

코로나19에 의한 뮤지컬 공연현황과 방향성에 관한 연구

A Study on the Current Situation of Musical Performance in the COVID-19 Era and Its Direction

배혜령, 신종철
청운대학교 뮤지컬학과

Hye-Ryung Bae(bhr@chungwoon.ac.kr), Jong-Chul Shin(jcdance@naver.com)

요약

본 연구의 목적은 한국뮤지컬의 코로나19로 인한 피해 현황을 알아보고 코로나 시대 이후의 대처 방안 및 발전 방향 모색에 있다. 이에 본 연구에서는 피해 현황을 알아보기 위해 2018년 3월부터 2021년 2월까지 3년간의 공연예술통합전산망의 공연통계자료와 온라인 공연분석을 위하여 네이버TV를 토대로 뮤지컬 공연이 송출된 2020년 3월부터 2021년 2월까지 내용을 중심으로 연구하였다. 그 결과, 긍정적인 면과 부정적인 점, 비판적인 시사점, 낙관적인 가능성을 동시에 검증하고 도출할 가설과 근거들을 찾을 수 있었다. 첫째, 오프라인공연과 온라인공연으로 분리되어 공연예술이 다면적으로 확장 할 것이다. 둘째, 온라인의 활용으로 수도권과 비수도권지역의 격차(양극화)를 좁힐 수 있다. 셋째, 새로운 뮤지컬시장 구축을 위한 상생모델의 개발이 시급하다. 넷째, 연기자들이 공정한 저작권 보호를 받을 수 있어야 한다. 다섯째, 영상화를 위한 한국형 지원재단과 융합적 사고, 지식을 겸비한 인재가 필요하다. 오프라인 공연에서 온라인 공연으로의 전환이라는 시대적 변화 속에서 뮤지컬 시장의 보다 수준 높은 질적 양적 성장이 있어야 한다.

■ 중심어 : | 코로나19 | 뮤지컬 | 공연예술 |

Abstract

The objective of this study is to understand the current status of damage to Korean musical caused by the COVID-19, and also to seek for the coping measures and development direction in the post-Corona era. Thus, to understand the current status of damage, this study mainly researched the contents of NAVER TV musical performance transmitted for three years from March 2018 to February 2021 for analyzing the online performance and performance statistical data of Performing Arts Box Office Information System. As a result, this study could find a hypothesis and grounds to simultaneously verify and draw the positive and negative sides, pessimistic implications, and optimistic possibility. First, the performing arts would be multilaterally expanded after being divided into offline performance and online performance. Second, the utilization of online performance could narrow the gap(polarization) between capital area and non-capital area. Third, it is urgently needed to develop a win-win model for the establishment of a new musical market. Fourth, the performers' copyrights should be fairly protected. Fifth, the visualization requires the Korean-style support foundation and talent equipped with convergent thinking and knowledge. In such temporal changes from offline performance to online performance, there should be more sophisticated qualitative and quantitative growth in musical market.

■ keyword : | COVID-19 | Musical | Performing Arts |

I. 서론

세계경제포럼(WEF)이 2020년 3월 발표한 자료에 따르면 코로나바이러스는 세계화, 도시화 및 기후변화의 가속화와 함께 더 빈번한 전염병 패턴이 될 것이라고 예상하고 있으며[1], 세계보건기구(WHO)도 2020년 5월 코로나19 바이러스가 전 지구적 전염병인 '팬데믹(pandemic)'에서 더 나아가 세계적 고질병인 '엔데믹(endemic)'이 될 가능성이 있다고 경고하고 있다[2]. 그리고 코로나19 이전(BC: Before Corona)과 이후(AC: After Corona)로 시대는 변화되어 코로나19 사태를 Globalization 1.0과 2.0시대를 나누는 'Chapter Break'로 규정[3], 코로나19 이후 시대를 'Next Normal'로 불리기 시작했다[4].

우리나라는 2014년 세월호 참사, 2015년 메르스 사태를 극복하면서 3차 산업혁명의 성공가도를 넘어 4차 산업혁명으로 변화하는 시기에 2020년 코로나19라는 전염병에 직면하게 되었다.

2020년 2월 특정지역에서 코로나19 첫 확진자 발생, 전국으로 확산되면서 서울과 지역 모든 곳에서 지역 간 이동이 제한되거나 회피하는 현상이 벌어지고 특정지역을 방문한 경험이 있는 사람은 진단 검사를 받아야 하는 등 코로나19로 인한 피해는 이루 상상 이상으로 커지고 있는 실정이다. 코로나19는 점차 그 심각성이 부각되면서 문화시설 등 정부에서 주관하는 모든 국립 문화시설이 순차적으로 휴관 되거나 운영을 중단하였다. 많은 공연작품들과 축제(지역행사)가 대부분 취소되거나 연기되었으며, 하반기에는 이마저도 취소되는 경우가 많았다[5].

공연예술의 특징은 현장성, 대면 교감성, 직접적 판타지 효과, 행동의 직접 표현성 등이 장점으로 관객과 공연자가 같은 시공간에 존재하며 다양한 형태로 소통하고 공감대를 이끌어내는[6] 공연예술이 코로나19 바이러스로 인해 다중 시설에 대한 출입이 통제되고 그 통제 기간이 지속되면서 직접 무대에서 퍼포먼스를 해야 하는 배우와 관련 종사자들은 고사 직전에 몰려 있다[7].

2020년 10월 문화체육관광부 국정감사 발표 자료에 따르면 문화, 체육, 관광 분야 코로나 피해 전체 규모는 약 11조원을 육박하는 수준으로 문화예술 분야의 피해

는 5천49억원으로 집계됐다. 이중 예술 분야는 1~8월 중 공연·미술시장 피해 금액이 2천646억원, 프리랜서 예술인 고용피해가 1천260억원으로 각각 추정됐다. 공연 건수는 작년 동기 대비 35.8% 줄었고, 예매 수는 63.5% 급감했다[8]. 2020년 1~4월에 코로나19로 취소·연기된 예술행사는 전국적으로 2,503여 건(피해액은 523억원), 서울의 취소·연기 건수는 1,614건, 피해 금액은 약 266억원으로 추정하고 있다[9].

코로나19로 인한 피해는 장기화가 지속하면서 공연 개막편수는 40%가 감소하였으며, 현장판매로 어려운 극단과 극장의 작품이 집계되지 못한 것을 고려하면 그 피해는 더욱 심각하다[10].

국민권익위원회에 따르면 2020년 9월까지 전국의 공연취소건수는 3,568건으로 조사한바 있다. 이중 서울, 경기지역이 1,652건으로 가장 많았으며 경상도 지역이 그 다음 순으로 많이 취소되었다. 특히 뮤지컬은 2020년 9월까지 전국 508건이 취소되었으며, 경기도 134건, 부산과 경남이 68건, 인천과 울산이 44건, 광주 39건, 서울 37건, 전북 25건 순으로 취소되었다. 대도시에서 공연이 줄어들고 지역편차가 심각한 상황에서 공연 연기와 취소는 공연예술시장에서 가장 큰 점유율을 갖고 있는 뮤지컬 공연이 좌석 띄어앉기 등으로 공급과 수요가 불균형적으로 이루어지고 있음에도 결국 존립위기 상황까지 발생하고 말았다. 외국의 사례에서도 미국과 영국의 브로드웨이와 웨스트엔드 또한 팬데믹으로 인한 국가, 지역 간 이동이 제한되고 관광객이 줄어들면서 섯다운(shutdown) 상황이 초래되기도 하였으며, 유럽의 각종 음악제, 예술제, 무용제들도 순차적으로 취소하였다. 한편 이러한 상황을 탈피하기 위해 한국을 비롯해 많은 국가들이 예술가와 공연을 위한 지원정책과 네트워크를 활용한 대처방법을 모색하고 있으나 역부족의 한계를 절감하고 있는 실정이다.

이처럼 코로나 바이러스 창궐은 공연예술계에 일대 변화를 유발하고 있다. 공연예술의 현장성과 시간성을 중시해 왔던 무대가 온라인으로 이동하면서 스트리밍 라이브, 라이브니스라는 새로운 형식도 등장하였다.

이는 많은 공연예술이 코로나19로 공연이 취소되자 반 강제적으로 오프라인에서 온라인 무대로 변화하면서 새로운 대안처럼 떠오르기 시작하였다.

온라인 공연 중 가장 이슈가 된 공연은 방탄소년단(BTS)의 'Bang Bang Con The Live'(이하'방방콘')으로 음악 활동을 지속하고 팬들과의 소통·교감을 넓히기 위해 2020년 6월 14일 자체 제작 플랫폼 위버스(Weverse)를 통해 방에서 즐기는 BTS 라이브 콘서트란 뜻의 온라인 비접촉 콘서트를 선보였다. 소속사 빅히트엔터테인먼트는 한·미·일·중 등 총 107개 지역에서 75만60여 명이 '방방콘'을 관람해 세계 유료 온라인 콘서트 중 가장 큰 규모라고 밝힌 바 있다[11].

뮤지컬 또한 현 상황에 대응할 만한 방법을 모색하던 중 서비스차원에서 아카이브 형식의 기록용 녹화영상으로 온라인을 통한 공개를 시작하여 점차 스트리밍라이브영상의 송출이 늘어나게 되었다. 뮤지컬에서는 25주년 기념공연 실황〈오페라의 유령〉(2011)은 이틀 동안 1,000만 명이 접속하는 기염을 토했지만 이는 세계적으로 잘 알려진 작품의 명성에 힘입어 유료 콘텐츠로 성공 시킬 수 있었다. 한국의 경우, 2016년 뮤지컬〈테스노트〉 쇼케이스를 시작으로, 〈드라큘라〉, 〈브로드웨이 42번가〉의 프레스콜이 네이버TV를 통해 선보이며, 오프라인 공연에 대한 관객의 이목을 끄는 데 성공하였다[12]. 하지만 이 또한 잘 알려진 작품의 명성으로 유료 콘텐츠를 성공 시킬 수 있었다는 우려의 시각이 있다.

정삼철, 이민주의 연구에 따르면 앞으로 언택트 문화가 일반화되고 오프라인 공연·전시가 온라인 형태로 전환되면서 이동성(Mobility)보다는 연결성(Connectivity)이 강조되는 사회적 변화가 일어날 것으로 예상하였다[13]. 그러나 우수진은 이러한 온라인 공연이 예술의 대량적인 수요와 공급이 가능하게 하였으나 공연자와 관객, 관객과 관객을 서로 분리시킬 수밖에 없다고 지적[14]하고 있어 온라인과 오프라인 공연에 대한 의견이 분분한 가운데 한국뮤지컬계가 현 상황을 긍정적이고 지속적으로 대처 할 수 있는 방안을 모색할 필요성이 있다.

현재 코로나 관련 연구들은 비대면 온라인공연의 가속화와 비대면 공연에 관한 연구가 진행되고 있다.

