

프랑스 사르코지 정부의 언론 정책¹⁾

김 태 훈(전남대학교)

1. 시작하며
2. 프랑스 언론의 현황 진단
3. 인쇄 언론 매체의 개혁
4. 텔레비전 방송 개혁
5. 신자유주의와 공영성의 강화 사이에서
6. 끝내며

1. 시작하며

2009년 한국에서는 언론 관련법 개정을 두고 논란이 한창이다. 정부와 한나라당이 관련법 개정을 준비하는 과정에서부터 국회의 장 직권상정을 통해 법안을 통과시키기까지 많은 논란이 발생했고, 그 결과 민주당을 비롯한 야당은 헌법재판소에 방송법의 효력정지 가처분 및 권한쟁의심판청구를 신청하게 된다. 10월 29일 헌법재판소의 판결에도 불구하고 한국 사회에서 방송법 개정을 둘러싼 대립과 갈등은 쉽게 해소될 것 같아 보이지 않는다.

한국 사회에서 방송법과 관련하여 벌어진 일련의 과정은 마치 2008년 말에서 2009년 초 사이에 프랑스에서 벌어진 상황을 다시

1) 이 논문은 2009년 프랑스 학회 가을 학술대회에서 발표한 글을 수정한 것임.

보는 것 같은 느낌을 준다. 2008년 10월 26일 당시 문화통신부 장관이었던 크리스틴 알바넬 Christine Albanel 은 개정 방송법²⁾을 국무회의에 제출한다. 이 법안은 하원과 상원에서의 검토를 거쳐 2009년 2월 4일 하원에서, 2월 5일 상원에서 투표를 통해 채택되었으며 3월 7일 관보에 공포되었다. 그런데 흥미롭게도 이러한 과정에서 프랑스의 경우 역시 야당 국회의원들에 의해 이 법안이 헌법재판소에 제소되었고 그 판결에 의해 최종적으로 법안의 효력이 인정되었다는 것이다.

이명박 대통령의 후보 시절과 당선자 시절부터 프랑스의 대통령 니콜라 사르코지 Nicolas Sarkozy 와 비교를 했던 한국의 보수 언론³⁾들은 방송법 개정과 관련하여 한국보다 앞서 법 개정을 추진한 프랑스를 주목하였다. 특히 이번 한국의 방송법 개정과 깊은 이해관계를 지녔다고 할 수 있는 몇몇 언론들은, 사르코지 정부가 신문과 방송의 겸업을 가능하게 하여 거대 미디어 그룹의 탄생에 우호적인 정책을 내놓을 것이라고 예상하여 예외적으로 프랑스의 사례를 여러 차례에 걸쳐 보도하였으며 심지어는 자사의 이해에 따라 사실을 왜곡하여 보도하기도 했다.⁴⁾

2) 정확한 명칭은 ‘시청각 커뮤니케이션과 텔레비전의 새로운 공공서비스 관련법 loi relative à la communication audiovisuelle et au nouveau service public de la télévision’이다.

3) 이명박과 사르코지의 비교는 내한한 프랑스인을 통해서도 재생산되곤 했다. 대표적인 예로는 『조선일보』와의 인터뷰에서 “니콜라 사르코지 프랑스 대통령과 이명박 당선자는 에너지 넘치는 친 親 기업 개혁 지도자란 점에서 닮았다”라는 말을 한 국제관계연구소 IFRI 의 티에리 드 몽브리알 Thierry de Montbrial 을 들 수 있다. 「사르코지의 동시다발적 개혁, 저항 많아」, 『조선일보』, 2008년 1월 9일자 참조.

4) 프랑스에서 2009년 1월 8일 인쇄 언론 매체 대토론회의 『녹서 Livre vert』가 발표되자 중앙일보와 동아일보는 1월 9일자 자사 신문에 「신문, TV, 라디오 겸영 통해 글로벌 미디어 그룹 키워야」, 「불 佛 신문-방송 겸영 허용 구체화」라는 기사를 각각 2면에 보도한다. 이에 대해 MBC는 16일 뉴스데스크에서 ‘신문의 방송 소유 해외보고서 왜곡 보도’라는 제하 아래 중앙일보와 동아일보의 보도가 왜곡

그렇다면 이렇게 한국에까지 파장을 불러일으킨 프랑스 언론 관련법 개정의 내용은 무엇이였을까? 프랑스에서 이와 관련된 본격적인 논의는 2008년 사르코지 대통령의 연두교서로부터 시작된다. 그는 에드가 모랭 Edgar Morin 이 1997년에 출판된 대담집에서 언급하고 체계화한 ‘문명정책 politique de civilisation’⁵⁾이라는 용어를 빌려 자신의 정책을 설명하며 그 중 언론과 관련해서는 특히 공영방송의 개혁을 실행하겠다고 밝히고 있다.

공공서비스의 경우 그것의 의무와 기준은 질입니다. 공공서비스의 소명은 최대한의 사람들에게 문화 접근을 제공하는 것이고 프랑스적인 창조를 용이하게 하는 것입니다. 이는 공영방송이 엘리트주의여야 한다거나 지루해야 한다는 것을 의미하는 것이 아니며 단지 공영방송은 오로지 상업적인 기준에 따라 기능할 수 없다는 것을 의미합니다. 따라서 공영방송의 의무규정서가 재검토되고 **공영방송 채널에서 광고를 완전히 폐지**하며, 그것이 민영방송 채널의 증가한 광고 수입에 대한 과세와 이동통신과 인터넷 접속과 같은 새로운 통신 수단들의 수입에 대한 아주 낮은 비율의 과세로 충당될 수 있는

되었다는 사실을 지적하였다. 결국 방송통신위원회는 국회에 제출한 서면 자료를 통해서 MBC가 동아·중앙의 ‘왜곡 보도’를 지적하며 “68쪽짜리 (프랑스 언론) 보고서 어디를 찾아봐도 신문 방송 경영에 대한 규제를 완화해야 한다는 내용은 나와 있지 않습니다”라고 보도한 내용이 “사실”임을 확인하였고 “보고서 원문에는 신방 경영 규제 완화와 관련한 내용 없음”이라고 밝히기도 하였다. 이에 대해서는 『미디어 오늘』의 2009년 2월 14일자 「동아·중앙, 프랑스 언론 보고서 보도 ‘허위’」 기사 참조.

5) Edgar Morin, *Pour une politique de civilisation*, Paris, Arléa, 1997. 에드가 모랭은 『르 몽드 Le Monde』와의 인터뷰에서 사르코지가 자신의 정책을 이와 같은 방향으로 재설정하는 것을 막을 수는 없으나 이와 관련하여 어떠한 표지도 아직까지 본 적이 없으며, 대외 정책에서는 미국 대통령 부시와 협력 관계에 있고 대내 정책에 있어서는 이민자들에게 비인간적인 정책을 펼치고 있는 것에 반대한다고 자신의 입장을 밝히고 있다. “Que connaissent de mes thèses Nicolas Sarkozy ou Henri Guaino?”, *Le Monde* du 2 janvier 2008.

지를 숙고하게 되기를 바랍니다.⁶⁾

이로부터 프랑스에서 언론법 개정은 급물살을 타게 되며 2008년 한 해 동안 신문, 잡지와 같은 인쇄 언론 매체와 텔레비전과 라디오 방송, 그리고 디지털 매체에 대한 여러 개의 보고서가 제출된다. 시간 순으로 열거하자면, 2008년 6월 장-프랑수아 코페 Jean-François Copé 의 주도 아래 진행된 「새로운 공영방송 위원회의 보고서 Rapport de la commission pour la nouvelle télévision publique」, 2008년 9월에 발표된 다니엘 지아지 Danièle Giazzi 의 보고서인 「미디어와 디지털 Les Médias et le numérique」, 2008년 10월의 에릭 베송 Eric Besson 이 제출한 「디지털 프랑스 2012, 디지털 경제 발전 플랜 France numérique 2012, plan du développement de l'économie numérique」, 인쇄 언론 매체 대 토론회 Etats généraux de la presse écrite 에서 도출된 「녹서」가 바로 그것들이다.

사르코지와 그 정부는 언론의 개혁과 관련된 일관된 원칙이나 방향을 공식적으로 제시한 적이 거의 없다. 따라서 이 글은 위의 보고서들을 중심으로 하여 사르코지 정부가 지향하고 있으며 현재 개정하고 있는 인쇄 언론 매체와 텔레비전에 대한 정책들을 살펴볼 수

6) “Le service public, son exigence, son critère, c’est la qualité. Sa vocation, c’est d’offrir au plus grand nombre un accès à la culture, c’est de favoriser la création française. Je ne veux pas dire que la télévision publique doit être élitiste ou ennuyeuse, mais seulement qu’elle ne peut pas fonctionner selon des critères purement mercantiles. Je souhaite donc que le cahier des charges de la télévision publique soit revue et que l’on réfléchisse à la suppression totale de la publicité sur les chaînes publiques qui pourrait être financé par une taxe sur les recettes publicitaires accrues des chaînes privées et par une taxe infinitésimale sur le chiffre d’affaire de nouveaux moyens de communication comme la téléphonie mobile et l’accès à Internet.” Les vœux de Nicolas Sarkozy pour l’an 2008. 강조는 인용자가 한 것임.

