

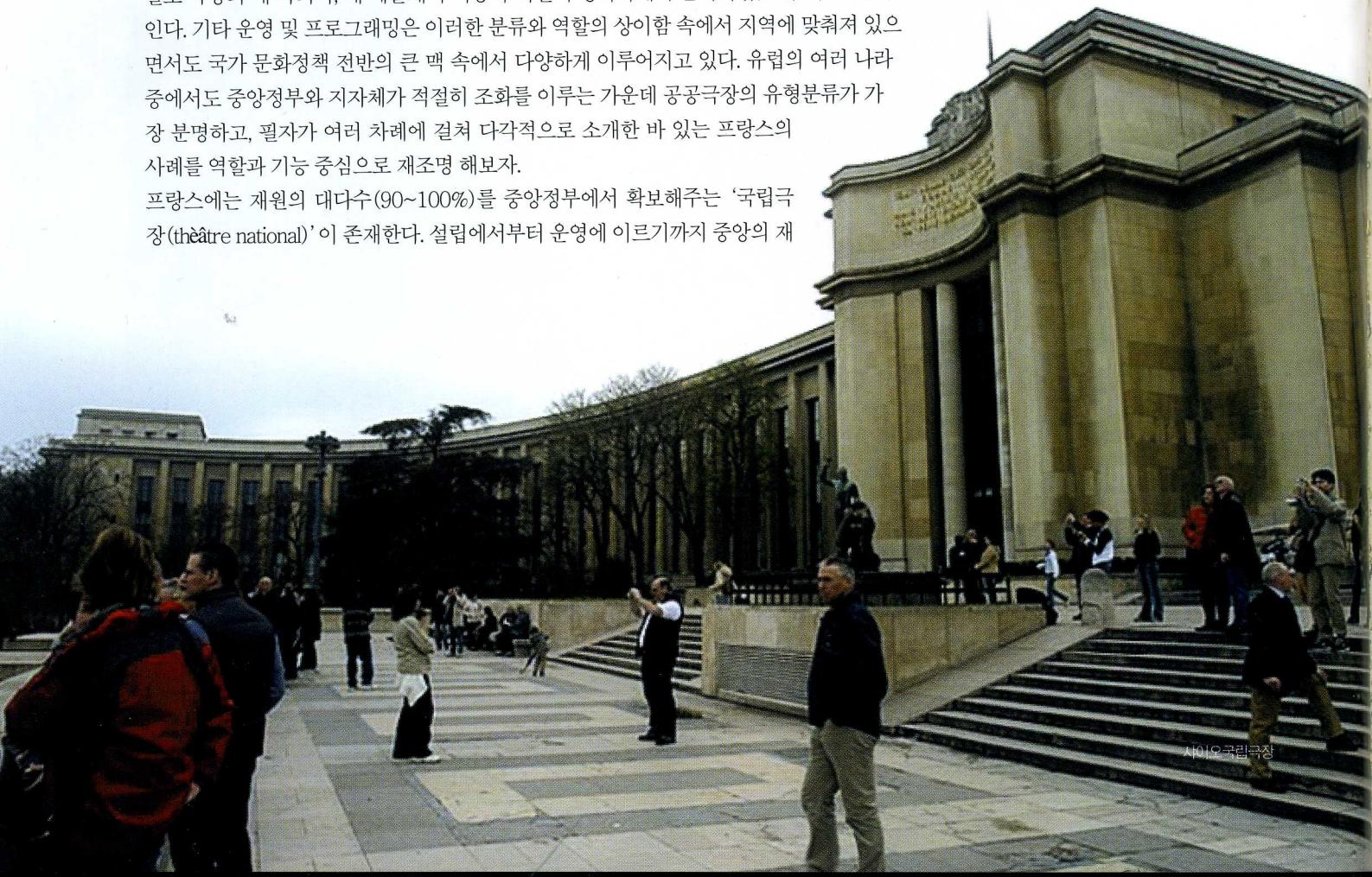
프랑스 사례를 통해 본 한국 공공극장의 역할과 기능

글_최준호(한국예술종합학교 연극원 교수)

