와 같이 다양한 방식으로 발전하는 과정을 살펴봄으로써 프랑스 박물관 콘텐츠의 발전이 우리에게 줄 수 있는 시사점을 찾아보고자 한다.

### 프랑스 박물관

#### 1) 프랑스 박물관의 개념 및 종류

프랑스에서는 2002년 1월 4일 제정된 법령에 의거하여 프랑스 박물관 고등심의 위원회(Haut conseil des musées de France)의 심의를 거친 국립 박물관, 공공 박물관, 비영리 목적의 사립 박물관들만이 ‘프랑스 박물관(Musées de France)’이라는 명칭을 부여받을 수 있고, 이렇게 국가로부터 인정받은 박물관들은 대중들이 잘 알아볼 수 있도록 ‘프랑스 박물관’이라는 라벨을 붙일 수 있다. 프랑스 박물관이라는 지위를 얻은 박물관들은 문화유산 콘텐츠를 보호·보존하고, 대중의 지식, 교육 그리고 즐거움을 위해 노력해야 할 의무가 있다.

문화커뮤니케이션부(Le Ministère de la culture et de la communication)의 통계에 따르면 2008년 프랑스 박물관은 전국에 1,210개가 있으며, 파리를 비롯한 파리 인근 지역(Ile-de-france)에 136개, 프로방스-알프스-코다쥐르 지역(Provence-Alpes-Côte d’Azur)에 119개, 론-알프스(Rhône-Alpes) 지역에 106개로 가장 많고, 나머지 박물관들은 다른 지방에 골고루 분포해 있다. 이렇게 박물관이 가장 많이

분포해 있는 세 지역은 프랑스에서 관광지로도 유명한 지역이기도 하다. 따라서 이를 통해 유명 관광지와 박물관이 연계하여 발전해 있음을 유추해 볼 수 있다.

이러한 프랑스 박물관들은 형식적으로 문화부의 박물관국(Direction des musées de France, DMF)에 소속되어 있는 국립 박물관, 박물관국 이외의 문화부 관할 국립 박물관, 다른 정부부처 관할의 국립 박물관, 지방자치단체나 공공기관 관할의 공공 박물관, 기업이나 협회 등에 소속되어 있는 사립 박물관 등으로 세분화될 수 있다. 특히, 문화커뮤니케이션부의 박물관국 관할에 있는 34개의 국립 박물관들은 소장품이 국가에 귀속되어 있고, 운영 형태에 따라 국가의 보조금, 기업의 메세나, 지방자치단체의 보조금과 자체 수입(입장료, 관련 상품 판매, 레스토랑 등) 등을 통해 자율적으로 예산을 결정하여 운영하는 공공기관(établissements publics, EP)의 형태, 또는 자체 수입 없이 국가 보조금과 기업 메세나 등으로 국가 관할로 운영되는 국가권한 서비스(services à compétence nationale, SCN) 형태로 나눌 수 있다.

또한, 내용을 따라 분류하면 순수미술 박물관, 고고학 박물관, 역사박물관, 민속 박물관, 과학박물관 등으로 나눌 수 있다. 이외에도 사립 박물관들로서 기업이나 협회, 재단이 소유하고 있는 기업 박물관들은 관할하고 있는 단체와 관련하여 테니스, 보석, 예술가 등 특정한 주제를 가지고 만들어진 박물관들도 있다.

## 2) 프랑스 박물관 관련 법안

1793년 8월 루브르 박물관이 개관하면서 프랑스 박물관과 관련된 제도들이 생겨나기 시작하였다. 가장 처음으로 등장한 것은 <박물관 기본헌장(La Charte fondamentale du Muséum nationale)>으로, 이는 시장에 나온 미술품들이 외국에 팔려나가는 것을 방지하기 위하여 국가가 우선 매입할 수 있도록 10만 파운드씩을 지원한다는 내용을 담고 있다. 이 조항은 1921년 12월 31일에 제정된 재정 관련 법안에서 예술품의 국가의 우선 매수권을 보장하는 조항으로 연결되어 발전하게 된다. 또한, 1968년 12월 31일 법령은 역사적·예술적으로 높은 가치를 지닌 미술품, 도서, 소장품의 취득자, 기부자, 상속자가 이를 국가에 기부할 경우 상속 및 양도세를 면제해 주고, 상속세 혹은 증여세를 예술품으로 대신 납세할 수 있음을 명시하고 있다.