밖에 없다. 이 글에서는 이 보고서들의 내용과 이 보고서들이 제출되며 나타난 다양한 반응들을 가능한 한 함께 검토하여 언론 개혁을 둘러싼 프랑스 사회의 논쟁들을 짚어보고자 한다.

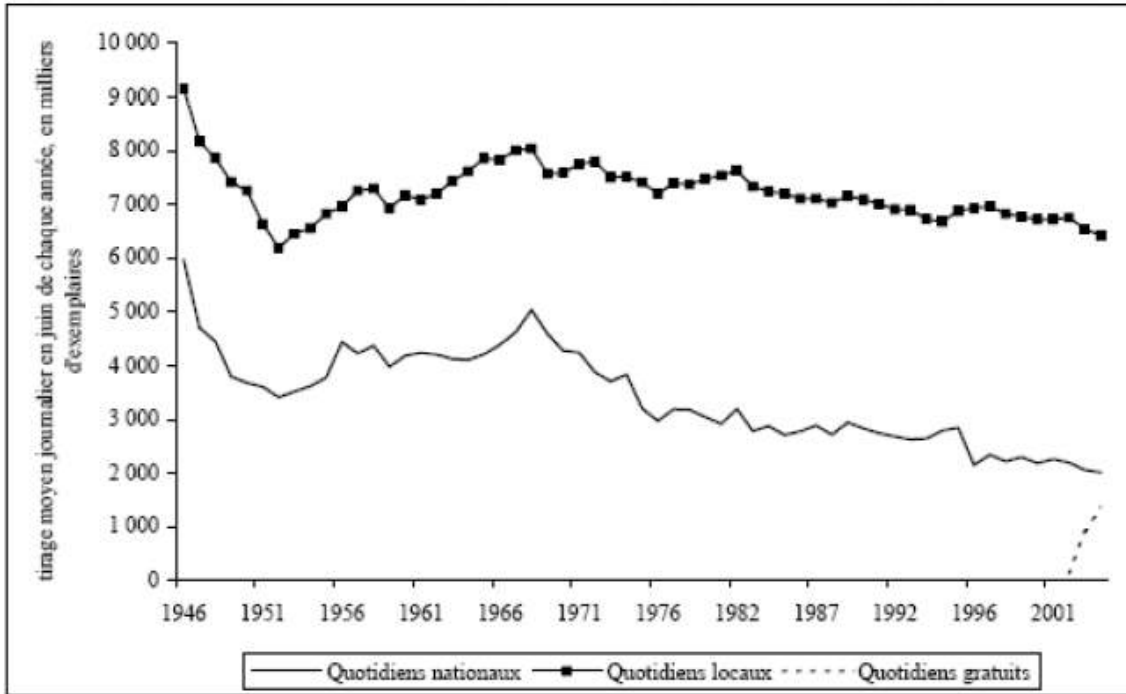
2. 프랑스 언론의 현황 진단

사르코지 정부가 언론 분야에 있어서 개혁을 추진하는 가장 큰 이유로 들고 있는 것은 바로 프랑스 언론이 위기에 처했다는 사실이다. 이러한 위기의 진단을 가장 포괄적으로 내리고 있는 것은 다니엘 지아지⁷⁾의 보고서인 「미디어와 디지털」이다. 이 보고서에 앞서 제출된 코페의 보고서가 텔레비전 분야에 한정되어 있다면 지아지는 자신의 보고서에서 프랑스 언론의 현황을 각 분야에 걸쳐 폭넓게 제시하고 있다. 지아지는 미디어의 지속성, 독립성, 다원주의가 민주주의와 불가분의 것이라고 밝힌 후, 미디어의 위기는 바로 민주주의의 위기라고 주장한다. 그리고 ‘디지털 혁명’이라는 새로운 상황 속에서 신문, 텔레비전, 라디오와 이 분야의 종사자가 겪고 있는 어려움들을 항목별로 지적하고 있다.

우선 가장 큰 어려움에 빠져 있는 신문의 경우, 위기가 시작된 것은 이미 1960년대부터이지만, 급속하게 구독자의 수가 감소한 것은 1980년대부터이다. 예를 들어 일간지의 경우 전국일간지와 지역일간지를 합해 1982년에서 2000년 사이에 4억 부가 감소(-11.7%)하였다.

다음의 [표 1]⁸⁾에서 볼 수 있듯이 전국일간지와 지역일간지 모두

7) 다니엘 지아지는 사르코지의 오랜 측근으로 집권 여당인 UMP의 파리 지구당 부대표이자 정당 내에서 기업 담당 전문위원의 역할을 맡고 있다. 보고서에 첨부된 2008년 5월 26일자 위임장에서 사르코지는 지아지 위원에게 ‘미디어 기업의 디지털 전환을 위한 도전을 분석하고 이러한 전환을 도울 정책들을 제안해 줄’ 것을 요구하고 있다. Danièle Ziazzi, “Les Médias et le numérique” 참조.



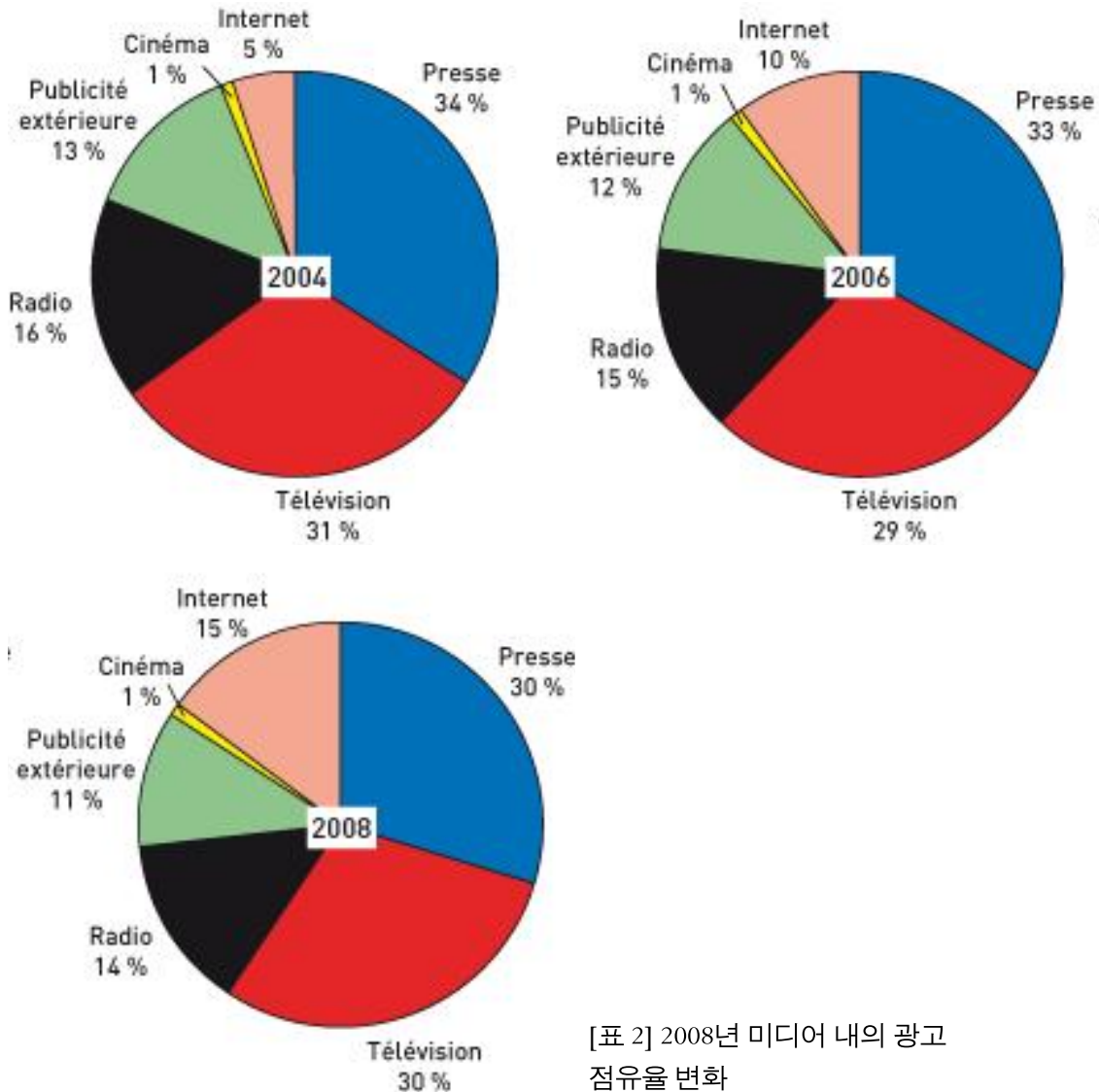
[표 1] 1946년 이후 프랑스 일간지 구독 부수 변화(source: Direction du développement des médias (DDM))

구독률이 계속해서 감소하고 있으며 이 위기는 전국일간지에 더 큰 영향을 미치고 있다. 반면 2000년대에 등장한 무가지는 괄목할 만한 성장을 하고 있음을 확인할 수 있다. 이렇게 신문 구독률이 감소하고 있는 원인에 대해서는 신문에 대해 프랑스 국민이 흥미를 잃어가고 있다는 진단⁹⁾이나 무가지와 온라인 언론 매체 등 경쟁 미디어의 등장으로 독자를 빼앗기고, 인쇄와 제작 과정에서 생산 비용의 증가로 인해 수익이 감소하였다는 진단¹⁰⁾이 제시되고 있다.