공공극장의 유형과 역할 - 프랑스의 사례를 통하여

공공극장의 역사가 오래 되고, 그 운영에 있어서 전문성을 갖춘 유럽의 경우, 공공극장은 여러 개의 유형으로 분류가 되며 그 역할도 분명히 구분된다. 우리와 가장 큰 차이점은 건설과 운영을 위한 재정 확보에 있어서 국가나 지자체가 얼마나 적극적으로 참여하고 있는가, 극장의 재정 운영 및 예술적 운영에 얼마나 자율권을 주는가 하는 점이 그 기반을 달리하는 것이다. 또한 여러 유형 별로 극장의 대 사회적, 대 예술계의 기능과 역할이 명확하게 구분되어 있는 점이 큰 차이를 보인다. 기타 운영 및 프로그래밍은 이러한 분류와 역할의 상이함 속에서 지역에 맞춰져 있으며, 면서도 국가 문화정책 전반의 큰 맥 속에서 다양하게 이루어지고 있다. 유럽의 여러 나라 중에서도 중앙정부와 지자체가 적절히 조화를 이루는 가운데 공공극장의 유형분류가 가장 분명하고, 필자가 여러 차례에 걸쳐 다각적으로 소개한 바 있는 프랑스의 사례를 역할과 기능 중심으로 재조명 해보자.

프랑스에는 재원의 대다수(90~100%)를 중앙정부에서 확보해주는 '국립극장(théâtre national)'이 존재한다. 설립에서부터 운영에 이르기까지 중앙의 재



시아우국립극장

정이 전적으로 투입되며 현재 파리에 4개, 스트라스부르(Strasbourg)에 1개가 있다. 이들의 공통적인 역할은 새로운 공연의 창작/제작(Production)에 초점이 맞추어져 있다. 물론 5개의 극장이 각기 다른 미션을 가지고 있어서, 비중의 차이는 분명 존재한다. 요약하면, 유일하게 단체(극단)를 소유하고 있는 국립극장은 코메디프랑세즈(Comédie Française) 한 개소 뿐이며, 이 극장은 명작의 반열에 오른 희곡(국적 불문)을 무대 창작하고, 레파토리화해서 3개의 전용극장에서 연 600회 정도의 상연을 상시적으로 하고 있다. 고전 레파토리를 무대 창작하는 역할이 분명하다.

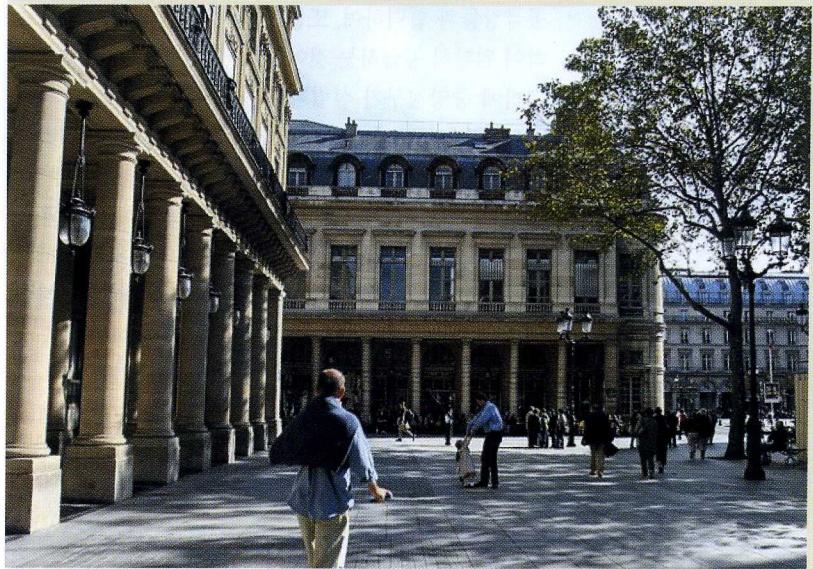
유럽극장(Théâtre de l'Europe)(국립팡테옹극장)은 예술감독이 중심이 되어 창작/제작을 중점적으로 하되, 유럽의 희곡 및 새로운 공연연출에 초점이 맞추어져 있다. 즉, 프랑스 공연의 예술적 발전을 유럽 협력의 수준으로 옮리고, 유럽 공연교류의 중심 역할을 한다.

꼴린느국립극장(Théâtre de la Colline)은 가장 깊고 작은 극장인데, 역시 창작/제작이 주로 이루어지되, 현재 살아있는 프랑스작가, 또는 다른 나라 작가의 작품을 창작하는 역할을 주로 하고 있다.