이렇게 프랑스의 박물관과 관련된 제도와 법안들은 우선 프랑스의 문화유산 콘텐츠를 보호하고자 하는 목적을 가지고 있다. 이와 같은 목적과 더불어 프랑스 관련 법안에서 중요하게 생각하는 개념이 있다면 그것은 ‘문화적 민주주의(démocratisation culturelle)’ 정신과 ‘공공 서비스(service public)’ 정신이라고 할 수 있다. 이는 혁명 이후 루브르 박물관이 공공 박물관으로서 처음 개관하면서부터 시작하게 된 근본적인 이념이라고 할 수 있다.

프랑스에서 박물관의 개념은 프랑스 혁명 이후 1793년 루브르 박물관에서부터 시작되었다고 할 수 있는데, 이때 처음으로 왕실의 소장품과 프랑스 혁명 당시 귀족, 성직자들로부터 몰수한 예술품들이 가장 최초의 공공 박물관의 소장품들로서 대중들에게 공개되면서 자유, 평등, 박애라는 프랑스 혁명의 기본 이념을 문화적으로 실천하는 계기가 되었기 때문이다. 또한, 프랑스 공화정 시절(1799~1804)에는 1801년 9월 1일 공화정 법령에 의거하여 지역 문화유산들을 풍부하게 하기 위해 15개 도시에 소장품들을 분배하기도 하였다.

오늘날 프랑스 박물관과 관련된 법안의 가장 중심이 되는 법령은 2002년 1월 4일 제정된 법령이다. 이에 따라 프랑스 박물관에 대한 정의가 성립되고, 특정한 문화적·과학적 기준에 따라 박물관 고등 심의위원회의 심의를 거친 박물관들만 ‘프랑스 박물관’이라는 지위를 부여 받았다.

오랜 기간 동안 프랑스 정부의 문화정책의 중심이 되어온 박물관은 2002년 1월 4일 박물관에 관한 법을 통해 그 지위와 역할이 더 분명해졌다. 특히, 이 법은 프랑스 박물관의 문화적 민주화와 발전에 이바지하기 위한 역할을 강조하고 있다. 즉, 프랑스 박물관들은 공공재로서의 소장품을 잘 보존하고 공공 서비스를 목적으로 대중들에게 전시해야 한다. 가능한 많은 대중이 평등하게 문화에 접근할 수 있도록 하며, 이를 위해 문화 및 문화유산에 대한 교육과 홍보활동에 힘써야 한다. 또한, 이와 같이 문화에 대한 대중들의 평등한 접근성을 높이기 위해 정부가 결정한 관람료 정책에 따라야 할 의무가 있다.

이 법안 역시 프랑스 문화 콘텐츠 보호를 중요시하고 있는데, 이 법은 프랑스 박물관을 위해 수출증명 거부 대상이 된 국가 보물의 구입을 위해 지원한 기업의 경우 지원 금액의 90%까지 해당 기업의 총 세금 50%에 한해 감세 받을 수 있도록

하고, 기업이 문화재 구입에 사용한 경우 40% 이내에서 이 기업의 법인세 또는 소득세 감면의 기회를 열어놓았다. 기업의 메세나 활동을 적극 장려하고 이를 통해 박물관의 국가 문화유산 보호와 공공 문화유산 콘텐츠를 풍부하게 한다는 차원에서 문화 콘텐츠의 발전을 도모하였다.