8) Danièle Giazzi, “Les Médias et le numérique”, p. 24에서 재인용.

9) *Ibid.*, p. 24. 실상 프랑스인들의 신문 구독부수는 다른 국가들과 비교해볼 때 매우 낮은 편이다. 주민 천 명당 신문 구독부수는 프랑스의 경우 180.7부로 세계 58위인데, 이는 1위인 일본의 664부와는 비교가 되지 않으며, 주변 국가인 영국의 383.4부나 독일의 371.1부와 비교해도 상당한 격차가 있고, 하위권에 속하는 미국의 274.1부와도 거의 100부 가까운 차이가 있다.

10) *Etats généraux de la presse écrite*, “Livre vert”, p. 4. 프랑스에서 신문 제작 비용은 유럽의 다른 국가들에 비해 상당히 높다. 예를 들어 22면의 『인터내셔널 헤럴드 트리뷴』을 3만 부 제작할 경우, 프랑스에서는 3,854유로가 드는 반면, 영국과 스페인에서는 2,334유로, 벨기에의 경우 2,350유로가 필요하며, 물가가 높



[표 2] 2008년 미디어 내의 광고 점유율 변화

신문을 비롯한 인쇄 언론 매체가 심각한 위기를 겪고 있다면 텔레비전이 겪고 있는 위기의 정도는 상대적으로 경미하다고 할 수 있다. 전체 광고 시장에서 인터넷이 차지하는 비중이 급격하게 증가하고 있음에도 위의 [표 2]¹¹⁾에서 볼 수 있듯이 텔레비전이 거두

기로 유명한 스위스의 경우도 2,575유로로, 프랑스는 다른 국가들에 비해 50% 이상 많은 제작비가 소요된다. 「녹서」는 이렇게 높은 비용의 원인으로 초과인력, 낮은 인쇄기 사용률, 적은 노동시간, 결근을 용이하게 해주는 관습, 조직의 경직성 등을 들고 있다. 이에 대해서는 *Etats généraux de la presse écrite*, “*Livre vert*”, p. 22 참조.

11) 이 도표는 프랑스 방송통신위원회인 CSA 사이트에서 찾아볼 수 있다. [http://www.csa.fr/rapport 2008/donnees/rapport/chiffresaudio.htm](http://www.csa.fr/rapport%202008/donnees/rapport/chiffresaudio.htm)

고 있는 광고 수입은 큰 변화가 없다.

양적인 측면에서 보자면, 텔레비전의 광고 수입은 2003년 54억 유로에서 2007년 67억 유로로 증가하였으며, 게다가 일인당 텔레비전 시청 시간 역시 계속 늘어나 2007년에는 역대 최고인 3시간 27분을 기록하였다. 이러한 수치에 근거해보면 텔레비전 매체가 위기를 겪고 있다는 주장은 근거가 없어 보인다. 그러나 자세히 들여다보면 텔레비전 매체의 미래가 밝지 않다는 것이 이 매체의 개혁을 추진하는 사람들의 주장이다.

지아지나 코페의 보고서가 공통적으로 지적하고 있는 것은 ‘디지털 혁명’에 의해 방송 환경이 변화하고 있고 이에 따라 방송은 위기를 맞고 있다는 사실이다. 즉, 위성과 케이블 텔레비전의 출현, 지상파 디지털 방송의 개시로 인해 과거 6개로 한정되어 있던 채널들이 급속도로 늘어났고 초고속 전송망을 이용한 인터넷 방송이나 이동통신을 통한 텔레비전 방송의 수신 등 새로운 사업자들의 등장으로 전통적인 경제 모델과 소비 양식의 구조를 심각하게 흔들어 놓고 있다는 것이다. 따라서 텔레비전 전체가 아니라 개별 채널을 살펴보면 시청자의 분산으로 시청자 수가 줄고 있다고 진단한다. 그리고 시청자 수의 감소는 광고 수입의 감소로 이어져 투자의 감소를 불러오고, 투자의 감소는 결국 텔레비전 프로그램의 질적 저하를 초래할 것이라고 판단¹²⁾한다.

게다가 프랑스의 공영방송에 대해서는 사르코지 대통령 자신이 문제점을 지적하고 나섰다. 그는 2008년 2월 19일 ‘코페 위원회(새로운 공영방송 위원회)’의 발족을 맞이하여 한 연설에서 방송이 학교와 함께 프랑스 사회의 문화와 가치들의 가장 폭넓은 접근과 전파의 수단임을 강조한 후 프랑스의 공영방송이 지향할 바를 다음과 같이 제시하고 있다.

12) Danièle Giazzi, *op. cit.*, p. 5.

본질적인 것은 광고도 재정도 아닙니다. 비록 이 문제들이 매우 중요하다 해도 말입니다. 그것은 수단일 뿐, 목적은 아닙니다. (...) 공공 서비스에서 광고를 없애는 것은 단지 재정적인 문제가 아니며, 그것은 가치의 문제, 전파의 문제, 창조의 문제, 교육의 문제입니다. 그것은 민주주의의 희망의 문제로, 우리의 공영방송이 구축해야 할 것이며, 프로그램, 여론, 재능, 표현 방식에 있어서의 다양성에 대한 희망의 문제입니다.¹³⁾

비록 사르코지 본인이 직접적인 방식으로 프랑스 공영방송의 문제점을 지적하고 있진 않지만, 공영방송이 공영방송으로서의 역할을 충실히 해내지 못하고 있음을 암시하며 그 원인이 바로 ‘시청률의 압제’에 있다는 점을 지적한다. 따라서 그가 공영방송에서 광고를 없애고자 하는 것은 이러한 질곡으로부터 벗어남으로써 질 높은 방송을 만들 수 있게 해주하고자 하는 의지의 표현이라는 것이다. 그는 공영방송이 “호기심을 키우고, 의식을 깨우며, 정신을 고양시켜야 *Exciter la curiosité, éveiller la conscience, élever l'esprit*” 한다고 역설한다. 그리고 이 연설을 “사람들이 우리에게 외국의 기준으로 BBC를 제시하는 것에 저는 조금 진력이 납니다. 외국에 모범을 제시할 수 있도록 우리 모두 함께 노력합시다”라는 당부로 끝을 맺고 있다. 결

13) “Car l’essentiel, ce n’est ni la publicité, ni le financement, même si ces questions sont très importantes; ce ne sont que des moyens et non des finalités. La suppression de la publicité dans le service public n’est pas seulement un sujet financier, c’est une question de valeurs et une question de transmission, une question de création, une question d’éducation. Une question d’espérance démocratique, celle que doit constituer notre télévision publique, espérance d’une diversité, dans les programmes, dans les opinions, dans les talents, dans les modes d’expression.” Discours de Nicolas Sarkozy à l’installation de la Commission pour la Nouvelle Télévision Publique.

국 사르코지가 공영방송의 근본적인 문제로 지적하고 있는 것은 공영방송의 경제적 위기의 문제라기보다는 공영방송이 담당해야 할 역할과 지향해야 할 가치의 문제라고 할 수 있다.

인쇄 언론 매체와 텔레비전에 대한 진단이 폭넓게 이루어지고 있는 것에 비해 라디오나 인터넷 미디어에 대한 진단은 매우 간략하다. 물론 디지털 분야의 경우 에릭 베송이 제한적으로 「디지털 프랑스 2012, 디지털 경제 발전 플랜」이라는 보고서를 제출하였지만, ‘모든 프랑스인의 디지털 네트워크 서비스 접근권의 확보, 디지털 콘텐츠의 제작 및 공급의 발전, 기업/행정기관/개인에게서 디지털 이용 방식 및 서비스의 다각화, 디지털 경제의 거버넌스 개선’¹⁴⁾ 등 원론적인 입장 위주로 개선되어 있어서 구체화되기에는 아직도 많은 시간이 필요한 분야로 여겨진다. 그리고 라디오의 경우 현재로서는 주목할 만한 변화나 위기가 없는 것으로 보인다.

따라서 이 글에서는 신문을 위주로 한 인쇄 언론 매체와 텔레비전을 중심으로 현 사르코지 정부가 펼치고 있는 정책들을 살펴보고자 한다.

3. 인쇄 언론 매체의 개혁

신문, 잡지와 같은 인쇄 매체에 대한 대책이 다루어진 것은 지아지의 보고서와 인쇄 언론 매체 대토론회의 「녹서」에서이다. 지아지 보고서는 인쇄 매체를 포함하여 디지털 미디어까지 미디어 전반을 다루고 있는 유일한 보고서이다. 이 보고서는 두 가지 원칙 아래, 8개의 목표, 34개의 권고사항을 담고 있다. 우선 이 보고서가 원칙으

14) Eric Besson, “France numérique 2012, plan du développement de l’économie numérique”, p. 3.