샤이오국립극장(Théâtre de Chaillet)은 일명 민중극장이라 불리던 국립공연장인데, 옛 이름에 걸맞게 대중의 접근성을 수월하게 하되, 최고의 예술적 수준을 담보하는 극장이다. 예술감독 중심으로 프로젝트 공연이 창작/제작되고, 민간 예술가 단체들의 제작을 활성화시키는 공동창작/제작의 주체가 되어 새로운 작품을 이 극장에서 연중 소개하는 역할을 한다.

스트라스부르국립극장 역시 지역이라는 한계가 있기에, 사이오극장과 다소 유사하나 지역 예술가단체의 제작에 참여하는 일이 가장 두드러진다. 마지막 두 국립극장들은 앞의 세 국립극장과 이어지는 두 번째 단계의 공동극장의 중간 쯤에 자리를 잡고 있는 것이다. 정리하면, 직접 제작 또는 공동제작을 통해 새로운 작품을 생산해내는 역할이 국립극장의 공통적인 역할이며, 코메디프랑세즈를 제외한 네 극장은 여러 단계의 공연장 네트워크의 최상위 단계에서, 하위 네트워크에서 공급될 작품을 생산하는 역할을 하는 것이다.

그 다음 단계의 공공극장은 지역에 설치된 ‘국립연극센터(Centre Dramatique National)’, ‘지역연극센터(Centre Dramatique Régional)’라고 불린다. 중앙과 지



코미디 프랑세즈

역의 정부가 설립하고 운영예산에 중앙정부의 재원이 40% 내외로 투여되는, 우리와 비교하면, 반드시 일치하지 않지만, 도 단위, 광역시 규모에 하나씩 설치된 공공극장이다. 이 극장들 역시 예술감독을 중심으로 새로운 작품을 창작/제작하는데, 그 지역의 예술가(단체)를 우선으로 하나, 전국적 또는 국제적으로 개방하여 좋은 작품의 제작, 공동제작의 비중을 높이고 있다. 즉 새로운 작품을 생산하는 역할이 국립극장보다는 적으나 전체 프로그램의 약 50%에 이르고, 나머지는 이미 만들어진 작품들을 공급(DIFFUSION)하는 역할을 한다. 제작 및 공급에 있어서 공공극장 네트워크 안에서의 공동작업이 눈에 띄는데 이는 동 사업을 위한 재정의 부담을 덜어주면서, 동시에 좋은 작품의 창작/제작과 공급의 가능성을 높여주기 위한 것이다.

중앙정부의 재원이 직접 투여되는 세번째 공공극장은 ‘국립무대(Scène Nationale)’라 불리는 것이다. 지역에 가장 많은 숫자를 차지하고 있으며, 국가 전체의 공공극장의 기반이 되어 있다. 물론 설립을 중앙과 지역이 함께 하고, 운영에 있어서 일관성과 안정성, 발전을 담보하기 위하여 중앙정부의 재정이 20~30% 정도 투여되고 있다. 이 공공극장은 운영의 중심이 좋은 작품, 지역에 맞는 작품을 공급하는 역할을 수행하는 데에 있다. 예술감독의 지휘 하에 제작을 하기도 하지만 주된 역할은 공동제작자로 작품 생산에 참여하여 공급을 확보하고, 기준의 좋은 작품들을 3개의 네트워크 안에 있는 공

공극장들과 협력하여, 또는 민간 예술가 단체들과 협력하여 원활히 공급하는 것이다.

그밖에 중앙정부가 설립과 운영에 개입하지 않는 공공극장이 마지막 단계의 공공극장 네트워크에 들어간다고 볼 수 있다. 보통 ‘시립극장(Théâtre Municipal)’이라 불리는, 우리의 시립, 군립, 구립극장 등이 여기에 속한다. 공연시장에 제공되는 작품의 제작은 지극히 제한적이지만, 많은 지역 민간단체들의 창작, 발표의 장이 되면서 프로페셔널 공연의 공급과 아울러 아마추어 활동의 영역으로서도 중요하다.

사설극장들조차도 지자체의 지원이나 극장협의체, 지원기구의 재정적 도움을 받으면서 공공의 미션을 수행하고 있는 역할을 하고 있다. 이들은 공공극장으로 분류되지는 않지만, ‘미션을 부여받은 사설극장’으로 불리며 공연예술계, 공연예술시장, 예술정책의 한 영역을 담당하고 있음을 확인할 수 있다.