### 3) 프랑스 박물관 관할 행정기구 - 문화커뮤니케이션부의 박물관국(DMF)

주요 국립 박물관을 관장하는 프랑스 문화커뮤니케이션부의 박물관국(Direction des musées de France, DMF)은 1992년 8월 5일 법령에 의해 국립 박물관 전담 업무를 시작하게 되었고, 박물관 문화유산에 관한 정책을 제시하고 시행하는 임무를 맡고 있다. 그 역할을 자세히 들여다보면, 첫째, 예술작품 구매, 둘째, 문화유산 및 소장품 보존 및 복원, 소장품 연구, 셋째, 소장품 전시, 넷째, 박물관의 건축 및 기술과 관련한 다양한 프로그램 수행, 다섯째, 박물관 관련 전문인력 양성, 여섯째, 국립 박물관과 공공 박물관 등의 소장품에 대한 기술적·과학적 조사, 일곱째, 예술품 시장 감시 및 문화예술 및 문화유산 콘텐츠 이동현황 조사, 여덟째, 박물관과 관련하여 국제적인 협조 등이다.

이러한 박물관국은 위의 업무 분야에 따라 예산업무 담당 부서, 박물관 경영 부서, 법률 담당 부서, 정보화 부서, 일반 감독 부서, 소장품 담당 부서, 전시 및 교육 담당 부서, 전문인력 양성 부서, 커뮤니케이션 부서, 해외 담당 부서 등으로 구성되어 있다. 즉, 프랑스 박물관의 발전을 위해 관련 법률, 정책 등을 통해 전반적으로 박물관과 관련된 여러 업무들을 담당하고, 다른 기관들과 협의·조율하며, 대중들이 박물관에 대한 관심을 지속적으로 가질 수 있도록 계획하는 역할을 하는 총괄적인 기구라고 할 수 있다.

### 4) 프랑스 박물관의 입장료 정책 및 경제적 성과

혁명 이후 초기의 프랑스 박물관은 모든 이에게 박물관을 관람할 권리가 있다는 민주주의적 정신을 바탕으로 시작하였기 때문에 박물관 관람료를 부과하지 않았다. 따라서 19세기까지 프랑스의 박물관들은 관람료 수입과 같은 자체 수입 없이 국고를 통해 관리되었다. 그러나 점점 많은 박물관이 생겨나면서 프랑스 정부가 모든

박물관들의 관리 비용을 감당하기 어려워졌다. 그리하여 박물관들이 재정 확보를 위해 입장료를 부과하기 시작했다. 그러나 오늘날까지 프랑스의 박물관들은 여전히 모든 사람이 문화유산에 접근할 평등한 권리를 가져야 한다는 정신을 기반으로 한 프랑스 정부의 입장료 정책에 따르고 있는 편이다. 예를 들어, 가능한 많은 사람이 문화유산을 관람할 수 있도록 하기 위해 1996년 1월부터 루브르 박물관은 매달 첫째 일요일에 무료입장 정책을 시행하였고, 2000년부터는 이 정책을 프랑스의 국립 박물관으로 확대 실시하고 있다.

특히, 오늘날은 학생과 젊은이들의 방문을 독려하기 위해 일정한 연령에 따라 입장료를 할인 또는 면제해 주는 정책이 활성화되어 있다. 예를 들면, 루브르 박물관은 매주 금요일 저녁 6시부터 9시 45분까지 26세 미만의 학생들은 무료로 입장할 수 있게 하였다. 또한, 2009년 4월부터 26세 미만의 유럽연합 회원국 젊은이들은 프랑스의 국립 박물관에 무료로 입장할 수 있다. 이렇게 학생과 젊은이들의 입장을 수월하게 하는 입장료 정책을 시행하는 것은 첫째로 교육의 목적, 둘째로는 장기적인 방문객 수 증가라는 두 가지 이유에 의해서라고 할 수 있다. 첫 번째 목적을 뒷받침하기 위해 프랑스 정부는 초·중등 교사들 역시 무료입장이 가능하게 하여 학생들을 인솔하여 방문할 수 있게 하였으며, 예술 분야를 공부하는 학생들에게도 무료 입장을 허용하고 있다. 또한, 2009년 4월부터 시행한 전 유럽연합 회원국 젊은이들을 대상으로 한 무료 정책에 대해 사르코지 대통령은 “이 정책은 박물관을 어렵게 만드는 정책이 아니라 오히려 그 반대이다. 왜냐하면, 어릴 때 박물관을 가 본 아이들은 어른이 되어서도 박물관을 습관적으로 찾게 되기 때문이다”라며 두 번째 목적을 강조한 바 있다.