로 내세우고 있는 것은 ‘콘텐츠와 뉴스의 다원주의, 질, 접근성의 보호’와 ‘프랑스 미디어 기업이 디지털의 도전에 대응하여 세계 챔피언이 될 수 있도록 지원’하는 것이다. 따라서 두 가지 원칙 중 첫 번째가 인쇄 매체와 관련된 것이라고 할 수 있다. 첫 번째 원칙 아래에는 3개의 목표가 설정되어 있으며 총 15개의 권고가 제안되어 있다.

목표 1. 신문의 다원주의를 보호하고 강화한다.

- (1) 신문의 다원주의와 독립성의 보호를 헌법으로 정한다.
- (2) 메세나, 재단, 투자 펀드를 발전시킴으로써 언론에 대한 투자를 호전시킨다.
- (3) 국무총리 산하에 언론의 다원주의를 감독할 기구를 설립한다.
- (4) 방송위원회의 권한을 (특히 새로운 미디어에까지) 확장하고 다원주의의 존중 문제를 담당하게 한다.
- (5) 새로운 매체들(온라인 신문 또는 무료 신문들 등)로 언론출판위원회의 지원을 확장한다.

목표 2. 질 높은 정보의 제공을 돕는다.

- (6) 언론인들의 직업윤리헌장을 공동 협약에 삼입한다.
- (7) 언론인들의 채용을 지원하여 뉴스 사이트를 전문화한다.
- (8) 언론 지원을 종합지로 집중한다.
- (9) AFP에 안정적인 지위와 방향성을 부여하고 그 디지털 프로젝트를 지원한다.

목표 3. 모든 배급망을 통해 콘텐츠에 접근하는 것을 용이하게 한다.

- (10) 비쉐 법을 본래의 기능으로 집중시킨다.
- (11) 신파리신문배급사 NMPP의 “도전 2010” 개혁안을 지원하고 새로운 배급처를 개설하는 것을 용이하게 한다.
- (12) 판매점에 대한 규칙을 자유화하여 그 숫자와 효과를 높인다.
- (13) 고용의 창출을 돕기 위한 수단으로 가정 배달을 발달시킨다.

(14) 인쇄소의 강력한 개혁을 지원한다.

(15) 디지털을 통한 배급에 대한 연구와 혁신을 격려한다.

이 보고서는 전체 15개의 권고 중 9개의 것을 우선적으로 실행해야 할 것으로 지정하고 있다. 그러나 전체적으로 보아 국가의 개입이나 지원을 늘리기보다는 규제를 완화시키거나 민간자본을 활용하여 활성화를 꾀하고자 하는 의도가 드러난다. 예를 들어 ‘신문의 다원주의와 독립성의 헌법에 의한 보장’이라는 부분은 명목상의 것이며 실질적인 국가의 지원책이라고 하기 어렵다. 오히려 재정적인 부분은 ‘메세나, 재단, 펀드’ 등 민간 부문에게 맡겨져 있다.

지아지 보고서가 중점을 두고 있는 것은 배급망의 개선 부분이다. 현재 배급 체제를 규정하고 있는 비쉐 Bichet 법¹⁵⁾을 개정하여 이 체제를 자율화시켜야 한다는 것이다. 신문 판매 감소의 한 원인으로 지아지는 판매점의 감소와 높은 배급 가격을 들고 있으며, 이러한 현상이 벌어지고 있는 것은 비쉐 법의 규정이 지나치게 엄격하고 변화된 현대 상황을 반영하고 있지 못하기 때문이라고 주장한다.

인쇄매체와 관련된 많은 조치들처럼 판매점에 대한 조치는 1947년의 비쉐 법에서부터 시작되었다. 이 조치는 뉴스가 희귀하고 신문 조직의 수익성이 높던 상황에서 다원주의와 배급의 중립성이 보장되는지를 감시했다. 이 규정에 따르면 신문배급자란 신문배급고등

15) 1947년 4월부터 발효되기 시작한 비쉐 법은 제1조에서 ‘인쇄된 언론 매체의 배급은 자유롭다’라고 규정하고 있듯이 신문과 정기간행물을 포함하여 인쇄된 언론 매체의 배급을 규정하고 있는 법안이다. 이 법은 해방 이후 일간지를 재정비하는 것과 관련된 마지막 법안으로, 어떤 인쇄 매체이든 국토 전체에 걸쳐 배급을 가능하게 하고 모든 여론의 흐름에 모든 국민의 접근을 보장하는 것을 목표로 한다.

위원회의 한 기관인 판매조직위원회의 인가를 받아 위탁판매자로부터 받은 신문 전부를 판매하는 위임자이다. 이러한 구속은 현대적인 판매망의 창조를 방해한다.¹⁶⁾

이러한 진단 아래 지아지 보고서는 ‘유럽의 다른 모든 국가와 마찬가지로 자유 배급 체제를 확립’하고, 비취 법의 ‘적용 범위를 종합 정치지만으로 한정’함으로써 판매점에 대한 규제들을 자유화할 것을 주장한다. 그리고 영국이나 미국에서는 일반화되어 있는 가정으로의 신문 배달을 프랑스에서도 활성화하여 신문구독률을 높이고 더불어 고용을 창조할 수 있을 것이라는 제안을 덧붙이고 있다.

그러나 이 보고서가 제시하고 있는 권고들은 사실 크게 설득력이 있어 보이지는 않는다. 우선 현실의 진단과 이러한 진단 아래 제시된 권고 사이의 관계가 논리적이지 않다. 신문을 읽지 않는 국민적 성향, 디지털 매체나 무가지의 발달로 인한 독자층의 이탈, 높은 제작 비용 등이 인쇄 언론 매체가 겪고 있는 어려움의 원인이라고 진단한 후, 그 해결책을 주로 배급망의 개선에서 찾는 것은 설득력이 떨어진다. 게다가 이러한 어려움을 배급망의 개선으로 해결할 수 있다고 믿는다면 너무 순진한 태도일 수밖에 없다.

지아지의 보고서가 제출되고 한 달 후인 2008년 10월, 사르코지 대통령의 요청 아래, 언론 분야 관계자 150여 명이 4개의 분과로 나뉘어 신문, 잡지 등 인쇄 매체와 관련된 논의를 진행하게 되며, 그 결과 2009년 1월 「녹서」라는 제목의 정책 제안 보고서가 제출된다. 4개의 분과는 각각 ‘언론 직업의 미래’, ‘인쇄, 운송, 배급, 재정: 인쇄 매체의 산업 과정을 어떻게 쇄신할 것인가?’, ‘인터넷의 충격: 인쇄 매체의 모델’, ‘인쇄 매체와 사회’라는 주제를 토론의 대상으로 삼았으며, 그에 따라 인쇄 매체를 활용하는 언론 분야에 대한 광범

16) Danièle Giazzi, *op. cit.*, p. 21.

위한 제안들이 제시되었다. 4개 분과 중에서 제2분과는 신문, 잡지의 인쇄와 운송, 배급 등의 산업 과정을 담고 있다는 점에서, 제3분과는 새로운 매체로서 인터넷 신문의 모델에 대한 검토를 하고 있다는 점에서 기술적인 측면에 대한 논의가 중심이 된 분과라고 할 수 있다. 따라서 큰 틀에서 사르코지 정부의 정책 변화를 살펴볼 수 있는 것은 제1분과와 제4분과의 논의이다.

각 분과별로 수십 개의 제안을 도출하고 있기에 여기서 그 모두를 다 언급할 수는 없다. 그 중 핵심적인 제안들을 중심으로 살펴보면, 제1분과의 제안 중 가장 중요한 것은 바로 언론의 주역으로서 기자의 위상에 대한 것으로, 기자의 직업 교육, 현직 기자의 재교육, 기자의 윤리와 권리에 대한 세부 제안들을 담고 있다. 그런데 기자의 위상과 관련하여 가장 강조되고 있는 것은 바로 ‘글쓰기’의 문제이다. 이 토론회의 조정관 역할을 담당했던 베르나르 스피츠 Bernard Spitz 는 보고서의 서론에서 ‘글쓰기는 아직 종언을 고하지 않았다’는 선언적 발언을 통해 디지털 시대의 언론에 있어서도 글쓰기는 여전히 언론의 질을 담보하는 가장 중요한 요건임을 확인한다. 그리고 제1분과를 주관한 브뤼노 프라파 Bruno Frappat 는 다음과 같이 글쓰기의 중요성을 강조하고 있다.

사실 매체에 대한 논쟁은 별로 중요하지 않다. 종이든 아니든 이는 아마도 오랫동안 취향이나 습관 등의 문제로 남게 될 것이다. 인쇄 매체는 글로 쓰여야 할 것이다. 이러한 상식적인 내용을 상기시켜야 한다는 것은 유감스러운 일이다. 즉, 인쇄 매체의 바탕에는 글쓰기가 있다.(...)