이상에서 살펴본 프랑스의 공공극장들은 ‘모든 프로그래밍의 공통적인 대 원칙이 극장의 기획’에 있다. 그것이 극장 단독 제작이건, 다른 극장들이나 예술단체와 공동제작이건, 혹은 작품을 구매하여 공급하건 모두 극장이 전적으로 책임을 지는 극장의 기획으로 이루어지는 것이다. 이는 극장에서 이루어지는 모든 것에 극장이 책임을 지고 있으며, 연중 공연장을 찾는 관객에게도 극장이 책임을 다하겠다는 입장장을 말한다.

한국 공공극장의 현주소 - 공연예술제작, 공급, 수용에 있어서

우리나라의 현황을 개괄해보면 우선 100% 국가재정으로 설립, 운영되는 국립중앙극장이 서울에 있어서, 4개의 전속단체를 통한 전통공연예술의 창조적 계승, 발전



국립극장

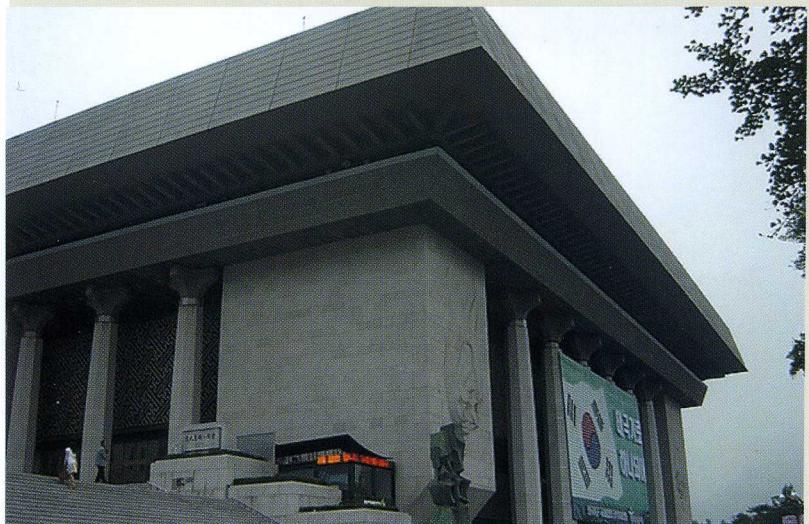
이라는 대 목표를 갖고 있다. 하지만 국가를 대표하고, 국가적 예술자원을 가치매김 하는 작품을 ‘충분히’ 창제작하는지, 이로 인해 한국적 독창성을 전세계에 알릴 수 있는 공연을 생산, 공급하는지, 최소한 이런 성향의 작품을 좋아하는 관객에게 ‘연중’ 새로운 작품과 기준 작품을 업그레이드하여 레파토리 공연을 무대에 올리는지 모두 회의적이다. 연중 더 많은 날들을 극장이 제작의 책임을 지지 않는 공연, 즉 외부의 공연을 대관으로 수용하는 점도 ‘국립’ 극장의 역할을 더욱 흐리게 한다. 물론 이런 현실의 기저에는 예산의 부족, 경영 평가의 기준 등 매우 복합적인 문제가 총총이 쌓여 있음을 알고 있으니 더욱 답답하다.

그 다음 범주에는 중앙정부가 설립에 도움을 주고, 운영은 지자체가 전적으로 맡아서 하고 있는 공공극장들이 있는데, 대개 현재 문화예술회관연합회에 소속되어 있는 공공공연장들이다. 여러 가지 다양한 이름을 가지고 있으나 여기에서는 통칭하여 문예회관이라고 하자. 광역시 단위에서 과거에 설립한 문예회관들은 산하예술단체들을 두어 예산의 많은 부분을 급여 지급에 쓰고, 공연사업비는 지극히 미비한 형편이다. 예술가에게 급여를 지급하는 일은 매우 좋은 일이다. 하지만 그만한 일을 하게 할 여건과 책임도 함께 부여해야 하는 것이다. 결국 연중 최대 50일 이내의 공연 정도로 한 단체가 운영되는 것이 태반인 현실이 되어버렸다. 운영의 문제는 다른 기회로 미루기로 하고, 공연예술시장, 공연계와 관객을 생각하며 그 극장들의 역할을 여기서 다시 검토해보자.