이렇게 무료입장 정책이 다양하게 시행되고 있더라도 프랑스의 주요 박물관의 입장 횟수와 이를 통한 프랑스 박물관의 수입은 적지 않다. 2007년 한 해 주요 프랑스 박물관의 입장 횟수는 3,500만에 이른다. 가장 유명한 루브르 박물관의 경우 820만, 베르사유 박물관은 530만, 오르세 미술관은 3,200만 정도의 입장객들을 맞이하였다. 특히, 69%가 외국인이고 31%가 내국인으로, 프랑스 박물관 방문객의 3분의 2가 외국인으로서 대부분 유료 입장하는 방문객으로 국가 차원에서 적지 않은 관광 수입원이 된다고 할 수 있고, 박물관 입장에서도 좋은 수입원이라고 할 수 있

다. 실제로, 2007년 루브르 박물관을 방문한 입장객(약 820만)의 67%인 약 550만의 관광객이 유료 입장객이었고, 베르사유 박물관의 경우 80%, 오르세 미술관의 경우 59%가 유료 입장객이었다. 또한, 많은 외국인 관광객들의 경우 파리의 여러 박물관에 입장할 수 있는 정액 카드인 박물관 카드(la carte musées-monuments)를 구입하는데, 이것이 2일에 32유로(약 5만 5,000원)로, 6일에 64유로(11만 5,000원)로 꽤 비싼 편이다.

또한, 입장료와 입장객들이 구매하는 관련 서적 등의 판매 수익을 제외하더라도 프랑스의 국립 박물관들은 그들이 구축해 놓은 박물관 콘텐츠를 통해 많은 수입을 올리고 있다. 특히, 박물관 소장품을 다른 나라에 대여함으로써 받는 대여료가 적지 않은 편이다.

문화커뮤니케이션부가 2007년 발표한 통계자료에 따르면, 2000년에 1만 2,931점, 2001년에 1만 3,066점, 2002년 8,683점, 2003년 9,463점, 2004년 9,800점 등 2000년 이후로 1년에 약 1만여 점의 소장품을 해외로 대여함으로써, 작품 수리비 또는 작품 이동에 따른 보험료 등을 받음으로써 이에 대한 수익을 얻고 있다. 이러한 프랑스 박물관의 사업은 해외에 박물관 분관을 건립함으로써 그 수익을 확대하고 있는데, 이러한 예로 루브르는 아부다비에 루브르 박물관 분관에 ‘루브르’ 이름과 소장품들을 대여함으로써 2년간 5억 5,500만 달러를 받기로 했다. 또, 루브르, 보부르그(Beaubourg), 피카소 박물관, 케 브랭리(Quai Branly) 등은 아부다비에 10년간 7억 유로를 받고 소장품들을 대여하기로 하였다. 이와 같은 ‘소장품 대여 장사’는 2007년 프랑스 문화계에 논쟁을 불러오기도 했다.

##### 5) 프랑스 박물관과 관련한 정책의 기본 개념

앞에서 설명한 바와 같이 프랑스의 박물관은 혁명 이후 모든 사람이 관람할 권리가 있다는 정신에서 시작하였다. 즉, 프랑스의 박물관은 앙시앵 레짐(프랑스 혁명 이전의 구체제, ancien régime) 시기에 축적되어 온 왕실 및 귀족, 성직자들의 소장품들을 공공재로서 국가가 소유하면서 대중들이 관람할 수 있게 하면서 시작한 것이다. 이러한 초기 박물관 기본 정신을 바탕으로 하여 프랑스 정부는 오늘날의 프랑스 박물관과 관련한 법안들도 이 문화적 민주주의와 공공 서비스라는 개념에 따

라 프랑스 박물관과 관련된 정책을 펼치고 있다.