글쓰기는 지혜와 ‘영역의 심화’, 그리고 동시에 독자의 자유에 기회를 제공한다. 독자는 그것을 활용하는 데 있어 매우 자유롭다. 즉 읽고 멈추고 다시 읽고 간직하고 버릴 수 있다. 다른 미디어, 즉 전부

가 아니면 전무인 다른 미디어에서는 가능하지 않은 일이다. 이 미디어들의 선조성은 정당한 감동과 위험한 열정이 동시에 흘러들어가는 강박의 물결로 독자들을 이끌어간다. 인쇄 매체의 경우 그것은 시간과 거리를 두고 있으며, 이러한 현상적인 단점은 비교 우위로 변화될 수 있다.¹⁷⁾

이는 현재의 신문을 비롯한 인쇄 언론 매체가 위기를 겪고 있는 원인이 글쓰기에 있으며, 글쓰기를 바탕으로 한 인쇄 매체가 지닌 장점을 극대화할 방안을 찾는 것이다. 이를 위해 이 분과는 난립해 있는 언론인 양성기관의 수를 제한하여 초기 교육의 질을 높이고, 직업윤리와 편집 현장을 만들어 언론인들과 편집 행위의 윤리성을 확보하기 위한 정책들을 제안한다. 그리고 다른 한편으로는 기자들의 권리를 증진시키기 위해 저작권 보호를 위한 정책들을 강화시킬 것을 요구하고 있다.

제1분과가 이렇게 ‘글쓰기’의 문제를 다룬다면 제4분과는 ‘읽기’의 문제를 다루고 있다. 제4분과는 현재 프랑스의 유료 일간지의 독자 감소 중에서도 특히 젊은 독자의 감소를 주목하여 다음과 같이 주장하고 있다.

17) “Peu importe, au fond, le débat sur les ‘supports’: papier ou pas (cela restera sans doute longtemps une question de goût, ou d’habitude...), la presse écrite aura à être écrite. Il est navrant qu’il faille rappeler ce lieu commun: à la base de la presse écrite est l’écriture. (...)”

L’écriture donne sa chance à l’intelligence, à la ‘profondeur de champ’ en même temps qu’à la liberté du lecteur. Celui-ci dispose d’une grande liberté d’usage: lire, s’interrompre, reprendre, garder, jeter. Rien de tel avec d’autres médias, ceux du ‘tout ou rien’, dont la linéarité conduit à des flux obsédants où s’engouffrent l’émotion, légitime, mais aussi les passions à risques. Quant à la presse écrite, son rapport au temps, forcément distancié, il lui appartient de transformer cet apparent désavantage en avantage comparatif.” Etats généraux de la presse écrite, “Livre vert”, p. 8.

유료 일간지 형태의 인쇄 매체에 있어서 젊은 독자층의 몰락은 발행인과 국가권력으로 하여금 새로운 강력한 대응을 요구하고 있다. 발행인들은 젊은이들의 주요 관심사에 부합하는 콘텐츠들을 제공해야 한다. 신문의 글쓰기 형식은 젊은이들에게 ‘말을 걸’고 그들을 유혹하는 것이어야 한다. 발행인들은 또한 젊은이들을 유혹할 전달의 수단과 새로운 매체, 즉 인터넷, 이동통신, 전자종이와 같은 매체를 고려해야 한다. 일간지를 펼쳐본다는 것은 젊은이에게 있어서는 사회와 세상에 대해 자신을 연다는 것이다. 학교 – 그리고 물론 가족 – 는 따라서 당연히 이러한 시민 교육과 언론 교육의 당사자이다. 자발적으로 독자가 되는 일은 없으며 독자가 되는 것은 배움을 통해서이다. 인터넷의 ‘물결’은 확인된 것, 부정확한 것, 루머, 거짓 조작이 서로 섞일 수 있는 순간적이며 국제적인 뉴스들을 쏟아놓고 있다. 이러한 뉴스가 무료라고 – 따라서 비용이 들지 않는다고 – 믿고 있는 이 시대에 젊은이들에게 뉴스에 대한 교육을 시키고 뉴스를 해독할 수 있도록 교육시키는 것은 중요하다.¹⁸⁾

18) “L’effondrement du jeune lectorat à l’égard de la presse écrite payante quotidienne appelle de nouvelles et fortes réactions de la part des éditeurs et des pouvoirs publics. Les premiers doivent offrir des contenus qui correspondent aux centres d’intérêt des jeunes; l’écriture, la mise en forme des journaux doivent «parler» aux jeunes et les attirer. Les éditeurs doivent aussi prendre en compte les outils de transmission et les nouveaux supports qui séduisent les jeunes: Internet, téléphone mobile, e-paper. Ouvrir un quotidien c’est aussi pour un jeune s’ouvrir sur la société, sur le monde. L’école – et bien sûr la famille – est donc nécessairement partie prenante de cette éducation à la citoyenneté et à la presse. On ne devient pas lecteur spontanément, cela s’apprend. De même, à une époque où un jeune pourrait croire que l’information est gratuite – et donc n’aurait pas de coût – où le ‘fleuve’ Internet déverse des informations mondiales instantanées où le vérifié, l’imprécis, la rumeur, le faux, la manipulation peuvent s’entremêler, il importe d’éduquer le jeune à l’information, à pouvoir la décrypter.” Etats généraux de la presse écrite, “Livre vert”, p. 49. 강조는 인용자가 한 것임.

젊은 계층을 위한 콘텐츠의 개발, 새로운 전자 매체의 활용 등과 같은 대안을 제시하고 있지만 여기서 가장 강조되고 있는 제안은 바로 젊은이들에게 뉴스를 읽는 교육의 기회를 제공하는 것이다. 사실 이 「녹서」가 제안하고 있는 권고들 중 가장 눈에 띄는 것은 바로 이와 관련된 권고들이다. 벨기에에서 이미 시행되고 있는 ‘내 일간지를 펼치다’¹⁹⁾라는 교육 프로그램을 모델로 하여 초등학교에서의 의무적인 신문 읽기 교육을 실시하고, 18세의 모든 젊은이들에게 지역일간지 중 하나를 무료로 제공하는 것이 그 내용이다. 270만 유로가 소요될 것으로 예상되는 비용은 국가와 매체 발행인이 50%씩 분담할 것을 이 권고는 제안하고 있다.

이렇게 「녹서」에서 제시하고 있는 인쇄 언론 매체에 대한 개혁안은 글쓰기와 읽기라는 근원적인 원칙들 위에 세워져 있다. 따라서 「녹서」의 권고안들은 지아지 보고서와 달리 원칙으로 회귀한 것이었으며, 공적 지원의 재확립을 보여준 것이라고 할 수 있다. 그리하여 발행인들뿐만 아니라 기자 노조와 사회당 내에서조차 「녹서」에 대한 긍정적인 평가들이 내려졌다. 예를 들어, 사회당 국회의원인 미셸 프랑세 Michel Françaix 는 니콜라 사르코지가 ‘집중의 제한이 프랑스의 거대 멀티미디어 그룹의 창조에 있어서 중요한 장애물이라는 생각에서 물러선 것 같아 다행’이라고 평가하고 있다. 일반적으로 사르코지 정부의 정책에 비판적인 기자 노조의 경우도 예외는 아니었다. 언론 분야의 가장 중요한 노조인 전국기자노조 Le Syndicat national des journalistes, SNJ 는 「녹서」의 결과물이 “발행인과 편집부 사이의 관계에서 ‘적당한 균형’을 이루었다”라는 진단을 내렸으

19) ‘내 일간지를 펼치다’라는 프로그램은 교육부와 언론 발행인들의 공동 지원 아래 학교에 무상으로 신문을 공급함으로써 이를 통해 학생들에게 신문 읽기 교육을 시키는 프로그램이다. 이 프로그램에는 1,800개의 초등학교와 700개의 중학교가 참여하고 있다.

며, 좌파 노조인 CGT 기자 노조의 경우, ‘대통령의 개입이 발행인들에게 편향’되었고 기자들에게 요구할 예정인 직업윤리헌장이 ‘위협성을 내포’하고 있다고 비판하면서도, 「녹서」가 제시하는 지원책들에 대해서는 긍정적으로 평가²⁰⁾하고 있다.

4. 텔레비전 방송 개혁

텔레비전 방송 개혁과 관련해서는 2008년 1월 연두교서를 통해 공영방송에서의 광고 폐지를 강력히 주장함으로써 사르코지 대통령 스스로 개혁의 방향을 제시하였기에 사실 그 내용은 이미 예견이 가능한 것이었다. 우선 2008년 2월 사르코지 대통령은 장-프랑수아 코페를 위원장으로 한 ‘새로운 공영방송을 위한 위원회 la commission pour la nouvelle télévision publique’를 구성하게 하며, 이 위원회는 6월 25일 이와 관련된 보고서를 제출하게 된다. ‘발전 모델’, ‘문화와 창조 모델’, ‘거버넌스 모델’, ‘경제 모델’ 등 총 4부로 구성된 이 보고서가 제안한 개혁의 주요 내용은 공영방송에서 광고를 폐지(현재는 저녁 8시에서 새벽 6시 사이의 부분적 폐지이지만 2011년부터는 전면적 폐지로 이행)하고, 이를 보충할 재원을 마련할 방안을 제시(민영방송사와 통신사에 부과하는 세금과 국고 지원)하며, 공영 텔레비전과 라디오 방송의 사장을 이사회에서 선임하고, 현재 채널별로 독립된 회사로 운영되고 있는 공영방송을 단일한 회사로 전환하는 방안이었다.

코페 위원회에서 제시한 내용들은 문화통신부에서의 수정을 거쳐 국무회의에서 통과되어 법안²¹⁾으로 상정되었다. 국무회의에서

20) 언론과 관련된 여러 당사자들의 반응에 대해서는 Emmanuel Berretta, “Les réactions au plan Sarkozy pour la presse”, *Le Point*, 23 janvier 2009를 참조.