- 공연의 제작은 어디서 누구에 의해 주로 이루어지는가?
- 제작된 작품들을 예술 상품이라고 한다면 이것들은 유통되는가? 누가 1차적으로 상품을 구매하는가?
- 공공극장 프로그래밍이 대관에서 기획으로 운영의 방향을 옮긴들 어떤 상품으로 기획을 하며, 기획을 통해 1회성 행사가 아니라 안정적으로 얻어지는 것은 무엇인가?
- 공연장은 창작과 수용의 매개이면서 동시에 작품 공급과 구매가 이루어지는 현장인데, 창작, 공급, 구매를 연중 하고 있는가?
- ‘공공’ 이런 이름이 붙여진 공연장은 사설극장과 어떻게 다른가?
- 공공극장은 창작/제작의 활성화에 어떻게 기여하고 있는가?

- 관객의 확대를 위해, 관객의 만족도를 높이기 위해 각기 무엇을 하고 있는가?

더 많은 질문에 대한 답을 하려 애쓰면서 우리의 공공극장을 살펴보아도 궁색하기 이를 데 없다. 재정적으로 안정된 새로 생긴 큰 극장들은 앞 다투어 예술의전당, 세종문화회관, 엘지아트센터의 사례를 활용하고 있다. 이 극장들은 세계적인 작품들을 국내에 소개하는 국제적 공급의 역할을 여러 예술축제와 함께 활발히 하고 있다. 하지만 희귀한 극장들 간의 공동 사업, 비싼 대가를 치르는 단독사업의 경향이 다른 극장에 맞을 것인가. 엘지아트센터는 극장 공간에 맞는 국제적 수준의 공연들을 잘 공급하고, 관객의 관리와 확대에 발전적인 모습을 보여주고 있지만, 사설극장이니 본고의 논지와는 거리가 있다. 예술의전당은 제작과 기획, 공급(대관)의 균형을 맞춰가고 있지만, 예산의 15% 정도를 공기금으로 보장 받는, 프랑스의 최하위 공공극장의 조건에도 못미치는 절름발이 공공극장이다. 세종문화회관은 수많은 산하단체를 둔 구조는 제작 중심으로 만들어져 있으나, 시립단체들의 전용공간과는 거리가 먼 외부공연을 주로 공급하고 있으며, 그것도 작품성과 관객동원에 극장의 책임이 없는 대관 중심의 기형적인 공공극장이다. 과격하고 단도직입적인 표현에 용서를 바라지만 사실이 그렇다. 아르코극장은 기획-기존 작품의 부분적 구매 또는 간헐적인 신작 공동제작-과 대관을 겸하고 있다. 즉, 연중 일부의 기간만 작품에 대한 책임을 공급자로서 또는 소극적 의미의 공동제작자로서 지고 있는 것이다. 대표적인 공공극장들의 사정이 이러하니, 민간예술가들이 좋은 공연을 제작하지 못하는 해에는 국립극장을 포함한 이들 대표적인 극장 공연 전체의 질적 수준이 떨어질 수밖에 없다. 수도권 또는 광역시 단위의 문예회관에서 직접 또는 공동제작한 작품이 서울이나 전국의 공공극장을 돌며 공연하는 일은 거의 드물다. 그렇다고 해서 연중 몇 달이라도 우리나라 최고의 작품들이 문예회관 단위의 공연장 여러 곳에서 공연되는 일도 거의 없다. 그나마 로또기금지원이 있어서 적으나마 우수 공연이 지방으로 3~4차례 순회하기도 하지만, 이나마 없었다면 극장 네트워크를 통한 공연 공급은 더욱 희귀한 일이 되었을 것이다. 나머지 기초자치단체에 속해 있는 문예회관들의 사정은 더욱 열악하기 이를 데가 없는 것이 우