정민아는 코로나가 촉매제 역할로 기존 공연예술이 가지고 있는 기능이 변화하여 새로운 시장과 기회를 만들 것이라 하였고, 남주원은 언택트는 단기적이 아닌 지속성을 갖고 있어 온라인 공연관람형태가 새로운 문화로 자리 잡을 것이라 예상했다. 최종화는 인간사회의

접촉을 지향 하지만 현대에는 인간본성을 '온택트(Ontact)' 현상으로 강화될 것이라 하였고[15], 유안나·이종오는 비접촉 콘서트로서의 대안 포맷 가능성을 제시하였다[6]. 임지형은 무용공연에 4차산업의 AR합성 기술을 도입하고 3D 그래픽을 구현, AI기술과의 접목을 해야 한다고 하였고[16], 김가은·홍미성은 스마트폰 화면을 고려한 안무의 필요성을 강조, 동적인 동작으로 이루어진 무용작품을 스마트폰처럼 작은 화면에서 최대한 효과를 높이기 위한 안무를 기획해야 한다고 주장한 연구가 있다[17]. 이처럼 공연예술이 코로나로 인해 새로운 변화를 시도하고 그 대안을 찾기 위한 노력은 국내·외는 물론 장르를 막론하고 끊임없이 진행되고 있으나 우리나라 뮤지컬학계에서는 조성범의 보육교사의 비대면 뮤지컬교육 만족도 조사 연구, 김성은의 온라인 뮤지컬 공연의 서비스 품질이 소비자 태도에 미치는 영향의 연구만 있을 뿐이다[18]. 때문에 한국 공연예술시장에서 중요한 위치에 있는 뮤지컬이 앞으로 코로나 시대 이후(After Corona)를 대비하여 긍정적으로 헤쳐나갈 수 있는 방향을 모색하는 일이 중요한 과제로 대두되고 있다. 이에 본 연구에서는 공연예술의 여러 장르들이 코로나19 관련 연구를 진행하고 있는 가운데 뮤지컬학계에서 연구의 진행 수준과 한국뮤지컬의 코로나19로 인한 피해 상황 등 현황을 알아보고 코로나 시대 이후의 대처 방안 및 발전 방향 모색 등에 그 목적을 두고 있다.

본 연구에서는 코로나 관련 공연예술 선행연구와 문화예술회관 사이트, 신문기사, 잡지, 평론, 정부산하기관에서 발간한 자료와 코로나19 피해 관련, 2018년 3월부터 2021년 2월까지 3년간의 공연예술통합전산망의 공연통계자료를 토대로 코로나19 이전과 이후를 구분한 후, 서울을 비롯한 경기도, 강원도, 경상도, 충청도, 전라도, 제주도로 7개의 지역으로 분류하고, 대극장, 중극장, 소극장으로 나누어 실태 조사를 하였다. 또한 부각되고 있는 온라인 공연분석을 위하여 2020년 네이버 이용자가 가장 많이 시청하고 접근성 편리한 네이버TV를 토대로 뮤지컬 공연이 송출된 2020년 3월부터 2021년 2월까지 내용을 중심 바탕으로 연구하였다.

본 연구자들은 2000년대 이후 왕성한 발전을 거듭해 온 뮤지컬계가 예상외의 코로나19 바이러스로 인한 부

작용이나 제동 없이 효과적으로 위기를 기회로 전환할 수 있는 기초연구의 일익을 담당해 한국뮤지컬이 올바른 방향으로 성장하는 밑거름이 되길 진심으로 바란다.

II. 코로나19로 인한 뮤지컬 공연현황

각종 단체와 정부의 발표에 의하면 2020년 코로나19로 인해 방역수칙을 철저히 지키면서 진행하였으나 전년도들에 비해 많은 공연이 연기·취소하는 현상이 발생하였다. 공연예술기관의 공연현황은 '전년 대비 50% 이상 감소, 공연건수(프로그램)는 65.0%, 공연시설의 공연횟수는 68.4%, 공연단체의 기획 공연횟수는 60.5%, 공연단체의 초청 공연횟수는 65.9%, 공연시설의 공연장 가동일수는 69.1%으로 나타나 심각한 감소를 경험한 것으로 나타났다[19]. 하지만 정부에서 발표한 자료들은 공연예술 전반을 아우르는 정보이다. 이에 뮤지컬 공연의 피해가 얼마인가를 알아보기 위해 공연예술통합전산망의 자료를 기초로 2018년 3월부터 2021년 2월까지의 뮤지컬 공연을 극장별, 지역별로 조사하여 제시하고자 한다. 예술경영지원센터에 따르면 전국에 대극장 136개, 중극장 251개, 소극장 916개가 있는 것으로 집계되었다. 극장 크기는 대체적으로 객석수를 기준으로 대극장 1000석 이상, 중극장 300석~1000석 사이, 소극장 300석 미만을 기준으로 분류한다 [20].

1. 대극장

대극장 공연은 객석이 1000석 이상의 규모로 진행되

어 작품 <맘마미아!>, <사운드 오브 뮤직>, <레베카>, <아이다>, <캣츠>, <썸씽로튼>, <오페라의 유령>처럼 브로드웨이, 웨스트엔드의 작품들이 공연되는 극장이다. 최근에는 <명성황후>, <영웅>, <잃어버린 얼굴 1895>, <세종,1446>, <벤허>처럼 한국형 대형뮤지컬이 제작되면서 창작뮤지컬이 많은 인기를 얻기 시작하였다. 그러나 2020년 코로나 사태 이후 많은 공연이 연기되거나 취소하는 사례가 빈발하면서 한국뮤지컬계는 일대 존립 위기에 직면하고 있다는 평가까지 나오고 있는 실정이다.

다음 [표 1]은 2018년 3월부터 2021년 2월까지 대극장에서 공연된 공연건수와 공연상연횟수를 7개의 지역으로 나누고 비교하기 쉽게 정리한 내용이다. [표 1]과 같이 2018년, 2019년과 비교했을 때 2020년의 공연건수와 상연횟수가 현저히 감소한 것을 알 수 있었다. 2018년도의 공연건수는 392건에서 2019년 803건으로 2배 이상 증가, 2020년에는 2019년에 비해 190건으로 4배 이상 감소한 것으로 나타났다. 상연횟수 또한 2018년 4,232회 상연하던 횟수가 2019년 8,008회를 상연하며 2018년에 비해 2배 가까운 수치가 증가하였으나 2020년에는 3,324회로 2019년에 비해 2.4배 정도의 상연횟수가 감소한 것으로 조사되었다. 지역별로는 2018년 경기도, 경상도, 서울, 충청도, 전라도, 강원도, 제주도순으로 공연건수가 많았다. 상연횟수로는 서울, 경기도, 경상도, 충청도, 전라도, 강원도, 제주도순으로 나타나 공연이 서울과 수도권에 집중되어 있는 것을 확인할 수 있었다.

표 1. 대극장 공연현황(2018.3~2021.2)

지역	2018.3~2019.2		2019.3~2020.2		2020.3~2021.2	
	공연건수	상연횟수	공연건수	상연횟수	공연건수	상연횟수
강원도	17	53	33	190	5	9
경기도	121	541	227	1041	40	126
경상도	87	382	232	1442	52	489
서울	83	2938	108	4491	57	2590
전라도	40	138	103	386	18	60
제주도	2	8	6	34	0	0
충청도	42	172	94	424	18	50
합계	392	4232	803	8008	190	3324

출처: 공연통합전산망(www.kopis.or.kr)

2019년은 경상도, 경기도, 서울, 전라도, 충청도, 강원도, 제주도 순으로 공연건수가 나타나 전년도에 비해 경상도에서 많은 공연건수를 보여 지역에서도 많은 뮤지컬공연이 이루어지고 있었다. 상연횟수는 서울, 경상도, 경기도, 충청도, 전라도, 강원도, 제주도순으로 나타났다. 2020년은 서울 57건, 경상도 52건, 경기도 40건, 전라도와 충청도 18건, 강원도 5건, 제주도 0건의 순으로 나타났으며 상연횟수는 서울 2,590회, 경상도 489회, 경기도 126회, 전라도 60회, 충청도 50회, 강원도 9회, 제주도 0회 순으로 나타났다.

연도별 공연건수로는 2018년도에 경기도는 121건에서 2019년 227건으로 2배 가까운 증가로 가장 많은 공연건수를 보였으나 2020년에는 40건으로 5.6배의 감소를 나타내 가장 많은 감소세를 보였고, 경상도는 2018년 87건의 공연건수가 2019년 232건으로 2.6배 상승하며 가장 많은 공연건수를 보였으나 2020년 52건으로 4.4배 감소하였다. 다음으로 서울은 2018년 83건에서 2019년 108건으로 0.7배 증가하였으나 2020년 57건으로 1.8배 감소하였다.

상연횟수로는 2018년 서울이 2,938회에서 4,491회로 0.6배 증가, 2020년 2,590회로 1.7배 감소하였고, 경상도가 2018년 382회에서 1,142회로 2.9배 증가하였으나 2020년 489회로 2.9배 감소, 경기도는 2018년 541회에서 2019년 1,041회로 1.9배 증가하였으나 2020년 126회로 8.2배 감소하여 가장 많은 감소세를 보이고 있었다.

전체적으로 서울을 비롯하여 경상도, 경기도, 전라도에서도 상당수의 공연이 활발하게 이루어지고 있었으나 2020년 코로나로 인해 모든 지역에서 진행된 공연은 4배의 감소세를 보이고 있었으며 제주도의 경우, 단 한건의 공연도 진행되지 않았다. 결과적으로 2018년도 보다는 2019년 공연건수와 상연횟수 모두에서 2배 가까운 수치가 증가하는 추세였다. 뮤지컬공연이 많은 사람들에게 사랑받으며 전국적으로 공연되고 <영웅>, <명성황후>, <잃어버린 얼굴 1895>와 더불어 <벤허>, <세종, 1446> 등 한국 창작 뮤지컬의 대극장 제작으로 한국형 대형뮤지컬도 발전가능성이 있음을 의미하기도 한다. 그러나 2020년 코로나로 인해 좌석 간격 띄우기의 정부 방침, 사회적 불안감, 수요와 공급 불균형 때문에

공연건수와 상연횟수에서 모두 급격히 감소한 것으로 나타난 결과라고 볼 수 있다.

한편, 2020년 대극장에서 진행되려던 공연들 중 취소된 공연을 살펴보면 △디큐브아트센터 <맘마미아> 2020.03.08.~2020.05.31. △LG아트센터 <블루맨그림> 2020.04.14.~2020.05.10. <나빌레라> 2020.10.10.~2020.10.24. <여행자> 2020.06.17~06.20, △충무아트센터 대극장 <글래디에이터> 2020.04.01~2020.06.30 <시스템엑트> 2020.11.12~2021.01.31, △세종문화회관대극장 <사운드오브뮤직> 2020.04.28~2020.05.17 △예술의전당 CJ토월극장 <서편제> 2020.12월~2월 △경기아트센터대극장 <레베카> 2020.06.19~06.21 △블루스퀘어 인터파크홀 <킹키부츠> 2020.08월 22일, 23일 등이 각각 공연취소 되었다.