통과된 법안은 코페 위원회가 제시한 내용 중 특히 공영방송의 사장 선임 방식을 이사회가 아니라 국무회의에서 선임하는 것으로 변경한 것이었다. 또한 상·하원에서의 논의와 상하원동수위원회에서의 논의를 거쳐 재정 보충의 방식에 있어 사르코지 대통령이 줄곧 반대 입장을 표명했던 수신료의 인상을 결정²²⁾하게 된다.

이러한 공영방송의 개혁안은 정부 측 입장에 따르면 다양한 장점을 지니고 있다. 프랑스의 미디어발전부는 다음과 같이 이번 개혁안을 선전하고 있다. 첫 번째로 프랑스 공영방송사를 단일한 기업으로 변환시키는 것은 ‘세계적 미디어’로 성장하는 것을 용이하게 해주기 위함이다. 즉 합병에 의한 시너지 효과가 발생할 것이라는 예상이다. 두 번째로 이번 개혁안은 프랑스 공영방송의 정체성을 재확립하여, 더 깊이 있고 창조적이며 대범한 문화 프로그램들을 제공할 수 있게 해줄 것이라고 주장한다. 세 번째로 방송사 사장을 정부가 임명하는 것은 공영방송의 주주로서 정부와 방송사 사장 간의 신뢰 관계를 확립하는 것으로 방송의 독립성과 다원주의를 보장하는 조치라고 설명²³⁾한다.

그러나 정부의 주장과는 달리 방송 개혁안은 사회당을 비롯한 야당과 방송 당사자들로부터 매우 격렬한 비판과 반응을 불러일으키며 언론들로부터 개혁의 효율성에 대한 의혹을 받게 된다. 이 개혁안에 대한 가장 일관된 비판은 이번 법률안이 공영방송을 권력이

21) 이 법안은 1986년의 ‘커뮤니케이션 자유에 관한 법 loi relative à la liberté de communication’을 대신하는 것으로 정식 명칭은 ‘시청각 커뮤니케이션과 새로운 공영 방송 서비스에 관한 법 Loi n° 2009-258 du 5 mars 2009 relative à la communication audiovisuelle et au nouveau service public de la télévision’이다.

22) 2년에 걸쳐 2유로씩 인상. 코페 위원회에서 최종 법안에 이르기까지의 과정에 대해서는 성욱제, 「프랑스 미디어 개혁의 방향과 시사점」, 정보통신정책연구원, pp. 11~18 참조.

23) “La réforme de l’audiovisuel public”, <http://www.ddm.gouv.fr/> 사이트 참조.

좌지우지하려는 의지의 표현이라고 보는 것이다. 사회당의 대변인인 디디에 마튀 Didier Mathus 는 이 개혁안이 'l'ORTS(사르코지 라디오-텔레비전 사무소 l'Office de radio-télévision sarkozyenne)의 도래를 알리는 것으로 국가적으로 불행하고 위험한 것'이며, '공영방송을 정치와 재정의 측면에서 권력에 종속된 국가의 방송으로 대치하려는 목적을 지니고 있는' 것이라고 비판한다. 공산당의 국회의원인 파트릭 브라우에젝 Patrick Braouezec 역시 이 개혁안이 '프랑스의 공영방송을 대통령의 지배 아래 두려는 의도'로 '25년을 후퇴시키는 정치적 장악 의도'라고 비난하고 있다. 게다가 공영방송에서의 광고 폐지가 결국은 '광고 시장 전부를 권력의 친구들이 장악하도록 하려는 것'²⁴⁾이라는 비판 역시 제기되고 있다.

2008년 12월 2일자 『르 몽드』는 「5개 문제의 시청각 개혁 La réforme de l'audiovisuel en 5 questions」이라는 제목의 기사에서 방송 개혁안의 문제점들을 분석하고 있다. 이 기사에서 『르 몽드』는 이번 개혁안이 공영방송을 세계적인 미디어 그룹으로 키우기 위해서라기보다는 '프랑스의 민영방송으로 하여금 거대한 국제적 미디어 그룹인 베르텔스만이나 머독과 경쟁할 수 있도록 하기 위해서'라고 지적하고 있다.

또한 공영방송에서 광고를 폐지함으로써 발생할 손실, 그리하여 정부에 의해 보전될 것이라고 약속된 액수인 4억 5천만 유로는 과

24) 공영방송에서 광고가 폐지되면서 가장 큰 수혜를 입는 것은 의심할 여지 없이 민영방송인 TF1과 M6이다. 공영방송에서 이탈한 광고들을 흡수하게 될 것이 바로 이 두 민영방송이며, 이들은 특히 영화 방영의 경우 두 번의 광고를 허용하고 광고 시간을 시간당 6분에서 9분으로 늘려주는 조처의 혜택을 얻게 된다. 실상이 두 방송은 오래 전부터 공영방송에서의 광고 폐지를 주장해왔다. 게다가 두 방송사의 사장인 농스 파올리니 Nonce Paolini 와 니콜라 드 타베르노 Nicolas de Tavernost 는 사르코지의 절친한 친구이자 지지자이다. 정치권의 반응에 대해서는 "Audiovisuel. le tour de la réforme en 80 heures", *L'Humanité* du 19 décembre 2008을 참조.

소평가된 것이며, 광고가 폐지됨으로써 남게 되는 시간을 채우기 위해 프로그램을 제작하는 비용까지 포함한다면, 그 비용은 심지어 10억에서 12억 유로까지 상승하게 될 것이고 결국 공영방송은 민영방송과의 경쟁에서 열악한 위치에 놓이게 될 것이라고 진단한다. 게다가 지역 방송인 ‘France 3’는 이 개혁의 최대 희생양으로, 향후 계속 보존시킬 것이라는 사르코지의 약속과는 달리 급격한 구조 조정을 거치거나 매각될 수도 있다고 예상한다.

공영방송의 사장을 국무회의에서 임명하는 것에 대해서는, ‘텔레비전의 베를루스코니화’라는 디디에 마튀의 언급, ‘민주주의의 후퇴’라는 노엘 마메르 Noël Mamère 의 발언, ‘공영방송은 국가에 속하는 것이 아니며 권력에 속하는 것은 더더욱 아니다’라는 프랑수아 베이루 François Bayrou 의 비판을 대신하여 소개하고 있다.

5. 신자유주의와 공영성의 강화 사이에서

사르코지는 대통령 후보 시절, 언론과 관련된 뚜렷한 정책들을 제시한 적이 없다. 따라서 2008년 연두교서에서 공영방송의 광고 폐지를 밝힐 때까지도 그의 언론 정책은 추측의 대상일 뿐이었다. 그리고 그가 연두교서에서 에드가 모랭의 문명정책이라는 개념을 빌려오고 있지만, 그의 정책은 전반적으로 신자유주의에 기반하고 있다고 평가돼왔기에, 언론과 관련된 개혁 역시 이러한 방향으로 진행될 것이라 여겨져온 것이 사실이다. 게다가 간혹 표출된 사르코지의 언급들은 그렇게 해석될 가능성이 많았다. 2008년 7월 16일 『르 몽드』와의 인터뷰가 그 예이다.

프랑스의 문제는, 우리가 국제적인 규모의 커뮤니케이션 그룹을

갖고 있지 못하다는 것입니다. (...) 프랑스의 커뮤니케이션 대그룹인 라가르데르에는 텔레비전이 없고, 프랑스의 거대 텔레비전 그룹인 부이그에는 신문이 없습니다. 카날플뤼스 텔레비전 그룹의 경우, 이 그룹은 프랑스에만 존재합니다.²⁵⁾

지아지 보고서는 이러한 사르코지의 개인적 의지와 경향을 가장 잘 반영한 보고서였다. 보고서의 서두에서 밝히고 있는 다음의 내용은 이를 잘 보여준다.

이 [문화 산업의] 체제 내부에서 다중 미디어 대그룹의 존재는 필수적이다. 혁신적인 제안들을 개발하기 위해서 상이한 직업들 간의 종합을 이룰 수 있는 것이 바로 이 대그룹들이다. 또한 국제적인 미디어 대그룹들, 새로운 테크놀로지 기업, 또는 인터넷의 새 거대한 힘에 맞설 수 있고 특히 독립적인 연구·개발 노력을 할 수 있는 것이 바로 이 대그룹들이다. 우리의 대그룹들은 역동적인 경제를 구조화하기 위한 축이 될 것이다. (...)

따라서 프랑스의 미디어 대그룹들이 문화 산업의 모든 분야와 연관을 맺는 세계적인 다미디어 대그룹이 되기 위해서는 이를 막고 있는 방해물들을 제거하는 것이 시급하다.²⁶⁾

25) “Le problème de la France, c’est que nous n’avons pas de groupes de communication français de dimension internationale. Le grand groupe de communication français Lagardère n’a pas de télévision, et le grand groupe de télévision français Bouygues n’a pas de presse. Quant au groupe de télévision Canal+, il n’est présent qu’en France.” “Nicolas Sarkozy: ‘La presse est une industrie stratégique qui mérite d’être développée’” *Le Monde*, 16 juillet 2008.