프랑스 박물관들은 그 역할에 있어서 이러한 기본 정신과 더불어 문화(유산) 콘텐츠로서 보존과 연구, 공공 서비스로서의 전시의 필요성을 강조하고 이러한 공공재인 문화유산을 교육 콘텐츠로서 대중들에게 널리 알리는 데에도 중점을 두고 있다. 또한, 이를 관광 콘텐츠로서 승화시켜 관광수입의 확대를 도모하기도 한다. 즉, 기존의 1차원적인 문화(유산) 콘텐츠 자체를 보존하고 발전시키는 것은 물론, 이를 다양하게 활용할 수 있도록 하여 국가적 수익을 확대하고 있는 것이다.

따라서 이러한 박물관의 문화 콘텐츠를 보호, 확대, 발전시키기 위해 메세나 기업의 감세 제도를 시행하고 있으며, 매년 9월 ‘유럽 문화유산의 날(Journées européennes du patrimoine)’을 통해 대중들에게 문화유산 콘텐츠에 대한 관심을 촉진할 수 있는 정책들을 시행하고 있는 것이다. 그리고 이 정책들은 다시 프랑스 박물관의 기본 목적인 문화 민주화와 공공 서비스 정신을 기반으로 하고 있다.

## 프랑스 박물관 콘텐츠의 다변화

### 1) 내용적 다변화

1793년 루브르 박물관이 개관한 이래로, 19세기에 들어서 국립 중세 박물관(Musée national du Moyen Age), 국립 고고학 박물관(Musée des Antiquités nationales), 장식미술 박물관(Musée des Arts Décoratifs)이 개관되었다. 그리고 그 이후에도 다양한 주제의 박물관들이 개관과 폐관을 거듭하면서 오늘날 1,210여 개 정도의 박물관 규모에 이르게 된다.

이 중에서 프랑스의 박물관이 가장 크게 발전했던 시기는 1980년대라고 할 수 있다. 프랑수아 미테랑 대통령 재임 시절을 전후로 하여 프랑스 문화부는 박물관 증진 정책을 최대 역점 사업으로 삼고 정책을 추진하였다. 그리하여 프랑수아 미테랑은 취임과 동시에 루브르를 새롭게 단장하기 시작했는데, 이는 점점 늘어나는 박물관 관람객을 수용하기 위함이기도 하면서 동시에 루브르를 프랑스의 상징으로 만들기 위함이기도 하였다. 그리하여 프랑수아 미테랑 대통령은 대(大)루브르 프로젝트(le projet du Grand Louvre)를 천명하면서 1983년부터 보수 공사를 시작하도록

하여 오늘날 영화의 배경에도 나오는 유리 피라미드를 건설하였고, 이를 통해 루브르는 12만 8,700㎡에서 23만 8,500㎡로 확장되었다.

루브르의 변신과 더불어 프랑수아 미테랑 대통령 재임 시절 무려 78개의 박물관이 새로이 개관 또는 재개관하였다. 오늘날 프랑스에서 두 번째 혹은 세 번째로 많은 관람객을 이끄는 오르세 미술관도 1986년에 개관하였다. 1982년부터 1995년 사이에는 현대미술과 관련한 박물관이 11개, 고고학과 역사를 주제로 한 박물관이 30개, 과학기술 및 토속 박물관이 70여 개 정도 개관하면서 다양한 주제로 한 박물관들이 생겨나기 시작하였다.