지역에서는 △광주 문화예술회관 플라잉가족뮤지컬 <알라딘> 2020.07.07.~2020.07.09. △계명아트센터 <캣츠> 2020.12.11.~2021.01.17. △부산 드림씨어터 3월 20일 <아이다> 개막 예정 취소, △김천 문화예술회관 <디스이즈 잇> 2020.02.20. △성주문화예술회관 <더 스테이지> 2020.11.14., <브레이크아웃> 2020.11.21, <명랑시장> 2020.12.12. △대가야 문화누리 대공연장 <빨래> 2020.10.16.~17. △경주엑스포 문화센터 문무홀 <월명> 2020.05.12~11.28. △안동 문화예술의전당 <라보엠> 2021.02.26.~27. △경기아트센터 2020.06.19.~21과 GS칼텍스 예울마루 2020.07.10.~12 <레베카>, △부산문화회관 <세븐 핑거스> 2020.06.12.~13등이 취소되었다.

연기된 공연으로는 충무아트센터 대극장에서 <썸씽 로튼> 7월 개봉 예정이었으나 코로나로 연기 후 8월 상연시작, 유니버셜아트센터에서 <더 크레이트 코멧> 2020.09.15.~2020.11.29. 공연 예정이었으나 코로나로 인해 공연 잠정연기 후 2021년 공연 예정, <팬 오브 라만차> 2020년 12월 18일 개막 예정이었으나 코로나의 여파로 개막이 연기되어 2021년 1월 19일 개막 예정으로 변경, 사회적 거리 두기의 연장으로 2월로 개막이 연기되었다. 블루스퀘어 마스터카드홀 <세종, 1446> 11.29~11.30. 부천 시민회관 대공연장 <오페라의 유령> 2020.11.6.~11.7. 계명아트센터 2020.08.18.~2020.09.06. 공연중단 재개반복, 광주문

화예술회관 〈레베카〉 2020.06.05.~07, 예술의 전당 CJ토월극장 〈잃어버린 얼굴 1895〉 2020.07.19.~26 일로 연기, 광림아트센터 BBCH홀 〈베르테르〉 2020년 8월 28일부터 개막하려 하였으나 코로나19로 일정을 9월 1일로 연기되었다.

2. 중극장

예술경영지원센터에 의하면 우리나라에 중극장의 규모는 251개로 대극장보다 2배 가까운 수가 운영되고 있는 것으로 파악 되었다[20].

중극장 공연은 서울 대학로와 지역 공공기관에서 많이 공연되어 〈호프〉, 〈은밀하게 위대하게〉, 〈여신님이 보고계셔〉, 〈최후진술〉, 〈록키호리쇼〉, 〈이블데드〉, 〈펜레터〉등 대극장보다는 비교적 저렴한 가격과 다양한 한국창작뮤지컬이 활발히 제작되고 있는 것이 특징이다. 그러나 중극장 공연도 대극장과 마찬가지로 2020년 코로나로 인해 많은 공연이 연기되거나 취소하는 사태가 발생하였다.

다음 [표 2]는 2018년 3월부터 2021년 2월까지 중극장에서 공연된 공연건수와 공연상연횟수를 7개의 지역으로 나누고 비교하기 쉽게 정리한 내용이다. [표 2]와 같이 2018년, 2019년과 비교했을 때 2020년의 공연건수와 상연횟수가 현저히 감소한 것을 알 수 있었다.

2018년도 공연건수는 419건에서 2019년 1,000건으로 2배 이상 증가, 2020년에는 코로나로 인해 251건으로 4배 감소한 것으로 나타났다. 상연횟수 또한 2018년 9,767회를 상연하고 2019년 17,816회를 상연하며 2배 가까운 수치가 증가하였으나

2020년에는 6,318회로 2.8배 정도의 상연횟수가 감소한 것으로 조사되었다. 지역별로는 2018년 서울, 경상도, 경기도, 충청도, 전라도, 강원도, 제주도순으로 공연건수가 많았다. 상연횟수로는 서울, 경기도, 경상도, 충청도, 제주도, 전라도, 강원도 순으로 나타나 공연이 서울과 수도권 그리고 경상도에서 많이 이루어진 것을 확인할 수 있었다.

2019년은 서울, 경상도, 경기도, 충청도, 전라도, 강원도, 제주도 순으로 공연건수가 나타나 전년도에 비해 경상도와 경기도에서 많은 공연건수를 보여 대극장에서처럼 지역에서도 많은 뮤지컬공연이 이루어지고 있었다. 상연횟수는 서울, 경상도, 경기도, 전라도, 제주도, 충청도, 강원도 순으로 나타났다. 2020년은 서울 133건, 경상도 52건, 전라도 23건, 경기도 18건, 충청도 16건, 제주도 6건, 강원도 3건의 순으로 나타났으며, 상연횟수는 서울 5,744회, 경상도 216회, 전라도 130회, 제주도 112회, 경기도 72회, 충청도 39회, 강원도 5회 순으로 나타났다. 연도별 공연건수로는 2018년 서울은 157건에서 2019년 277건으로 1.7배 증가하였고 2020년 133건으로 2배 감소하였다. 경상도는 2018년 94건의 공연건수가 2019년 249건으로 2.6배 상승하였으나 2020년 52건으로 4.7배 감소하였다. 다음으로 2018년도에 78건이던 경기도는 2019년 229건으로 2.9배 넘는 증가를 보였으나 2020년에는 18건으로 12.7배의 감소를 나타내 가장 많은 증가와 감소세를 나타냈다.

표 2. 중극장 공연현황(2018.3~2021.2)

지역	2018.3-2019.2		2019.3-2020.2		2020.3-2021.2	
	공연건수	상연횟수	공연건수	상연횟수	공연건수	상연횟수
강원도	11	40	27	88	3	5
경기도	78	516	229	1302	18	72
경상도	94	503	249	1374	52	216
서울	157	8388	277	13728	133	5744
전라도	22	76	86	527	23	130
제주도	13	110	15	450	6	112
충청도	44	134	117	347	16	39
합계	419	9767	1000	17816	251	6318

출처: 공연통합집산망(www.kopis.or.kr)

상연횟수로는 2018년 서울이 8,388회에서 1,3728회로 1.6배 증가, 2020년 5,744회로 2.3배 감소하였고, 경상도가 2018년 503회에서 1,374회로 2.7배 증가하였으나 2020년 216회로 6.3배 감소, 경기도는 2018년 516회에서 2019년 1,302회로 2.5배 증가하였으나 2020년 72회로 18배 감소하여 가장 많은 감소세를 보이고 있었다. 전체적으로 2018년에서 2019년까지 공연건수와 상연횟수의 모두에서 2배 가까운 수치 증가로 서울을 비롯하여 경상도, 경기도, 충청도에서도 상당수의 공연이 활발하게 이루어지고 있었으나 2020년 코로나로 인해 모든 지역에서 진행된 공연은 8배의 감소세를 보이고 있었다.

특히 경기도와 강원도, 충청도는 각각 18배, 17.8배, 8.8배의 감소세로 중극장 공연이 큰 피해를 입었을 가능성을 보여주고 있다.

한편, 2020년 중극장에서 진행되려던 공연들 중 취소된 공연을 살펴보면 △세종 M씨어터 <은밀하게 위대하게>2020.02.15.~2020.02.29. 2주 만에 조기 폐막되며, <마마,돈크라이>2020.06.17.~2020.08.09., <작은아씨들> 2020.11.24.~2020.12.20. △두산아트연강홀 <베어 더 뮤지컬> 2020.05.29.~2020.08.23(마지막 공연 취소) △상상마당 대치아트홀 <로빈> 2020.03.10.~2020.03.20. △인천학생교육회관 <앤> 2020.04.04., <목 짧은 기린 지피> 2020.05.02. △홍익대 아트센터대극장 <아메리칸 사이코> 2020.05. △부평아트센터 <아이스크림 왕국의 보로로와 친구들> 2020.02.22.~2020.02.23. <꼬마버스 타요> 2020.03.13.~14, <헬로카봇 시즌5 별똥별을 지켜라> 2020.03.28.~29, <알라딘> 2020.04.10.~12, <알사탕> 2020.04.25.~26, 30~2020.05.03, <인어공주> 2020.05.22., <시크릿췌췌 별의여신 시즌2> 2020.05.23.~24, <효자호랑이> 2020.05.27.~28, <번개맨과아르곤의전설> 2020.06.13, <우리는 토니 프렌드> 2020.06.20.~21, <2020 케리 TV 리브콘서트> 2020.07.04.~05, <노트르담의 곱추> 2020.07.09~10, <흔한남매> 2020.07.25.~26. △봉산문화회관 가온홀 <키다리 아저씨> 2020.02.01.~16, <기적소리> 2020.10.23.~25, <푸르고 푸른> 2020.10.30.~31, <복성로 이층집> 2020.11.27.~29, <활극 심청>

2020.12.17.~20, 어린이 영어뮤지컬 <마틸다&알라딘>
2021.02.20.~21. △대구어울아트센터 함지홀 <청의>
2020.09.16. △웃는얼굴 아트센터 청룡홀 <월곡 우배선> 2020.12.05., <新 맹진사택 경사날> 2020.11.15., <애산> 2020.07.25, <브리즈 더 뮤지컬> 2020.07.29. △대백프라자프라임홀<신데렐라>2020.04.30.~05.05, 2020.03~04, 2020.09~11, <인어공주> 2020.07.25.~08.09, <크리스마스 캐롤> 2020.12.19.~27, <백설공주>2020.12.29.~2021.01.17., <알라딘 자스민 공주> 2021.02.14.~03.01. △영주문화예술회관 까치홀 <레미제라블 코제트 소녀이야기> 2020.11.07., <누가 내 머리에 똥을 썼어?> 2020.10.12.~17, <죽계별곡> 2020.07.24.~25. △밀양아리랑아트센터에서는 <씨니텐> 2020.10.30. 공연연기, <이팝나무아래서> 2020.09.11~12, <세프> 2020.12.17.~18. △3.15아트센터 <춤추는 신데렐라> 2020.03.14, <3.15의거 60주년기념공연> 2020.04.02~05, <점프> 2020.05.27.~29. △성산아트홀 <흔한남매> 2020.03.21~22, 울산문화예술회관 <신데렐라> 2020.02.29 연기 및 취소, <키즈팬더> 2020.03.18., <라퐁젤> 2020.03.28., <춤추는 신데렐라> 2020.03.31., <백설공주와 난쟁이들> 2020.04.28., <엄마까투리> 2020.05.02.~03, <거룩한 형제> 2020.06.18, <렛잇고 시즌2> 2021.01.16.~17. △울산중구 문화의 전당 함월홀 <고추장 떡볶이> 2020.12.26 연기- 2021.03.06공연, △현대예술관 대공연장 <설록홈즈:사라진아이들> 2020.05.15.~16, <터스 토리오브언더더씨>2020.07.02.~04. △김제문화예술회관 <오즈의마법사> 2020.09.05 공연연기 후 2020.11.07. 공연 △순천문화예술회관 <겨울왕국 시즌2> 2020.12.25. △예울마루 극장<미녀와 야수>2020.04.08., <알라딘> 2020.05.16., <인어공주> 2020.06.03., <팅커벨과 피터팬> 2020.08.12., <알라딘 앵글> 2020.09.05.~06, <긴머리공주 라퐁젤> 2020.10.21., <렛잇고> 2020.11.14.~15, <신데렐라> 2020.11.28., <얼음공주 엘사> 2020.12.25. △광주문화예술회관<렛잇고> 2020.02.22.~23등의 공연이 연기되거나 취소되었다. 특히 지역에서는 아동뮤지컬의 비중이 많았지만 코로나19로 인해 취소 발생률이 증가 했다는 것을 알 수 있었다.