26) “L’existence, au cœur de ce système [des industries culturelles], de grands groupes plurimédias est essentielle. Ce sont eux en effet qui peuvent faire la synthèse entre les différents métiers pour développer des offres de rupture. Ce seront eux aussi qui pourront faire pièce aux puissances émer-

지아지는 이러한 언급 뒤에 ‘본 보고서의 권고사항들의 목적은 바로 그것’이라고 단언함으로써 보고서 전체가 지향하고 있는 궁극적인 목표가 바로 세계적인 다미디어 그룹을 탄생시키는 것임을 분명히 밝히고 있다. 지아지의 이 발언은 한편으로 규제의 철폐를, 그리고 다른 한편으로 그러한 규제의 철폐를 통해 대규모의 미디어 그룹의 탄생을 지원하기 위한 것이라는 점에서, 게다가 다른 무엇보다도 이것이 보고서의 가장 중요한 목적이라는 점에서, 그 바탕에 있는 생각이 신자유주의와 멀지 않으며 사르코지의 앞선 발언을 그대로 재생산하고 있음은 자명해 보인다.

그런데 지아지 보고서는 공개된 후 강력한 비판에 직면하게 된다. 보고서의 제출자인 다니엘 지아지가 이러한 임무를 수행할 만한 자격이 없다는 지적²⁷⁾에서부터 시작하여, 양대 언론노조인 SNJ-CGT와 SNJ는 이 보고서의 내용이 ‘자유주의의 폭풍’을 불러오는 매우 위험한 시도라고 평가하며 ‘사르코지의 친구들의 이해를 위해 언론을 장악하여 식민지화하려는 것’²⁸⁾이라고 강력히 비판하였다. 또한 인쇄 언론 매체 대토론회의 구성에 앞서 성명을 발표하여, 지아지의 입장이 토론회에 반영되는 것을 경계하고 이 토론회의 위상을 문제 삼는 것에 저항할 것²⁹⁾임을 밝히고 있다.

gentes que sont les grands groupes de médias internationaux mais aussi les nouveaux géants technologiques ou internet et notamment consentir les efforts de R&D indispensable. Nos grands groupes seront les pôles structurants d’une économie dynamique. (...) Tel est le but des recommandations de ce rapport.” Danièle Giazzi, “Les Médias et le numérique”, p. iv.

27) 여당인 UMP 내에서 기업 담당 전문위원직을 맡고 있는 다니엘 지아지는 이 보고서의 작성을 담당하기 전까지 언론 분야와 전혀 관련이 없었다는 점에서, 또한 사르코지 대통령과 개인적 친분이 깊은 인물이라는 점에서 이 보고서는 객관성을 의심받고 사르코지의 의견을 전적으로 반영한 것이라고 여겨졌다.

28) 이에 대해서는 “Les syndicats dénoncent le rapport Giazzi”, *Le Nouvel observateur*, 18 septembre 2008을 참조.

29) Le SNJ-CGT, “Journalistes, résistons”, le 4 octobre 2008.

이러한 비판과 저항에 굴복한 결과, 문화통신부 장관인 크리스틴 알바넬은 지아지 보고서의 내용이 정부의 공식 입장이 아니며, 인쇄 언론 매체 대토론회에 기자들과 노조들 역시 참여하게 될 것이고, 이 토론회의 주제가 인쇄 언론 매체의 경제로 한정될 것임을 약속하게 된다. 그리하여 지아지 보고서는 인쇄 언론 매체 대토론회에서 더 이상 언급되지 않았고, 앞서 본 바와 같이 대토론회가 제출한 「녹서」는 보고서와는 다른 입장을 취하게 된 것이다.

따라서 프랑스의 언론 개혁 과정, 그리고 사르코지 정부 하에서의 언론 정책 수립은 사르코지 정부가 지향하고 있는 신자유주의 성향과 이를 반대하는 언론 당사자들 사이의 끊임없는 긴장과 길항 사이에서 이루어지고 있음을 볼 수 있다.

6. 끝내며

사르코지 정부의 언론과 방송 등 미디어 개혁안은 사르코지의 통치 스타일을 잘 보여주는 예라고 할 수 있다. 신자유주의적, 또는 실용주의적 노선에서 있음에도 좌파의 정치가들을 정부 안으로 적극적으로 끌어들이어 좌파 정책들을 도입하기도 하고, 정책 도입에 따른 부담으로 인해 앞선 지도자들은 머뭇거렸던 사안들을 과감하게 도입하여 실행하는 그의 방식은 이번 미디어 개혁에서도 여실히 드러나고 있다. 따라서 사실 사르코지 정부의 언론 정책의 일관성을 읽어내기란 쉽지 않다.

예를 들어 공영방송에서 광고를 폐지한 것은, 그것만으로 한정지어 보면 자유주의와는 거리가 멀다. 광고를 폐지하여 시청률과 광고주의 압박에서 벗어나게 하는 것은 그 자체로 놓고 보면 사회주의적이라고 할 수 있다. 그리고 사실 이는 그동안 사회당 지도자들

이 꿈꾸었던 개혁안이었다. 사르코지는 코페 위원회의 설립을 맞아 행한 연설에서 ‘이 개혁은 좌파가 꿈꾸었던 것이다. 처음에 미셸 로카르 Michel Rocard 가, 그리고 리오넬 조스팽 Lionel Jospin 이 시도하려 했지만 헛된 것이었다. 그러나 우리 정부는 이 개혁을 할 것이다’³⁰⁾라고 말하며, 스스로 공영방송의 개혁이 좌파의 정책이었음을 인정하고 있다. 앞선 사회당의 지도자들이 광고를 폐지함으로써 생기는 재정적 부담, 수신료 인상의 부담으로 인해 결국은 포기하고 말았던 개혁을 그는 1년 남짓만에 실행해버린 것이다.³¹⁾

게다가 이 개혁은 희생양을 만들어 내고 있으며 계속하여 갈등을 불러일으키고 있다. 2008년 11월 프랑스 텔레비전의 사장인 파트릭 드 카롤리스 Patrick de Carolis 는 2012년까지 900명의 명예퇴직을 실행하겠다는 의견을 피력한 바 있어, 이 개혁이 강력한 구조조정을 거칠 것임을 예고하고 있다. 또한 지아지 보고서에서 제시된 AFP 위상에 대한 개혁안이 구체화되면서 AFP의 민영화를 저지하고, 통신사의 독립성을 지키고자 하는 노조와의 갈등 역시 심해지고 있다.

30) Discours de Nicolas Sarkozy à l’installation de la Commission pour la Nouvelle Télévision Publique.

31) 그렇다면 이러한 개혁안이 사회주의적이라고 할 수 있을까? 그렇게 대답하기는 어렵다. 어떻게 보면 사르코지는 숨겨진 의도를 위장하고 사회당을 비롯한 야당의 반발을 잠재우기 위해 이런 언급을 앞세우고 있을 수도 있다. 예를 들어 공영방송에서 광고의 폐지는 이미 오래 전부터 민영방송 측이 요구해왔던 것이다. 사르코지의 공영방송에서의 광고 폐지 계획은 국무총리인 프랑수아 필롱 François Fillon 도, 문화통신부 장관인 카트린 알바넬도 몰랐던 것으로, “일반적으로 공영방송에 광고가 더 적은 나라들에서 텔레비전은 더 낡은 상황에 있다”라고 말하며 공영방송에서의 광고 폐지를 요구한 M6의 사장인 타베르노나 TF1의 파올리니의 입장을 대변한 것이라는 주장이 있다.(이에 대해서는 Marie Bénilde, “La télévision publique libérée de ses chaînes?”, *Le Monde diplomatique*, mars 2008 참조. 2007년 TF1의 주식은 30% 하락하는 등 민영방송은 위기 상황에 있었다.)

여전히 현재 진행형인 이 개혁이 성공한 개혁이 되어 언론의 공영성을 강화하게 될지, 아니면 야당에서 주장하고 있듯이 공영방송의 약화를 초래하고 사르코지의 후원자인 민영방송의 이해를 대변하는 결과로 귀착될지, 현재로서는 예측하기 어렵다. 그렇지만 내무장관 시절부터 시작해서, 대통령 선거 기간과 당선 후에도 자신에게 비판적이었던 공영방송을 사르코지가 곱지 않은 시선으로 바라보았던 것은 사실이다. 특히 현재 개혁안이 제시하고 있는 공영방송 사장의 선임 방식은 공영방송에 대한 영향력을 키우려는 사르코지의 의지³²⁾를 보여준다. 코페 위원회가 제시한 프랑스 텔레비전 이사회에서의 선임을 국무회의에서의 선임으로 바꾼 것은 달리 해석될 수 없어 보인다. 게다가 정부의 발표와는 달리 광고를 폐지함으로써 공영방송이 지게 될 재정적 손실도 훨씬 큰 것으로 예상되고 있어 이 재정 부담을 어떻게 해결할 것인지에 대한 전망³³⁾ 또한 확실치 않다.