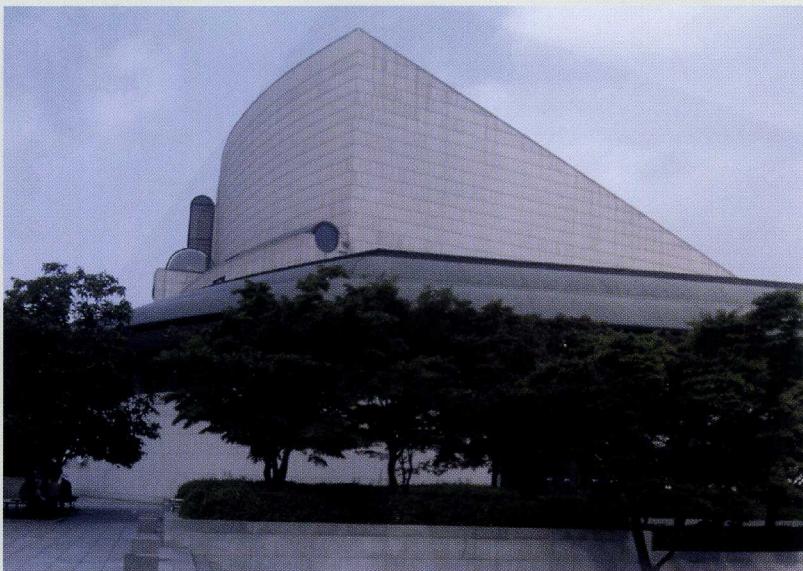


세종문화회관

리의 현실이다.

우리나라에서 대개의 공연 제작은 민간 예술가들이 알아서 계획하고, 운이 좋으면 공공지원기구를 통해 제작비의 일부를 지원받아 이루어진다. 설혹 공연의 질적 수준이 뛰어나다 하더라도 작품이 다른 극장에 팔릴 것이라는 별다른 후속 기대도 하지 못하고 일회성 공연이 반복될 수밖에 없다. 전국에 공공극장은 많지만 사업예산이 턱없이 부족한 상태이고, 구조적으로 산업체화, 상업화되기 어려운 공연예술의 제작과 공급이 이렇게 전적으로 예술가 개인에게 책임지워지고, 그 유통조차도 현실적으로 원활히 이루어지지 않는 대한민국의 상황에서 가히 정상적인 공연예술시장은 존재하지도 않으며, 시장원리에 맡긴다는 말은 성립될 수도 없는 것이다. 따라서 제작의 상당 부분을, 다양한 방법으로 공공극장이 떠맡지 않으면, 공연 공급의 책임을 맡지 않으면, 현실적인 어려움으로 인해 우리의 공연예술이 간신히 명맥을 유지하다가 붕괴되는 것은 시간문제일 뿐이다.

제품이 생산된 1차 구매를 할 대상이 없이 예술가가 직접 2차 구매자인 관객과 마주하는 것은 (공공)공연장이 제 역할을 하지 못하기 때문이다. 많은 수의 공연장을 무엇인가로 채워야 하는 현실이 되다보니, 예술가(단체)와 극장, 관객 사이에서 그들을 매개하는 민간기획사의 수는 늘었다. 이를 두고 프로듀서의 시대가 열렸다고 해석하기도 한다. 하지만 그들은 주로 단체와 극장이 힘겨워하는 홍보와 마케팅을 담당하고 있다. 이름에



예술의 전당

걸맞는 제작자 구실을 하는 경우는 극소수일뿐더러, 그들은 개인 사업자의 한계를 지닌다. 그들이 아무리 훌륭한 예술적 사명을 띠고 있다 하더라도 재화(수익)를 벌어들이지 않으면 안 되고, 공연예술의 발전과 공연예술 시장 활성화에 기여할 수 있는 한계는 분명하다. 극장이 시장의 중심에 자리 잡고 민간 기획자들의 역동성을 소화하면 시너지 효과를 얻게 되어 좋은 공연물이 6개월, 1년 이상 여러 공공극장을 다니면서 관객을 만나고, 관객의 저변이 넓어지는 환경이 형성되는 것이다.

극장이 홍보, 마케팅을 얼마나 잘하는가는 2차적인 문제이다. 꾸준히 구매할 제품, 구매할 여력이 있어야 고객을 확보하고, 고객의 규모를 키워갈 수 있는데 간헐적으로 기획하는 공연물로는 이벤트성 홍보, 마케팅을 할 수밖에 없고, 사업의 성과를 축적할 수도 없는 것이다. 즉, 여러 가지 방법으로 공연물을 1차 구매함으로써 공급자로서의 능력, 역할이 강화되어야 하는 것이다. 예술가단체들은 완성도 있는 공연 창작에 집중하며 공공극장들과 원활히 왕래만 하면, 이렇게 공급자의 역할을 하는 공공극장들이 있기에 최소한의 생계를 꾸릴 수도 있을 것이다.