3. 소극장

소극장 공연은 300석 이하의 규모로 진행되는 것이 특징이며, 예술경영지원센터에 따르면 전국에 소극장 916개가 있는 것으로 집계되었다[20]. 특히 소극장 공연은 열악한 장소와 환경 등으로 코로나에 가장 취약하다 볼 수 있는 공연이라 할 수 있다. <김종욱 찾기>, <빨래> 등이 오픈 런으로 공연되는 대표적인 소극장 공연들이다. 소극장 공연도 대극장, 중극장과 더불어 2020년 코로나로 인해 많은 공연이 연기되거나 취소하는 사태가 발생하였다.

다음 [표 3]는 2018년 3월부터 2021년 2월까지 소극장에서 공연된 공연건수와 공연상연횟수를 7개의 지역으로 나누고, 비교하기 쉽게 정리한 내용이다. [표 3]과 같이 2019년과 비교했을 때 2020년의 공연건수와 상연횟수가 현저히 감소한 것을 알 수 있었다.

2018년도의 공연건수는 140건에서 2019년 585건으로 4.1배 이상 증가, 2020년에는 코로나로 인해 203건으로 2.8배정도 감소한 것으로 나타났다. 상연횟수 또한 2018년 2,746회를 상연, 2019년 9,912회를 상연하며 3.6배가 넘는 수치가 증가하였으나 2020년에는 4,100회 2.4배정도의 상연횟수가 감소한 것으로 조사되었다.

지역별로는 2018년 서울, 경기도, 경상도, 전라도, 충청도, 강원도, 제주도 순으로 공연건수가 많았다. 상연횟수로는 서울, 경상도, 전라도, 경기도, 충청도, 제주도, 강원도 순으로 나타나 소극장 공연은 서울과수도권, 경상도에 집중되어 있는 것을 확인할 수 있었다.

2019년은 서울, 경기도, 경상도, 충청도, 전라도, 강원도, 제주도 순으로 공연건수가 나타나 전년도에 비해

서울을 비롯하여 경기도와 경상도, 충청도에서 많은 공연건수가 증가하여 지역에서도 많은 뮤지컬공연이 이루어지고 있었다. 상연횟수는 서울, 경기도, 경상도, 충청도, 전라도, 강원도, 제주도 순으로 나타났다.

2020년은 서울 103건, 경기도 44건, 경상도 27건, 충청도 21건, 전라도 6건, 강원도 2건, 제주도 0건의 순으로 나타났으며, 상연횟수는 서울 3241회, 경기도 392회, 경상도 264회, 충청도 176회, 전라도 22회, 강원도 5회 제주도 0회 순으로 나타났다. 연도별 공연건수로는 2018년 서울은 84건에서 2019년 191건으로 2.2배 증가하였고 2020년 103건으로 1.8배 감소하였다. 경기도는 2018년 18건의 공연건수가 2019년 183건으로 10배 상승하였으나 2020년 44건으로 4.1배 감소하였다. 다음으로 2018년도에 16건이던 경상도는 2019년 97건으로 6배 넘는 증가를 보였으나 2020년에는 27건으로 3.5배의 감소를 나타내 많은 증가와 감소세를 대조적으로 나타냈다. 상연횟수로는 2018년 서울이 2,193회에서 5,790회로 2.6배 증가했으나, 2020년 3241회로 1.7배 감소하였고, 경상도가 2018년 206회에서 914회로 4.4배 증가하였으나 2020년 264회로 3.4배 감소했다. 경기도는 2018년 142회에서 2019년 2230회로 15.7배 증가하였으나 2020년 392회로 5.6배 감소하여 가장 많은 증가세와 감소세를 보이고 있었다. 제주도의 경우, 2018년 0건이었던 공연건수와 상연횟수가 2019년 4건의 공연건수 증가, 7회의 상연횟수로 소극장 뮤지컬을 시작하는 추세로 변화하고 있었으나 2020년 코로나로 공연건수와 상연횟수 모두에서 0건으로 되돌아왔다.

표 3. 소극장 공연현황(2018.3~2021.2)

지역	2018.3~2019.2		2019.3~2020.2		2020.3~2021.2	
	공연건수	상연횟수	공연건수	상연횟수	공연건수	상연횟수
강원도	1	12	5	17	2	5
경기도	18	142	183	2230	44	392
경상도	16	206	97	914	27	264
서울	84	2193	191	5790	103	3241
전라도	13	143	27	250	6	22
제주도	0	0	4	7	0	0
충청도	8	50	78	704	21	176
합계	140	2746	585	9912	203	4100

출처: 공연통합전산망(www.kopis.or.kr)

또한 2020년 소극장에서 진행되려던 공연들 중 취소된 공연으로는 △대학로 마로니에 소극장<꽃보다 슈퍼스타> 2014.04.22.~2020.09.30. 공연 중 4월 8회, 5월 2회 중단하였고, <사랑은 비를 타고>, <나무와 물>2017.10.07~2020.12.31.공연중 2020.02.26.~2020.04.30. 공연이 취소되었으며, △마루아트홀 <어린왕자의 꿈> 2018.03.10.~2020.12.26 공연 중 2020.02.29~2020.04.10, 2020.05.05, 2020.12.25~2020.12.26 공연취소, △서연아트홀<늑대숲 또 웅돼지 원정대> 2018.04.07.~2020.11.29. 공연 중 2020.03.07.~2020.03.15 공연취소 △북촌아트홀<친로역정> 2018.12.24.~오픈런 중 2020.03.01.~2020.04.17 동안 8월 매주 토요일 2회, 9~10월 매주 금, 토 3회, 11월 매주 토 2회, 12월 매주 금 토 3회, 2021.1월 매주 토 1회 동안 공연취소 △JDB스퀘어<씨니텐> 2019.07.12.~오픈런 중 2020.02.28.~2020.04.10. 동안 5월 6회, 6월 2회, 2020.08.17.~2020.08.30. 동안 공연취소 △송파브이아트홀 <미래상상 마술쇼> 2019.11.02.~오픈런 중 2020.08.30. 코로나 조기폐막, △북촌나래홀<세레요한>2019.12.21.~2021.03.01.기간중 2020.03.01.~2020.03.31.5월 목, 금, 토 4회, 6월 금, 토 3회 공연취소, △북촌아트홀 <도서관에

간 사자> 2020.05.02.~2020.08.29.기간 중 2020.07.11., 2020.07.18. 공연중단, △시온아트홀 <중이아빠> 2020.04.15.~2020.06.06과 2020.03.28.~2020.04.14.동안 공연중단 되었다.

4. 언택트 공연

뮤지컬은 코로나19로 인하여 많은 공연들이 집합금지과 사회적 거리두기라는 정부 지침에 따라 공연을 진행하기 힘든 상황이 벌어지자 공연을 지속 할 수 있는 돌파구를 찾아야만 했다. 다른 여러 장르에서도 비슷한 상황에 놓이면서 현 상황을 헤쳐 나갈 하나의 대안으로 언택트 공연, 스트리밍 라이브라는 인터넷을 활용한 공연장에서 온라인으로 무대가 변화하는 시도가 활발히 이루어지기 시작한다.

언택트(untact)는 '접촉'이란 의미의 콘택트(contact)에 '부정'을 뜻하는 언(un)을 결합시켜 비대면으로 상품이나 서비스를 거래하는 것을 의미한다[21].

네이버에 따르면 2020년 공연실황의 라이브 스트리밍은 전년 대비 7.5배 증가한 600건에 달했으며, 누적 시청 수는 12.5배 늘어난 1,500만 회로 집계되었고, 2020년 네이버 이용자가 가장 많이 시청한 공연예술 분야는 뮤지컬로 집계되었다[12].

표 4. 네이버TV 온라인공연현황

월	무료	후원	웹뮤지컬
20.3	<마리퀴리>		
4	<이른 봄 늦은 겨울>,<금란방>,<철서>,<무른눈 박연>		
5	<차미>,<백조의 호수>,<렌트>		
6	<렌트>,<귀환>,<잃어버린 얼굴 1895>		
7	<앤>,<똑딱하니 용궁>,<추사>		
8	<전설의리틀공구단>,<루드워>,<마리퀴리>,<목 짧은 기린 지피>,<팬레터>		
9	<여신님이 보고계셔>,<적벽>,<더 픽션>,<어린이 캣>,<푸니와 햄버거>	<잃어버린 얼굴 1895>	
10	<광주>,<모차르트(박광현,김준수)>,<세종,1446>,<고스트>,<난타>,<You&It>,<DIMF개막콘서트>,<생략쥬베리>	<잃어버린 얼굴 1895>,<신과함께-저승편>,<아동>신비아파트	
11	<아리 아라리>,<DIMF개막콘서트>,<어린왕자>,<오!당신이 잠든 사이>,<내한노트르담드파리>,<캐츠로바>,<작은아씨들>,<신비로운 여신수업>,<나와 나타샤와 흰 당나귀>,<광엽 소나타>,<땡큐 베리 스트로베리>,<백범>.	<신과 함께-저승편>,<아동>신비아파트,<잃어버린 얼굴 1895>,<이른 봄 늦은 겨울>	<킬러파트>
12	<아동>애기풍물	<엑스칼리버>,<이른봄 늦은겨울>,<루드워>,<모차르트/박광현>,<시데레우스>,<베르테르>,<모차르트/김준수>,<금란방>,<꽃빠이,이상>,<신과함께-저승편>,<몬테크리스토>	<후원> <킬러파트>
21.1		<시데레우스>,<사비 평화의 나라>	
2	<아동>우주탐사대 아틀란티스,<아동>중이아빠	<안테모사>,<더데빌>,<메튜본 시리즈>,<호프>,<아동>우주탐사대 아틀란티스	

출처:네이버TV(https://tv.naver.com)

라이브 스트리밍은 대표적으로 네이버TV, VLIVE, 유튜브 등에서 많이 이루어지고 있는데 본 연구에서는 가장 접근성 편리한 뮤지컬 공연이 이루어진 네이버TV를 토대로 2020년 3월부터 2021년 2월까지 송출된 내용을 바탕으로 연구하였다.