그러나 사르코지 혹은 그 정부의 입장은 야당과 기자들, 언론노동자들의 비판과 반대에 부딪히면서, 또한 인쇄 언론 매체 대토론회와 같이 해당 분야의 다양한 당사자들이 참여한 사회적 대화를 통해 나름의 합의된 해결책을 찾아가면서 계속 수정되고 있다. 끊임없이 견제되고 변화되며 균형을 찾아가는 프랑스의 언론 개혁 과정은, 미디어 개혁안을 둘러싸고 정부와 여당, 야당, 그리고 언론 당사

32) 사르코지는 이와 관련하여 “위선을 버려야 한다. 나는 왜 프랑스 텔레비전의 최대 주주로서 국가가 그 사장을 임명하지 못하는지 알 수 없다”라고 말하며 이것이 “누가 무엇을 어떻게 하는지를 이해하게 해주는 민주주의적 시스템”이라고 주장한다. 이에 대해서는 “La réforme de l’audiovisuel en 5 questions”, *Le Monde*, 8 décembre 2008 참조.

33) 현재 프랑스의 텔레비전 수신료는 116유로로, 영국의 183유로나 독일의 204유로에 비해 현격하게 낮다. 더구나 사르코지는 수신료 인상에 반대하는 입장을 분명히 하고 있어, 현재로서는 수신료 인상을 통한 재정 보충은 어려울 것으로 보인다.

자나 시민단체 사이에 대화나 소통 없이 극한대결로만 치닫는 한국의 상황에서 눈여겨보아야 할 부분이다.

□ 참고문헌 및 사이트

보고서 및 정책 자료

Commission Copé, “Rapport: Commission pour la nouvelle télévision publique”, 2008.

CSA, “La loi relative à la liberté de communication”, 1986.

GIAZZI, Danièle, “Les médias et le numérique”, 2008.

BESSON, Eric, “France numérique 2012, plan du développement de l'économie numérique”, 2008.

Etats-généraux de la Presse écrite, “Livre Vert”, 2009.

Ministere de la Culture et de la communication, “Le projet de loi relatif à la communication audiovisuelle et au nouveau service public audiovisuel”, 2008.

SARKOZY, Nicolas, “Les vœux de Nicolas Sarkozy pour l'an 2008”.

_____, “Discours à l'installation de la Commission pour la Nouvelle Télévision Publique”.

김세은, 이상길, 「서유럽 방송의 공정성 원칙과 규제」, 『방송연구』, 2008년 겨울호.

박진우, 「프랑스의 방송법 개정과 공영방송 보호 정책」, 『정보통신 정책』, 11권 12호, 1999.

성욱제, 「프랑스 미디어 개혁의 방향과 시사점」, 정보통신정책연구원, 2009.

염용수 외, 「방송규제 완화의 경제적 효과분석」, 정보통신정책연구원, 2009.

이호규, 「정보통신 규제 기구 운영의 제도적 장치에 대한 비교 연구: 독일, 영국, 프랑스를 중심으로」, 『언론과학연구』, 제6권 1호, 2006.

임동민, 「프랑스의 통신, 방송융합 대응사례 분석」, 『정보통신정책』, 제16권 18호, 2004.

신문기사

BÉNILDE, Marie, “La télévision publique libérée de ses chaînes?”, *Le Monde diplomatique*, mars 2008.

“‘Pour une politique de civilisation’, entretien avec Edgar Morin”, *Label France*, n° 28, 1997.

“AFP. Contre un statut de dépendance”, *L’Humanité*, 15 octobre 2009.

“Audiovisuel. le tour de la réforme en 80 heures”, *L’Humanité*, 19 décembre 2008.

“Et Sarkozy zappa la pub de la télévision publique”, *Le Monde*, 28 avril 2008.

“Etats généraux: “On ne peut pas parler d’une disparition de la presse écrite”, *Le Monde*, 12 janvier 2009.

“Jean-François Téaldi: ‘Cette réforme assassine l’audiovisuel public’”, *Le Monde*, 5 décembre 2008.

“L’AFP a fait grève contre la réforme de son statut”, *Le Nouvel observateur*, 2 septembre 2009.

“L’Elysée donne le coup d’envoi d’un remodelage de la presse”, *Le*

Monde, 18 septembre 2008.

“La réforme de l’audiovisuel en 5 questions”, *Le Monde*, 8 décembre 2008.

“La réforme du statut de l’Agence France-Presse inquiète”, *Le Monde*, 20 décembre 2008.

“Les réactions au plan Sarkozy pour la presse”, *Le Point*, 23 janvier 2009.

“Les syndicats dénoncent le rapport Giuzzi”, *Le Nouvel observateur*, 18 septembre 2008.

“Main basse sur la télé publique?”, *Le Nouvel observateur*, 3 juillet 2008.

“Mauvais coup”, *Le Monde*, 2 décembre 2008.

“Médias: à qui profite le rapport Giuzzi?”, *Le Point*, 17 septembre 2008.

“Que connaissent de mes thèses Nicolas Sarkozy ou Henri Guaino?”, *Le Monde*, 2 janvier 2008.

“Réforme de l’audiovisuel: opposition et majorité campent sur leurs positions”, *Le Monde*, 10 décembre 2008.

“Sauver le soldat Bichet”, *L’Humanité*, 13 janvier 2009.

「동아·중앙, 프랑스 언론 보고서 보도 ‘허위」, 『미디어 오늘』, 2009년 2월 14일자.

「사르코지의 동시다발적 개혁, 저항 많아」, 『조선일보』, 2008년 1월 9일자.

웹 사이트

www.assemblee-nationale.fr

www.chosun.com

www.csa.fr

www.culture.gouv.fr
www.ddm.gouv.fr
www.donga.com
www.humanite.presse.fr
www.journalisme.com
www.lefigaro.fr
www.lemonde.fr
www.lepoint.fr
www.lexpress.fr
www.mediatoday.co.kr
www.senat.fr
www.teleobs.nouvelobs.com

«Résumé»

La politique médiatique du gouvernement de Sarkozy

KIM Tae-Hoon
(Université nationale Chonnam)

La réforme des médias en France a commencé le 8 janvier 2008 par l'annonce de Sarkozy concernant la suppression de la publicité sur les petits écrans des chaînes du service public. Après ce discours présidentiel, plusieurs rapports ont été présentés, chacun contribuant à un média spécifique: le rapport de Jean-François Copé à l'audiovisuel, celui d'Eric Besson à l'économie numérique, le Livre vert à la presse écrite et "les Médias et le numérique", rapport de Danièle Giazzi consacré à la quasi totalité des médias.

Notre étude a pour objectif d'étudier ces rapports pour examiner les caractéristiques de la politique médiatique sarkozienne, surtout dans les domaines de la presse écrite et de la télévision publique.

Tous ces rapports sont d'accord pour constater que les médias français sont en crise, mais ils ne préconisent pas les mêmes remèdes. Tout d'abord, le rapport de Giazzi semble bien repré-

senter l'idée sarkozienne: il donne les 34 recommandations qui proposent surtout de supprimer les seuils de détention capitalistique et d'autoriser un groupe de médias à posséder une télévision, une radio et un quotidien de dimension internationale, afin de constituer des champions de taille mondiale. Ces propositions sont critiquées par les syndicats des journalistes, à cause du risque de faire souffler une tempête de 'libéralisme' sur le monde des médias. Cependant le Livre vert des Etats généraux de la presse écrite, remis à Sarkozy quelques mois après le rapport de Giazzi, donnent des préconisations basées sur les idées beaucoup plus fondamentales par rapport à celles de Giazzi: écriture et lecture de la presse. Ici l'écriture signifie non seulement la compétence des journalistes mais aussi l'avantage de la presse écrite qui pourrait 'donner la chance à l'intelligence, à la profondeur de champ en même temps qu'à la liberté du lecteur'. La lecture veut dire créer une accoutumance de lire des journaux chez les jeunes. Le livre vert propose d'offrir aux jeunes moins de 18 ans l'abonnement gratuit d'un quotidien.

Pour la télévision publique, comme l'avait souhaité le président de la république française, la commission Copé a présenté principalement la suppression de la publicité et proposé la nomination du PDG du groupe public par le conseil d'administration de France Télévisions et non plus par le Conseil supérieur de l'audiovisuel(CSA). Cependant, cette deuxième proposition a été rejetée par Sarkozy qui préfère un PDG choisi par le conseil des ministres. Cette décision est fort critiquée par les oppositions et les journalistes qui y voient la volonté du président de

la république de placer l'audiovisuel public français sous sa coupe.

Comme la suppression de la publicité des chaînes publiques était souhaitée par les socialistes comme Michel Rocard ou Lionel Jospin, on ne pourrait la considérer comme une mesure libéraliste. Mais on craint que cette réforme permette aux chaînes privées, dont les PDG sont proches de Sarkozy, de capter la totalité de la ressource financière du marché publicitaire.

Pour le moment, il est difficile de juger la nature exacte de la politique médiatique du gouvernement de Sarkozy, car elle oscille entre la droite et la gauche. Reste à savoir si elle va arriver à renforcer les médias français ou à les soumettre au pouvoir.

주제어: 방송법, 언론 정책, 인쇄 언론 매체, 공영방송, 광고 폐지
mots-clés: loi audiovisuelle, politique médiatique, presse écrite,
service public de la télévision, suppression de la publicité

투고일: 2009년 9월 30일

심사일: 2009년 11월 24일

게재확정일: 2009년 11월 29일