지금의 현실은 공공극장으로서 창작/제작의 역할도, 공급주체로서의 역할도 비중이 워낙 열악하기 때문에 그 극장들의 분류조차 무의미한 것으로 보인다. 주로 공간을 임대하다가, 예산이나 지원으로 인한 여유가 생기면 작품을 초청하여 잠시 공연을 공급(기획)하는 일을 주

로 하고 있다. 모처럼의 공연관람에 기뻐하는 지역의 관객들의 숫자에 만족하여서도, 또 이벤트성 사업성과에 자족하여서도 안되겠다. 문화예술 향유권은 국민의 일상에 제공되어야 하는 기본 권리이기 때문이다.

한국 공공공연장이 실현할 역할

위에서 말한 공공극장의 역할 분담 중에 우리가 당장 실현할 수 있는 다양한 것들을 이제 몇 가지로 나누어 보고자 한다. 모든 것에 앞서 가장 먼저 우리가 공유해야 할 역할은 관객에 대한 전적인 책임을 극장이 진다는 전제일 것이다. 이에 따라서 1) 작품 생산(제작)에 기여하는 극장, 2) 완성된 작품을 좋은 환경에서 관객에게 공급하는 극장, 3) 지역사회와 함께 발전하는 극장 등 세 가지 큰 역할을 염두에 두어야 하겠다. 이를 위해 각 극장이 단독으로 모든 것을 이루기에는 재정, 인력, 행정 등 너무나 복합적인 문제들이 산재해 있음을 우리가 잘 알고 있기에 여기에서는 민, 관이 어떻게 서로 협력해야 할 것인가에 대해 논의의 초점을 두고자 한다.

1. (지역) 예술단체와의 협력

1) 상주단체회: 민간 예술단체 중 극장의 예술적, 사업적 방향이 맞는 단체(들)를 선정하여 직접 계약을 맺는다. 이때의 기본은 양측에게 모두 이익이 되어야 한다. 예를 들면 극장은 단체에게 연간 2작품(창작을 고집할 필요는 없음)을 00일 간 극장에서 공연하고, 관객 교육 프로그램을 내용적으로 맡아 줄 것을 요구할 수 있다. 반대로 그들에게 필요한 일 수와 시간에 연습장을 제공하고 (전용 연습장이 아니라), 작은 사무실(전용)을 제공하며, 제작비의 일부를 분담하며, 공연수익을 나눈다. 홍보, 마케팅, 교육에 있어 서로에게 도움이 되는 가운데 양질의 공연과 서비스가 관객에게 제공되는 것이다. 이런 것을 기초로 하여 상호 협의에 따라 다른 조건들을 추가할 수 있다.

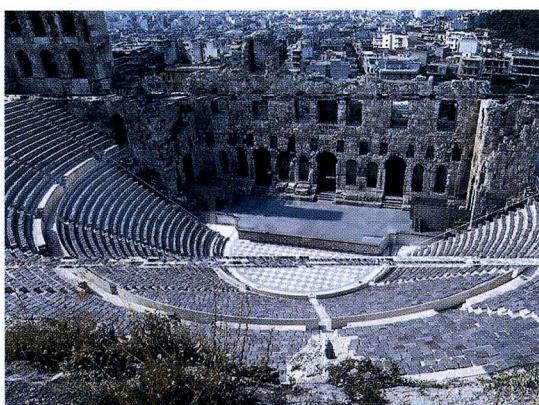
2) 공동제작참여: 민간단체의 예술적 계획이 극장과 맞는 경우, 단체와 공동으로 새 작품을 제작한다. 전문연복권기금 기획사업이 이러한 민간단체와 극장의 공동사업을 지원하고 있다. 극장이 직접 제작할 경우에는 참여하는 모든 개개인이 극장과 계약을 하고 공연권을 모두 극장측이 가지게 되지만, 이때에는 단체와 계약, 공

연권의 일부를 가진다. 재정적인 부담이 줄지만 좋은 공연을 최적의 조건에서 완성하고 그 공급을 보장받는다는 의미가 있다. 이때 인근한 또는 같은 운영 방향을 가진 다른 공공극장과의 공동제작, 구매(기획) 협력은 더욱 발전적이다. 극장의 재정적 조기 참여로 안정된 공급은 물론, 작품성도 향상되고 홍보, 마케팅의 시간적 여유도 갖게 된다.