네이버TV의 웹 월평균 이용자는 약 465만 명(2019년 기준), 앱 월평균 이용자는 약 226만 명으로 앱보다 웹에서 상대적으로 더 많은 이용자가 활동하고 있는 것으로 나타났으며 네이버TV는 2013년부터 공연예술 장르 영상에 대한 지속적 소개 및 지원을 통해 공연 영상 유료화에 앞장서며 국내 공연시장에서 스트리밍 플랫폼으로서 입지를 다져오고 있다[12].

다음 표(4)는 2020년 3월부터 2021년 2월까지 네이버TV에 송출된 공연을 정리한 내용이다.

표(4)와 같이 2020년 3월에서 2020년 8월까지 무료로 뮤지컬 작품을 송출하는 것에서 2020년 9월부터 2021년 2월까지 점차 후원으로 온라인 공연이 변화되고 있는 것을 알 수 있었다.

뮤지컬 제작사들은 홍보의 수단으로 온라인을 활용했던 것에서 비하여 코로나의 장기화로 인해 2000년 상반기에는 무료 온라인으로 관객과 소통하면서 진행하였다.

2020년 3월 <마리퀴리>를 시작으로 4월 서울예술단의 <이른 봄 늦은 겨울>, <금랑방>, <칠서>, <푸른 눈 박연>이 온라인으로 공연되었으며, 5월에는 <차미>, 토니상을 받은 영국의 연출가 메튜 본의 댄스뮤지컬 <백조의 호수>, 브로드웨이 작품 <렌트>가 온라인공연으로 진행되었다. 이후 <앤>, <똑딱하니 용궁>, <추사>, <전설의 리틀 농구단>, <루드워>, <마리퀴리>, <목 짧은 기린 지피>, <팬테터>, <여신님이 보고 계셔>, <적벽>, <더 픽션>, <어린이 캣>, <푸니와 햄버거>등 많은 제작사들이 무료로 온라인공연을 진행하였다.

2020년 6월 감동후불제를 시작으로 9월 후원금을 모집한 공연은 서울예술단의 가무극 <잃어버린 얼굴 1895, ver.2015>이었다. 단체들은 반신반의 하면서 이 작품의 온라인 후원을 지켜보았고 재단법인 서울예술단은 과감한 시도를 하였다.

서울예술단은 지난 4월 코로나19로 지친 관객들을 위해 서울예술단공연을 온라인 스트리밍 서비스로 제

공하는 '채널SPAC'을 네이버TV에서 선보이며 온라인 스트리밍을 시작했다. 관객투표로 <이른 봄 늦은 겨울>, <금랑방>, <칠서>, <푸른 눈 박연>등 4편이 안방 1열 관객들과 만났다. 5월 무관중 온라인 갈라콘서트와 6월 <잃어버린 얼굴 1895> 2015년 영상 온라인 상영으로 원하는 관객만 자발적으로 책정한 금액을 지불할 수 있는 기능을 더한 '감동후불제'를 시도해 320만원을 모금했다. 여기에 자발적 후원금까지 더해진 총 8백만원을 민간예술단체 공연 영상 제작지원금으로 사용하였다.

서울예술단은 '국공립예술단체로서 공연계에 대두되고 있는 유료 영상 송출을 시범적으로 시도함으로써 영상화 관련 창작자의 권리 보호와 동시에 공연을 관람하는 새로운 방식으로서의 공연영상화 사업의 가능성을 확인하는 작업을 한 것이다. 이것은 온라인 공연으로 관객들의 적극적인 관심과 수요를 확인하는 계기였다[22].

10월에는 서울예술단의 <신과함께-저수편>과 아동뮤지컬 <신비아파트>가 후원의 형태로 추가되면서 온라인 공연을 본격화하기 시작하였다. 11월에는 뮤지컬을 감상할 수 있는 무료와 후원 공연이 동시에 이루어지는 동안 웹 뮤지컬<킬러파티>가 새로운 시도를 시작하였다. 웹 뮤지컬 <킬러파티>는 양수리의 한 저택에서 발생한 미스터리한 살인사건의 추리과정을 유쾌하게 그린 작품으로 전체 9개의 에피소드로 구성 및 개당 10분 내외의 짙막한 솜품 콘텐트로 제작되었고, 총 10명의 캐릭터가 사건을 풀아가는 과정을 19개의 넘버로 다뤘다. 12월부터는 무료로 진행되던 온라인 공연들이 대거 후원으로 전환되었다. <엑스칼리버>, <이른 봄 늦은 겨울>, <모차르트(박광현)>, <시테레우스>, <모차르트(김준수)>, <꾼빠이, 이상>, <루드워>, <금랑방>, <몬테크리스토>, <베르테르>, <킬러파티>등의 작품들은 무료 온라인 공연을 진행 후 후원으로 전환하여 관객들을 만나기 시작 하였다. 그리고 일본 내 최대 티켓 예매 사이트인 PIA는 'PIA LIVE STREAM SERVICE'를 통해 뮤지컬 공연실황을 스트리밍하여 국내 뮤지컬 <모차르트>, <엑스칼리버>, <베르테르>등도 K뮤지컬 시네마의 일환으로 PIA를 통해 유료 공개된 바 있다[12].

한편 뮤지컬이 무대에서 영화관으로 이동한 경우도 있었다. CGV는 뮤지컬 <시테레우스>를 2주간 13개

CGV 상영관에서 중계하였다.

한국문화예술위원회(예술위)와 CGV가 함께 주관하는 `아르코 라이브` 사업 일환으로 <시데레우스>는 영화진흥위원회 영화관입장권 통합전산망 누적 전국 예매율 14위를 기록하여 △극장용에서 영상제작을 위해 4K 카메라, 지미집, 무인카메라 등 첨단 영상장비를 동원해 제작됐다. 소음을 제거한 깔끔한 음향과 클로즈업 등 장면 연출로 기존 공연과는 차별되는 즐거움을 제공한다고 밝힌바 있다. 그리고 CGV는 아르코 라이브 사업과는 별개로 서울예술단의 <잃어버린 얼굴 1895> 공연 실황 상영도 전국 40개 상영관에서 개봉, 4K 카메라 9대 등을 이용해 하나의 영상 콘텐츠로 제작했다 [23]. 그리고 온라인으로 진행되었거나 공연장에서 스크린으로 진행된 공연 <홍익대 대학로 아트센터 대극장 <젠틀맨스 가이드: 사랑과 살인편> 2021.01.08. ~ 10. △인천서구문화회관에서 <신데렐라> 2020.08.10. ~ 2020.08.16. △김해서부문화센터 <웃는남자> 2020.10.17. 녹화영상상영. △함안문화예술회관<여명의 눈동자> 2020.11.28. △함양문화예술회관<기억, 천년의 사랑>2020.11.27. △사천문화예술회관<씨니텐> 2020.11.26. △울산중구 문화의 전당 함월홀<오페라의 유령> 2020.11.04. 공연실황상영, <레미제라블> 2020.11.07. 공연실황상영, 영화의 전당<윤동주, 달을 쏘다> 2020.06.24. 스크린상영, <웃는 남자> 2020.07.29. 스크린상영을 진행하였다.

III. 타 장르의 공연실태

공연예술은 연극, 무용, 음악, 뮤지컬, 오페라 등의 여러 장르들을 함축적으로 이야기한다. 이러한 공연예술의 특징은 시간과 공간의 제약, 일회성이며 복제가 불가능하다는 점 그리고 관객과 현장에서의 직접적 상호작용이 가능하다는 점 등으로 요약 할 수 있다[24].

지난 2020년 처음으로 코로나19가 국내에 발생되고 점차 그 심각성이 부각되면서 문화시설 등 정부에서 주관하는 모든 국립문화시설이 순차적으로 휴관, 되거나 운영을 중단하였다. 많은 공연작품들과 축제(지역행사)가 대부분 취소·연기되었으며 하반기에는 이마저도 취

소되는 경우가 많았다[5]. 전통적인 무대공연이 직접 전달성, 즉흥적인 상호전달성, 현장성 등을 특징[25]으로 하는 점에 비춰 오프라인 공연은 무대에서 직접 공연하며 관객과 만나기 때문에 현장성, 대면 교감성, 직접적 판타지 효과, 행동의 직접 표현성이란 장점이 발휘된다 [6]. 이러한 공연예술을 코로나 바이러스는 단숨에 일시 정지 시켰고, 현 상황은 온라인이라는 새로운 형태로 공연예술의 무대를 옮기는 현상으로 이어졌다.

연극의 역사에서 현장은 언제나 연극미학의 핵심이었다[26]. 하지만 코로나는 연극을 포함한 거의 모든 공연예술에서 현장성이라는 특색과 탁월한 순간성을 상실하면서 아연 존립위기에 내몰리는 불행한 상황에 이르렀다고 볼 수 있다. 이러한 비대면과 비접촉, 거리두기 등의 제한적 조건 속에서 위기 극복방안의 하나로 온라인 플랫폼 기반의 '비대면 공연문화'가 대안으로 부상하면서 온라인 스트리밍과 공연문화의 결합에 대한 다양한 견해와 시도가 주목을 끌고 있다[27]. 이는 온라인 스트리밍의 산업적 가능성에 주목하며 문화향유 기회의 확대라는 대국민 서비스에 가치를 두는 의견과 같이 긍정적인 반응이 있는가 하면, 공연의 온라인 스트리밍에 대해 강한 회의를 보이는 부정적인 반응도 있다. 부정적인 반응은 주로 '현장' 연극인들을 중심으로 제기되고 있다[28]. 현재로서는 온라인 스트리밍 및 관련 현상이 관객개발에 기여할 것이라는 주장과 공연예술 시장의 축소를 가져올 것이라는 주장 모두 증명하기 어려운 순환논리에 가까운 것으로 평가되고 있다[28].

2020년 6월 포스트 코로나 시대, 연극을 묻는 좌담을 통해 김진아 연출가는 현장에 모여야만 나눌 수 있는 감각을 깊게 재탐색하고 다른 한편에서는 일종의 온라인 극장과 같은 형태도 모색할 만한 시점이라는 견해를 피력하였다[29].

나희경 기획자는 “콘텐츠의 명칭을 명명할 필요성을 제기, 공연실황과 무관중 공연을 분리하고 무관중 공연의 경우 저작권법상 영상물임으로 공연형 영상 콘텐츠식의 명명으로 새로운 인식체계 구축의 필요성을 제기 하였다[29]. 또한 연극의 매체화와 영상화의 과정을 새로운 제3의 예술장르 출현과정으로 보는 입장도 있다. 공연의 매체화, 영상화에 대한 논란에 철학과 기술의 문제가 맞물려 관객을 만나기 위해 처음부터 매체화를

업무에 두고 공연예술창작방식의 변화를 적극적으로 모색해야 한다는 것이다[30].