## 2) 형식적 다변화 - 박물관 콘텐츠의 디지털화

이와 같은 내용적 풍부함과 더불어 멀티미디어 기술의 발전은 박물관의 문화 콘텐츠의 형식적 측면에서도 변화를 가져왔다. 박물관 소장품들에 대한 출판사업은 꽤 오래된 일인데, 새로운 기술들이 등장함에 따라 이러한 콘텐츠 사업은 서적의 형태를 뛰어넘게 된 것이다. 그 첫 번째가 시디롬(CD-Rom) 제작이다. 1995년 루브르 박물관을 비롯하여 여러 국립 박물관들은 박물관의 소개와 소장품 목록을 담아 시디롬을 제작하여 판매하기 시작하였고, 이는 루브르와 같이 자체 수입도 예산의 일부로 활용할 수 있는 공공기관(EP) 형태로 운영되는 박물관의 경우에 좋은 수입원이 되었다.

또한, 인터넷 보급이 활발히 이루어지면서 박물관들이 인터넷 홈페이지를 구축하기 시작하였고, 박물관 및 소장품 소개를 인터넷 홈페이지에서 서비스하기 시작하였다. 이와 관련하여 현재에도 많은 프랑스 국립 박물관들이 자료검색 시스템을 갖추어 놓고 있다. 이는 박물관 콘텐츠에 대한 접근성을 높이고자 하는 목적과 더불어 교육적 기능을 도모하기 위함이기도 하다. 많은 관람객들이 박물관 홈페이지에서 소장품의 목록과 그와 관련된 정보, 자료들을 자세히 알 수 있도록 하고 있기 때문이다.

이러한 경향은 디지털 기술이 발전하면서 더욱 가속화되고 있는데, 실제로 프랑스 문화커뮤니케이션부는 박물관 콘텐츠는 물론 다양한 문화 콘텐츠 관련 자료들의 데이터베이스를 구축하고 있다. 그 대표적인 예로 JOCONDE가 있다. 이는 프랑스

박물관들의 소장품을 목록화한 것으로 가능한 많은 대중이 인터넷을 통해 문화예술 콘텐츠에 접근할 수 있도록 하는 것을 목적으로 하고 있다. 이 JOCONDE 사이트는 박물관국(DMF)의 소장품 담당 부서에 의해 만들어졌는데, 이를 통해 DMF는 약 270여 개의 프랑스 박물관들에 소장된 34만 7,000여 점의 소장품에 대해 사진과 정보를 제공하고 있다.

또 다른 예로, 비디오 박물관(Video Museum) 역시 JOCONDE와 같이 프랑스의 국립 및 공공 박물관들의 소장품을 데이터베이스화한 인터넷 사이트가 있다. 이 사이트를 통해 대중들이 2만 1,100여 명의 예술가에 대한 정보와 25만 6,000여 점의 작품을 인터넷상에서 검색하여 감상할 수 있도록 하고 있다. 이 밖에도 국립 인쇄 예술과 판화작품 센터(Le Centre national de l'estampe et de l'art imprimé)가 운영하는 사이트인 [www.collection-fmra.org](http://www.collection-fmra.org), 국립고등미술학교(L'Ecole nationale supérieure des beaux-arts)가 소유하고 있는 [www.ensba.fr](http://www.ensba.fr), 마르세유(Marseille)에 있는 국가권한 서비스 형태의 해저고고학 연구부서(Département des recherches archéologiques subaquatiques et sous-marines)가 해저에서 발굴한 문화유산을 데이터베이스로 구축하여 제공하고 있는 [culture.fr/collections](http://culture.fr/collections) 등 박물관이 아닌 다른 기관들이 운영하고 있는 문화예술 콘텐츠 데이터베이스도 활성화되고 있는 추세이다.