3) **파트너쉽 강화(공동기획, 대관)**: 제작 이전 단계가 아닌 창작 중에 있거나 완성을 앞두고 있는 좋은 민간의 작품을 대상으로 하여 극장측이 우선적으로 프로그래밍하기 위해 취하는 방법이다. 즉 제작자보다는 한 단계 가벼운 입장에서 이 작품의 대관료를 받지 않고 공동으로 기획한다. 단체는 극장을 미리 확보하고, 홍보와 마케팅에 들어가는 부담을 덜면서 좋은 조건에서 작품을 생산할 수 있게 된다. 이때에도 극장은 관객을 책임져야 하며 입장 수익의 일부를 계약에 따라 극장측이 가져간다. 초청 비용보다 적은 액수로 좋은 프로그램을 미리 확보할 수 있는 방법이다. 이보다 더 소극적인 방법으로는 기획대관을 통해 어떤 작품에 미리 대관을 확보해두고, 그 공연을 받아들이는 방법이 있다. 좋은 공연을 극장에서 공연할 수 있게 되지만 이때의 단점은 극장이 관객 집객의 책임을 지지 않는다는 것이다.

2. 타문예회관과 협력

1) **공동기획/구매**: 작품의 공급을 위해 가장 보편적인 방법이다. 기존의 좋은 작품을 여러 극장이 공동으로 투어 계획을 마련(협의)하여 보다 저렴한 가격에 작품을 구매하는 방법이다. 민간단체가 만든 우수한 작품이 살아나고, 예술가들이 일에 전념할 수 있게 하는 훌륭한 효



오데옹극장

과가 있는 일반적인 방법이다.

2) **공동제작+배급**: 앞서 언급한 단체와의 공동제작을 여러 공공극장이 힘을 합해 제작에 기여하면서 아울러 좋은 공연을 확보하는 일이다. 초청비용의 일부를 단체에게 선지급 하여 제작의 질을 높이며, 미리 이 공연을 프로그래밍 하여 홍보, 마케팅의 여유를 가질 수 있다. 이 때 재정적 부담은 초청비(구매)의 10~20%가 추가될 수 있다. 하지만 극장이 원하는 작품을 미리 제시할 수도 있고, 제작 과정에서 질적 향상을 요구할 수도 있다. 예술팀은 단체가 되지만 극장의 협력으로 단체의 기본 역량보다 더 나은 예술적 협력-외부 예술가의 참여-이 가능해진다. 민간 예술가(단체)가 최상의 환경에서 최고의 작품을 창작할 여건이 극장들의 협업으로 실현되는 것이다. 경기도문예회관 연합회의 공동제작 사업 등이 좋은 예이다.

3) **공동프로그래밍+회원공유**: 연간 프로그래밍을 공동 제작, 기획, 대관을 통해 상당 부분 공동으로 이루며, 인근한 공공극장과 회원을 공유하여 관객수를 극대화하는 방법이다. 연중 공연을 소화하기 힘든 경우 더욱 효과를 볼 수 있으며, 관객에 대한 서비스도 개발될 수 있다. 산하단체, 상주단체들의 작품이 투어를 할 여건을 함께 마련하면 공동프로그래밍의 기반이 쉽게 다져질 수 있을 것이다.

3. 지역사회와 협력

극장과 단체, 극장들끼리의 협력과 아울러 중요한 사항이 지역 사회와 극장이 함께 하는 일이다. 시민들이 극장을 더욱 가깝게 느끼게 하는 일은 예술작품의 향유 기회 제공만으로는 현실적인 한계가 있다.

1) 수많은 대학을 비롯한 교육기관, 아마추어 단체, 기업 등을 대상으로 교육과 아마추어 활동의 장으로 공공극장이 이용되게 함으로써 친밀감을 높이며 관객을 확대한다.

2) 개별관객과 지역사회기관에 다양한 형태의 관객교육(서비스)프로그램을 제공함으로써 늘 유익한 장소로 인식되게 하며 극장을 찾을 기회를 늘인다.

3) 지역의 수많은 축제 등과 연대하여, 설혹 주관자가 다르다하더라도, 극장에서 즐거운 행사가 이루어지게 도움으로써, 지역사회에의 기여도를 높여, 극장의 가치와 필요성을 키운다. ■