콘서트의 경우에도 공연이 연기되거나 취소되는 일들을 반복하면서 온라인으로 이동, 팬들과의 소통·교감을 위해 2020년 6월 14일 자체 제작 플랫폼 위버스(Weverse)를 통해 방에서 즐기는 BTS 라이브 콘서트란 뜻의 온라인 비접촉 콘서트 'Bang Bang Con The Live'를 선보였다. 소속사 빅히트엔터테인먼트는 한·미·일·중 등 총 107개 지역에서 75만60여 명이 관람해 세계 유료 온라인 콘서트 중 가장 큰 규모로 진행된 바 있다[11]. 임지형의 연구에 따르면 유명가수 콘서트의 경우 카메라 워킹과 실제 공간이 연동되는 AR합성기술을 도입하고 3D 그래픽을 구현하여 가수와 팬의 일방적 소통이 아닌 쌍방향의 소통이 이루어지는 인터랙티브 소통을 디지털을 통해 이루어져 혼자 콘서트를 보지만 마치 한곳에 모여 관람하는 것처럼 현장감을 더해, 온라인 공연에서 느끼지 못한 요소를 보완하여 관람문화의 새로운 트렌드를 생성시키며 코로나19라는 위기가 관람문화의 변화를 촉진시키고 있다는 연구가 있다[16].

최근 AI산업과 기술의 발달로 인한 온라인 공연을 시청하는 서비스의 증가와 집에서 즐길 수 있는 다양한 콘텐츠 플랫폼이 개발되어 랜선공연이라는 새로운 형태로 진행되고 있어 관객층이 한정적이던 클래식이나 발레, 국악 등의 공연이 누구나 이용할 수 있는 온라인 플랫폼을 통해 새로운 관객과 만남으로써 관객층 확장을 기대하고 있다[31].

무용공연 역시 오프라인으로 공연을 진행하고 관람하던 방식에서 관람객이 좋아하는 무용단을 검색하여 라이브 스트리밍을 관람하고 2-3일 동안 업로드 되어 편한 시간에 선택하여 볼 수 있는 것 등으로 변화되어 [16] 스마트폰화면을 고려한 안무의 필요성을 강조, 동적인 동작으로 이루어진 무용작품을 스마트폰처럼 작은 화면에서 최대한 효과를 높이기 위한 안무를 기획해야 한다는 연구가 진행되고 있다[17]. 특히 유명무용단의 경우 온라인 공연을 2일 동안 업로드 한 결과 누적 조회수가 16,200회가 기록되는 등 관람객의 관람형태는 온라인에 대부분이 집중되고 있지만 지역 무용단의 무용공연은 지역 내의 홍보와 인식부족으로 온라인 무

용공연의 여부가 파악되지 않아 공연환경의 다양한 문제점이 대두되고 있다[16].

이처럼 한국의 많은 공연들이 밀집과 밀접금지라는 정부의 지침으로 공연장의 문을 닫자 무관중 공연을 진행하여 온라인 스트리밍을 활용한 콘텐츠가 개발되고 있다. 하지만 지역의 공연 취소와 지역에서 제작된 공연들은 온라인의 콘텐츠 활성화가 빈약하거나 홍보가 제대로 이루어지지 않고 있어 서울과 지역 간의 양극화 격차는 더욱 벌어지고 있다.

해외사례에서도 베를린 필하모닉오케스트라, 뉴욕 메트로폴리탄 오페라하우스, 브로드웨이, 웨스트엔드, 에든버러 페스티벌, 아트바젤 홍콩, 베니스 비엔날레 국제미술전 등 세계적인 축제와 행사 등도 취소 또는 무기한 연기 되었지만[5] 현 상황을 탈피하기 위한 대안으로 로열 오페라하우스(무용+오페라)는 'Our House to Your House'라는 캠페인을 통해 공연영상을 공유하고 일반인과 학생들을 위한 야외 오픈클래스를 진행, 무대 백스테이지의 콘텐츠로 대중과 소통하여 관객확장을 유도하였으며, 호주국립박물관의 'Stay Home Challenge' 캠페인으로 일반인에게 창의성, 자발성을 발견하게 해 줌으로서 예술의 가치와 참여적 관객층을 확장하였다[32]. 스페인 마드리드의 The national museum of Thyssen - Bornemisza는 2020년 2월부터 8월까지 최초로 랩브란트 초상화가로의 면모를 볼 수 있는 기획전시회를 개최하여 3D 시뮬레이션 현장을 가상공간으로 체험, VR 글라스를 착용하여 360도 공간감을 실감할 수 있는 등의 다양한 version을 제공한 성공적 사례로 꼽히고 있다[33]. 영국의 폴스트 엔터테인먼트(Forced Entertainment)는 2008년도에 <Speak Bitterness>를 시작으로 <Quizoola!>, <on the Thousandth Night>, <12am: Awake & Looking Down>, <Complete Works: Table Top Shakespeare>에서 오프라인 공연과 함께 온라인으로 실시간 중계를 시도하여 온라인 안에서의 새로운 현장성을 창조 할 수 있다는 가능성을 제시 하였다[26].

IV. 논의

지금까지 본 연구에서 조사한 내용을 토대로 본 연구의 목적인 코로나 이후의 뮤지컬 방향을 위해 논의 해 보고자 한다.

본 연구에 의하면 2018년도에서 2019년은 대극장, 중극장, 소극장 모두에서 공연건수와 상연횟수가 증가한 것으로 나타났으나 2020년 코로나 바이러스가 확산된 이후의 뮤지컬공연은 모든 극장과 지역에서 감소한 것으로 나타나 코로나로 인한 뮤지컬공연의 피해를 직·간접적으로 확인할 수 있었다. 2019년 전체공연건수는 2,388건, 상연횟수는 35,736회를 상연하였던 공연은 2020년 전체공연건수 644건, 상연횟수 13,742회를 상연한 것으로 나타나 각각 3.7배, 2.6배의 감소세를 나타냈다. 국민권익위원회에 의하면 2020년 9월 기준 133개 공공 공연시설을 대상으로 공연 취소를 조사한 결과, 2020년 9월까지 뮤지컬 공연취소는 508건으로 조사한바 있어 2021년 2월까지 그 범위를 확장 한다면 본 연구의 결과인 공연건수 3.7배, 상연횟수 2.6배의 감소세는 선행조사 보다 더욱 많은 공연이 취소했음을 유추해 볼 수 있다. 특히 서울, 경기도, 경상도에서 가장 활발하게 뮤지컬이 공연되었으나 코로나로 인한 감소가 가장 심한 곳은 경기도로 대극장 공연건수 5.6배, 공연횟수 8.2배 감소, 중극장 공연건수 12.7배, 공연횟수 18배 감소, 소극장 공연건수 4.1배, 공연횟수 5.6배 감소를 보이며 2019년 가장 많은 증가세를 보인 것에 비해 2020년 가장 많은 감소세를 보인 지역이었다. 그리고 중극장의 취소가 심각하다. 지역 대부분의 극장은 중극장이 많고 정부지침에 따라 단기간의 공연이 줄어들어 취소하는 사태가 벌어졌다. 이는 예술경영지원센터에서 조사한 코로나19에 의한 공연예술분야 피해현황(공연건수 65.0%, 공연횟수 68.4% 감소)에서 뮤지컬 분야는 더욱 심각한 수준임을 알 수 있었다. 또한 강원도와 제주도는 코로나 이전의 현황에서도 모든 극장에서 공연건수와 상연횟수에서 저조한 공연을 보였다. 대, 중, 소극장에서 강원도가 2019년 65건의 공연건수와 295회의 상연횟수, 제주도는 25건의 공연건수와 491회의 상연횟수로 코로나19 상황에서의 2020년 한 해 동안 서울 소극장 공연건수 103건과 상연횟수 3241회

에도 못 미치는 수치를 보이고 있어 타 지역에 비해 현저히 낮은 수준의 공연이 진행되고 있었다.

특히 제주도는 코로나 이후 대극장과 소극장 뮤지컬이 0건의 공연건수와 0회의 상연횟수를 기록하며 2020년 3월부터 2021년 2월까지 단 한 차례도 공연된 바 없다. 때문에 강원도와 제주도는 지역 주민의 문화 향유와 관광 유치에 위한 뮤지컬 개발, 창작진과 배우 인력양성을 위한 교육 프로그램 실시하여 장기적인 투자를 통한 뮤지컬 공급을 늘릴 필요성을 갖는다.

서울을 비롯하여 경기도, 경상도에서 뮤지컬이 활발히 이루어지고 있는 이유로 경기도는 인프라가 많은 서울과 인접한 지역이며 예술인들의 활동이 가까운 서울을 오가며 이루어지고 있는 점, 경상도는 대구를 중심으로 대구국제뮤지컬 페스티벌(DIMF)등을 개최함으로써 지역민들에게 뮤지컬을 쉽게 접할 수 있기 때문이다. 그러나 강원도의 경우에는 춘천국제마임축제, 정선아리랑, 평창음악축제, 화천산천어축제, 양양송어축제, 태백산 눈 축제 등의 지역 축제들은 많이 있으나 뮤지컬의 관심은 여전히 공연정보에 대한 접근성 부족, 비싼 티켓 가격으로 인한 요인을 들 수 있고[34], 제주도는 코로나19의 여파로 관광과 경제도 도민의 안전을 위해 제주도 내의 행사 등을 전면 취소하는 사태가 벌어져 0건의 공연이라는 수치가 나타난 이유이기도 하다[35]. 그나마 제주도문화예술진흥원에서 2020년 '제주 뮤지컬 페스티벌'의 첫 발을 야심차게 내딛었지만 12월 두 작품으로 축소되고 비대면으로 전환되어 뮤지컬제작을 위한 노력을 하고 있는 것으로 나타났으나 역부족임을 확인, 코로나 이후 시대를 대비하여 꾸준한 관심과 지원이 필요함을 증명하고 있다.

한편, 코로나19로 현재 공연계의 어려운 상황에서도 온라인을 통한 지역 공연예술의 콘텐츠 공유화가 오프라인이 해결하지 못하는 부분인 지역 간의 양극화를 극복 할 수 있다는 점이다. 온라인이라는 플랫폼을 적극 활용하여 홍보할 수 있는 방안을 모색하여 전 세계의 온라인 관객을 유도할 수 있도록 하는 연결 프로그램이나 콘텐츠 플랫폼을 개발하고 확대해야한다. 오프라인과 온라인 공연이 서로 공존하면서 새로운 문화가 나타날 가능성이 높다는 의견도 나온다. 이처럼 코로나19 바이러스는 오프라인 공연을 온라인으로 이동하는 계

기를 만들고 있다.