이와 같은 박물관 콘텐츠의 디지털화와 관련한 기구로는 일차적으로 프랑스 문화 커뮤니케이션부의 박물관국이 있다. 특히, 문화유산 콘텐츠의 보존과 관련하여 디지털화 작업을 하는 기구로는 프랑스 박물관 복원 및 연구센터(Centre de recherche et de restauration des musées de France)가 있다. 이 연구센터에서는 문화유산 콘텐츠를 보존연구하기 위해 적외선, 자외선, 레이저, 방사선, 광학현미경, 금속기술 등의 과학 기술과 도구를 이용하여 문화유산을 검사하고 통해 문화유산 콘텐츠의 복원과 관련한 정보들을 축적하고, 이를 3D 기술을 통해 디지털화하여 디지털 사진, 3D 사진, 360도 회전이 가능하게 하여 파노라마 형태로의 이미지 등으로 데이터베이스를 구축하는 역할을 한다.

이렇게 프랑스 박물관들과 문화커뮤니케이션부의 박물관국이 박물관 소장품들의 자료를 데이터베이스화하는 까닭은 첫째, 오래된 문화유산 콘텐츠로서의 소장품들

의 보존을 위한 것이다. 둘째, 문화 콘텐츠를 디지털화함으로써 가능한 많은 대중들이 쉽게 프랑스 박물관의 문화 콘텐츠에 접근할 수 있도록 하고자 함이다. 셋째, 대중들의 즐거움과 교육적 기능을 제공하기 위함이다. 이러한 프랑스 박물관들의 박물관 콘텐츠의 디지털화는 오랫동안 프랑스 박물관 정책의 기본이 된 문화적 민주주의 정신과 공공 서비스 정신을 바탕으로 한 정책의 일환이라고 할 수 있다.

프랑스는 1793년 루브르 박물관을 개관하면서부터 문화유산 콘텐츠의 보존, 보호, 발전을 위해 정책적으로 오랫동안 노력해 왔다. 특히, 오늘날 문화유산 콘텐츠를 디지털화하는 작업도 이러한 정책의 연장선상에 있다고 할 수 있다. 그리고 이러한 노력의 근저에는 문화예술 콘텐츠의 개발, 보존, 보호, 발전이 자국의 문화적 민주주의 및 공공 서비스의 기반이 된다는 생각이 깔려 있다. 또한, 이러한 프랑스의 박물관 콘텐츠는 외국인 관광객들을 유치할 수 있는 관광자원으로서 역할을 하며 오늘날 프랑스 국부를 늘리고 문화적 경쟁력을 확장하는 데에 견인차 역할을 하고 있다. 이미 언급한 바와 같이 이러한 프랑스의 박물관 콘텐츠 정책은 하루 이틀에 이루어진 것이 아니다. 장기적인 안목을 가지고 문화 콘텐츠로서 대중들의 즐거움, 교육 등의 목적에 부합할 수 있도록 전략적으로 정책을 만들어가면서 이루어진 것이라 할 수 있을 것이다. 이러한 프랑스의 박물관 콘텐츠와 관련한 정책들은 문화유산이 풍부한 우리에게 콘텐츠를 보다 장기적인 계획으로 어떻게 발전시켜 나가야 할지에 대한 시사점을 던져준다고 할 수 있겠다.

● 참조 :

- D. Poulot, Musée, nation, patrimoine 1789~1815, Paris: Gallimard, 1997.
- «Numérisation du Patrimoine culturel», Culture & Recherche, N° 118~119, automne - hiver 2008~2009.
- 오정숙, «세계화 시대의 프랑스의 문화경쟁력: 문화지표 분석 및 박물관 문화를 중심으로», 프랑스문화예술연구, 제21집, 2007.
- 프랑스 박물관국 <http://www.dmf.culture.gouv.fr>
- 프랑스 2002년 1월 4일 제정된 박물관에 관한 법

- <http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000000769536&categorieLien=cid>
  - <http://www.culturedepartements.org/modules/news/print.php?storyid=1320>
  - <http://www.parismuseumpass.com/>
  - <http://www.louvre.fr>
  - <http://www.culture.gouv.fr/documentation/joconde/fr/pres.htm>
  - <http://www.videomuseum.fr/>
- 작성 : 최지선(파리 소르본 대학 커뮤니케이션전공 박사준비과정(DEA),  
js\_choi@ymail.com)