뮤지컬은 공연예술 분야 중 가장 상업성이 큰 장르로 2019년 인터파크 집계 뮤지컬 장르 매출액은 2,137억 원으로 대중가요가 중심을 이룬 콘서트 매출액 2,474억 원에 이어 두 번째로 높다[36].

이 같은 상업적 성공은 뮤지컬 장르가 공연 스트리밍 플랫폼을 활용하는 방식에 변화를 가져왔다. 공연예술 기관이 2020년 한 해 동안 코로나19에 대응하기 위해 진행한 공연 방식으로 ‘공연 실황 녹화물 스트리밍’(57.1%)을 많이 꼽았고 ‘온라인 생중계’를 경험한 비율을 4.1%, ‘숏폼 콘텐츠(웹 공연 등) 제작’은 17.4%로 나타났으며 2021년 예정인 공연 진행방식으로는 ‘공연 실황 녹화물 스트리밍’ 57.4%, ‘온라인 생중계’ 47.6%, ‘숏폼 콘텐츠(웹 공연 등) 제작’ 28.9%로 나타났다[19].

실제로 네이버TV가 2020년 8월 녹화 중계 한 뮤지컬 〈마리 퀴리〉가 누적 조회 수 58만 뷰, 〈팬레터〉와 〈여신님이 보고 계셔〉가 90만 건의 재생 수를 기록하는 등 공연실황 스트리밍 플랫폼으로서 성과를 올렸다 [12]. 온라인 공연은 코로나시대에 오프라인공연의 대안으로 떠오르며 무료 스트리밍 공연을 시작, 서울예술단의 후원(감동 후불제)을 통해 OTT(실시간동영상서비스·Over the top)로 발전하여 웹 뮤지컬의 탄생, 영화관으로 간 뮤지컬까지 나타나게 되었다. 또한 이경미 CJ ENM 기획마케팅 팀장은 2020년 상반기 코로나19 상황이 나아지기를 기대하고 계획했던 마케팅 플랜을 전면 수정하고 비대면으로 가능한 방법들을 고민했다. 관객의 사연을 응모받고 〈킹키부츠〉의 꽃이라 할 수 있는 ‘엔젤’ 배우들이 랜선으로 찾아가 ‘흥’을 전하는 ‘ㅋㅋ 흥신소’, 작품의 스토리를 재구성해 제작한 ‘뮤지컬 드라마’, 그리고 LG 유플러스와 제휴하여 〈킹키부츠〉캐릭터와 작품을 더 실감나게 즐길 수 있는 AR / VR 콘텐츠를 제작하기도 하였다[37].

문화체육관광부와 예술경영지원센터에 따르면 4차 산업혁명 기술의 예술현장 적용가능성을 측정하기 위한 설문을 진행한 결과 예술 현장에서 ‘기술관심도’와 ‘기술사용 의향’은 높은 반면, ‘기술인지도’와 ‘기술활용 경험’은 낮은 편으로 나타나는 등 최근의 상황에서 온라인 공연을 보다 적극적으로 활용해야 한다는 의견이 증가하고 있다[12].

이처럼 비대면 공연은 공연예술의 기획, 제작, 유통, 향유 문화에도 큰 영향을 주어 Netflix와 같은 OTT를 통해 공연예술을 향유할 기회가 많아짐으로써[38], 온라인을 통한 공연예술 관람 횟수는 25.6회로 전년 대비 2.6회 늘어나 비대면 공연 관람이 증가하고 있다[39]는 결과가 있다.

연극에서는 코로나 현상에 대한 연극공연과 영화와의 차별성에 대한 담론, 뮤지엄은 가상현실, 음악은 온라인과 스트리밍, 무용은 스트리밍의 영상기법 활용 및 스마트폰을 활용한 안무, 콘텐츠에서는 가상현실(VR), 증강현실(AI)기술의 활성화 개발을 중점적으로 온라인 공연에 대한 연구와 관객성향분석 등으로 코로나 시대에 생존하기 위한 연구가 지속되고 있고 해외에서도 온라인을 통한 많은 시도들을 모색하고 있는 것으로 나타났다. 하지만 공연 영상의 소비자측면 논의는 부족한 상태이다. 온라인으로 공연되는 실황공연이나 스트리밍 공연영상이 많은 소비자들에게 관심을 이끌어내고 있지만 극장에서 공연 관람하는 것과는 달리 온라인으로 시청 할 경우 영상에 집중하는 시간이 저조하다는 연구 결과가 있다. 조은아의 ‘온라인 공연감상 현황조사’에 의하면 온라인 시청자가 집중해서 영상을 시청할 수 있는 시간은 20분이라는 것이다[40]. 때문에 영상의 조회수는 높은 반면 체류시간은 짧을 수 있다. 조회수가 많다는 것은 선택적 의지가 있는 관객이 존재한다는 것이지만 체류시간이 짧다는 것은 그만큼 관객들이 원하는 콘텐츠를 제공하고 있지 못하다는 내용적 측면에서 고민해야 한다. 공연 영상·화(化)라는 본질은 무대공연에 있다. 그것을 영상화 했을 때 소비자들에게 동질성을 갖느냐의 문제와 기대치를 가진 소비자에게 전부 보여줄 수는 없지만 장면을 선택하는 “찍는 자”에게는 무거운 책임감으로 다가온다. 그래서 영상으로 옮기는 영상 감독과 스태프들은 무대공연의 본질을 지키면서 촬영할 수 있는 학습이 필요하다. 영상감독은 영상의 전문가지만 그 작품을 해석하는 전문가가 아니기 때문에 연출과의 융합이 매우 중요하다[41].

김지원 EMK 뮤지컬컴퍼니 대표에 의하면 미국 디즈니에서 〈해밀턴〉 뮤지컬을 영상 제작한 것이 송출 되었다. 영상자체가 공연과는 완벽하게 다른 또 하나의 장르로써 메리트가 있다는 리뷰와 공연에서 보지 못했던

조연들의 움직임이 보이고 서사와 이야기 발란스까지 완벽한 공연으로 촬영 감독이 2달간 대본을 연구한 후 어떤 장면을 어떻게 찍을지 분석과 고민을 거쳐 3일간 카메라 9대로 효율적 촬영을 진행 하였고 디즈니사 대표 인터뷰에서는 최고의 객석이 아니라, 극장에 없던 객석을 만들어 낸 사례가 있다는 것이다[42].

또한 2019년 미국의 fox방송에서 <렌트>를 영상화한 사례에서도 영화적인 요소로 작품을 잘 보여줄 수 있는 특징을 살려 한정된 공간이 아닌 다양한 공간별로 세트를 만들고 관객을 두어 작품의 본질인 연극적 연출을 유지하면서 진행, 기존의 영상에서 주지 못하는 영상미로의 매력이 있었다[43]. 이렇듯 언택트 시대에 무대와 영상의 융합에 대한 연구와 공연산업의 관객 개발에 대한 고민은 계속될 전망이다.

우리나라에서도 2015년 연극에서 영상화로 제작된 <혜경궁 홍씨>의 경우, 무대연극을 영상화하여 극장 상연 후 OTT를 통하여 40개월 동안 손익분기점을 넘겨 가능성을 확인한 사례가 있다[44]. 40개월이라는 기간은 아직 공연의 영상화 시장이 형성되지 않았기 때문이다. 지금 여러 작품들이 영상화 작업을 하고 있지만 콘텐츠의 부족으로 시장형성이 만들어지기에는 시간이 더 필요하며 많은 콘텐츠를 확보한다면 새로운 시장이 열릴 가능성이 높다. 리미티드 런을 한시적으로 진행하는 우리나라 중 소극장 창작뮤지컬은 2연, 3연을 진행하는 동안 소비자들을 위해 영상화로 인한 작품의 매력과 오프라인의 공연향수를 느끼고 아직 공연을 접하지 못한 소비자들은 실제 공연장에서 작품을 느끼고 싶어하는 효과를 기대 할 수 있어 창작뮤지컬의 영상화는 새로운 장르로 개척 할 가치와 성장 가능성이 있다. 다만 무대에서의 작품과 영상화 된 작품은 각자의 매력을 지니고 있어야 한다는 점이다. 이를 위해서는 작품을 위한 기획에서부터 창작, 제작과정에 이르기까지 작가, 연출, 영상, 카메라, 조명, 음향의 전문가가 적극 참여하여 협업한다면 더 많은 관객을 확보할 것이며, 향후 글로벌 온라인 플랫폼을 통하여 전 세계인들과 소통하는 기회로 세계시장의 진출도 가능하다.

그러나 예술경영지원센터에 의하면 YG엔터테인먼트, SM엔터테인먼트 등 대중문화 콘텐츠 기획사에 적극적으로 투자하며 콘텐츠 제작에 나서지만, 아직까지

공연예술 분야에 대한 대규모 투자는 보이지 않아 공연 예술 분야에서 영상콘텐츠 유통을 통한 수익 발생이 쉽지 않음을 시사하고 있다[12]. 이는 아직 공연 스트리밍을 통한 공연예술의 넓은 팬덤과 양질의 콘텐츠 부족, 영상화된 공연의 정체성에 대한 논란, 플랫폼 관계설정, 관객호응등 유료 콘텐츠로의 미약으로 이러한 산적한 과제를 해결하지 못할 경우 K-POP과 대중문화예술계와는 다른 상황에 직면 할 수 있다는 것을 간과해서는 안 될 것이다.

영국공연예술의 경우, 공연예술의 영상화를 돕기 위해 2012년 BBC와 영국 예술위원회가 '더 스페이스(The Space)'재단을 설립하여 영상화에 필요한 자금을 확보하고 스텝의 부족함을 인지, 창작공연을 영상화하는 작업 뿐 아니라 영상화를 위해 예술가가 알아야 될 마케팅과 유통까지 교육을 담당한다. 또한 영국 예술위원회는 2016년 공연 영상화와 디지털콘텐츠 개발이 관객, 제작사, 유통에 미치는 영향에 관한 전수조사를 통하여 공연 영상을 유통해도 라이브 공연관객에 미치는 영향이 거의 없고, 관객들은 영상이 라이브를 대체한다고 믿지 않으며 오히려 별개의 예술장르로 인식한다는 결론을 도출하였다[45]. 영국공연계에서 공연의 영상화는 미래의 한 부분일 뿐이라고 이해하고 더 나아가 '영상화 이후' 단계에 대한 실험이 활발하게 이루어지며 영상과 디지털 기술을 접목한 하이브리드(AR, VR, Immersive등을 결합)장르가 생기기 시작하였다. 이는 <<(Karen) by Blast Theory>, <LIVR>, <Draw Me Close>, <더 인카운터(The Encounter)>등 드라마, 퀴즈게임을 융합시키거나 VR을 결합한 1:1 작품으로 진화하고 있다는 사례를 참고해야 한다.

본 연구의 본문에서 나타났듯이 우리나라 뮤지컬 온라인공연 현황 상 후원공연이 지속적으로 이루어지고 있다는 것은 소비자들이 공연예술을 많이 시청하고 있다는 증거이다. 특히 <펜레터>, <마리퀴리> 작품들이 온라인 공개 후 실제 오프라인 공연을 보기 위한 예매율이 상승 했다는 사례들[46]은 온라인 공연을 소비 할 수록 오프라인 공연예매를 상승시키는 효과로 작용할 수 있다. 이는 온라인이 오프라인에 영향이 없다는 2016년 영국의 전수조사 보다도 긍정적인 결과이다.

한편, <신과 함께-저승편>, <아동>신비아파트, <잃어

버린 얼굴 1895), 〈이른 봄 늦은 겨울〉, 〈엑스칼리버〉, 〈이른봄 늦은겨울〉, 〈루드윅〉, 〈모차르트/박광현〉, 〈시 데레우스〉, 〈베르테르〉, 〈모차르트/김준수〉, 〈금란방〉, 〈꽃빠이, 이상〉, 〈사비 평화의 나라〉, 〈안테모사〉, 〈더테 빌〉, 〈호프〉, 〈아동〉우주탐사대 아틀란티스), 〈젬틀맨스 가이드: 사랑과 살인편〉, 〈신데렐라〉, 〈여명의 눈동자〉, 〈기억, 천년의 사랑〉, 〈씨니텐〉, 〈윤동주, 달을 쏘다〉, 〈웃는 남자〉, 〈몬테크리스토〉등과 같이 많은 영상저작물이 제작되고 지속적으로 유료화가 진행될 것이 예상되므로 이를 대비하여 배우와 스태프들을 보호 할 수 있는 방안도 모색해야 한다. 코로나19로 공연이 사라지면서 일자리를 잃은 그들에게 한국뮤지컬협회와 이제 막 출범하는 뮤지컬제작사협회는 그 대책을 마련하는데 앞장서야 한다. 또는 영국이나 미국처럼 배우, 스태프 조합을 만들어 각자의 위치에서 불이익을 당하지 않고 상생 할 수 있는 길을 모색하는 것이 필연적이므로 배우들은 공연과 영상에 대한 계약을 분리해서 진행해야 한다. 현장예술 공연에 참여하는 배우들은 코로나19와 같은 상황이 지속되거나 또 다른 팬데믹으로 다시 생계의 위협을 받을 수 있기에 실연료에 대한 계약을 뮤지컬협회, 제작자협회등과 공조하며 보다 풍요로운 환경에서 공연예술이 발전 할 수 있어야 한다.

결론적으로 뮤지컬, 연극, 콘서트, 무용등은 코로나 19로 인하여 관객들과의 만남이 줄어들자 온라인이라는 새로운 매개체를 통하여 관객과 소통하려는 시도와 함께 성공적인 모델을 제시하며 빠른 진화의 과정을 겪고 있는 것으로 나타난다. 미디어, AI의 기술과 예술이라는 접목이 코로나19로 인한 강제적이고 시급한 결합이었으나 뮤지컬산업의 생존과 존립을 위한 방법으로 비대면, 비접촉의 온라인 활용이 새로운 장르로의 발전과 새로운 직업군이 생길 수 있도록 긍정적인 방법을 모색해야 한다. 그리고 IT 강국인 한국공연예술이 AR+VR+Immersive를 서로 결합한 작품들도 시도하여 오프라인과 온라인이 서로 공존하는 가운데 공연예술이 발전해야 할 올바른 방향을 찾는 것 또한 뮤지컬시장에서의 과제일 것이다.

V. 결론

코로나19는 공연예술시장에 엄청난 영향을 미치고 있다. 코로나로 인해 공연예술시장의 중심축인 뮤지컬은 미국(브로드웨이)과 영국(웨스트엔드)의 뮤지컬 시장뿐만 아니라 한국에도 예측이 어려운 불확실성 속에서 큰 타격을 주었다. 오프라인에서 온라인 공연으로 대체되고 있는 상황에서 국공립단체와 극장들은 정부 지원으로 비교적 코로나에 적응하고 있지만 민간단체들은 영상매체 이용 등의 과중한 비용을 감당하기 힘든 실정이다.

본 연구에서 코로나로 인한 뮤지컬 현황을 분석한 결과, 긍정적인 면과 부정적인 점, 비판적인 시사점, 낙관적인 가능성을 동시에 검증하고 도출할 근거들을 찾을 수 있는 시론으로서 가치를 가지기를 바란다. 지금까지 연구된 결과들을 요약 정리하면 다음과 같다.

첫째, 오프라인공연과 온라인공연으로 분리되어 공연 예술이 다면적으로 확장 할 것이다. 공연의 현장성, 동시성의 해체로 현장의 개념이 개인의 생활로 흡수되고 시간성의 확장으로 일회성이 아닌 개인이 편리한 시간에 공연을 관람할 수 있게 되어 기존의 극장과 온라인 스트리밍을 위한 극장으로 분리, 공연예술은 다면적으로 확장할 것으로 예측해 볼 수 있다.

둘째, 온라인의 활용으로 수도권과 비수도권지역의 격차(양극화)를 좁힐 수 있다. 수도권이 아닌 지역은 일반적으로 관람 기회가 적을 뿐만 아니라, 준비 중이거나 진행 중이던 공연마저 연기되거나 취소되어 피해가 더 크다. 이에 지역 공공문화기관과 극장에서는 온라인을 통한 지역 공연예술의 콘텐츠 공유화로 오프라인이 해결하지 못하는 부분인 지역 간의 양극화를 온라인이라는 플랫폼을 통하여 적극 활용, 홍보 할 수 있는 방안을 모색해야 한다. 서울과 지방, 수도권 및 비수도권 온라인 관객을 유도할 수 있도록 하는 연결 프로그램이나 콘텐츠 플랫폼을 개발하고 확대해야 한다. 또 웹 뮤지컬 등의 시도가 진행되고 있는 것으로 조사되어 오프라인으로 취약한 지역에서는 각 지역 초, 중, 고 대학과 연계하여 지역민들의 적극적인 관심을 유도하고 온라인과 언택트를 활용한 지역민들의 참여 방법을 모색해야 한다.

셋째, 새로운 뮤지컬시장 구축을 위한 상생모델의 개발이 시급하다. 공연 영상화가 진행되는 가운데 아직도 무대와 영화의 간극해소를 위한 이해도를 요구하는 전문가가 부족하기 때문에 현재 무대와 영화 혹은 영상의 각 전문가들이 협업하는 상황이다. 유료화가 진행되고 소비자가 요구하는 영상의 퀄리티를 높여야 하는 시점에서 협업이 제대로 이루어지지 않는다면 그 영상의 가치가 떨어질 것은 자명한 일이다. 무대 위 공연과 영화는 엄연히 다른 가치를 두거나 역할이 다르기 때문이다. <해밀턴>, <레트>의 작품들처럼 영화와 무대의 융합은 극장을 선호하는 관객들에게는 오프라인만의 매력적인 볼거리를, 무대와 영화가 융합된 온라인 공연은 무대공연의 본질을 흐리지 않으면서 새로운 볼거리를 제공할 수 있다는 점에서 오프라인에서 표현하지 못하는 단점을 온라인의 장점으로 최대한 살려 많은 작품들을 극장과 플랫폼이라는 공간을 통해 상호보완적인 상생모델을 만들어야 한다.

넷째, 연기자들이 공정한 저작권 보호를 받을 수 있어야 한다. 공연산업에서도 뮤지컬 장르 전반에 걸쳐 실연자와 스태프의 저작권 보호에 관한 적극적인 교육과 홍보가 이루어져야 한다. 이를 통해 저작권관련 공연법과 제도에 대한 많은 연구가 이루어져 공연현장에 빠르게 적용 할 수 있도록 검토하여 뮤지컬 영상화로 하여금 건전한 저작물 이용풍토를 조성, 배우들의 올바른 처우를 개선해야 한다.

다섯째, 영상화를 위한 한국형 지원재단과 융합적 사고, 지식을 겸비한 인재가 필요하다. 우리나라에서 무대와 영상의 융합은 이전부터 진행되고 있었지만 코로나 19로 인해 급격히 IT기술과 미디어로 연결되고 있어 아직 공연 영상화의 진화는 미비한 수준이다. 세계적인 수준의 영상화 콘텐츠산업을 확보하기 위해서는 영국의 '더 스페이스' 재단과 같은 한국형 지원 재단을 설립하여 부족한 자금을 확보하고 무대와 영상장르를 이해하는 융합적 사고, 지식을 겸비한 인재육성이 필요하다. 향후 한국의 많은 공연영상 콘텐츠들이 플랫폼을 통한 세계화를 위해서는 많은 경험과 학습의 시간이 필요하기 때문에 중장기적인 계획을 마련하여 새로운 공연영상 트렌드로 완성할 수 있는 교육시스템을 개발해야 한다. 이러한 인재양성을 통해서 K뮤지컬은 세계적으로

도 빠르게 확장 될 수 있을 것으로 기대 된다.

그 외에도 본 연구에서는 상세히 언급하지 못하였지만, 온라인 공연이 문화 소외계층을 만들 수 있어 빠르게 변화하는 시대에 스마트폰과 노트북 등 디지털 기기의 사용에 익숙하지 못한 저소득층과 늘어나는 고령화 인구들이 디지털 소외나 격차로 인해 문화예술을 향유하는 세대 간의 문화 격차 문제에 관심을 기울일 필요가 크다고 보인다. 특히 첨단 디지털 제품 등을 활용하는 관련 프로그램의 개발과 교육 기회를 꾸준히 확대해 나가야 하는 문제들은 후속 연구를 기대한다.

뮤지컬이 더 많은 사람들에게 지속적으로 사랑받기 위해서는 오프라인 공연에서 온라인 공연으로의 전환이라는 시대적 변화 속에서 뮤지컬 시장의 보다 수준 높은 질적, 양적 성장이 있기를 바란다. 정부의 방역지침을 적극적으로 반영하면서 한국의 뮤지컬은 기획 및 제작, 창작, 교육에 이르기까지 우리나라 실정에 맞는 뮤지컬의 발전을 위해 오프라인과 온라인 공연이 한쪽으로 치우치지보다는 서로 부족한 부분을 채워가면서 고르게 발전할 수 있도록 노력하고 영상화의 혜택을 공연계가 최상의 위치에서 누릴 수 있도록 대비하는 자세가 필요하다.

참고 문헌

- [1] 박연숙, 제롬 글렌, *세계미래보고서 2021-포스트 코로나 특별판*, 비즈니스북스, p.10, 2020.
- [2] 중앙일보, "코로나, 영원히 죽지 않는 '엔데믹' 될 수도," <https://www.joongang.co.kr/article/23776686#home>
- [3] <https://www.eurasiagroup.net/files/upload/AXA-Eurasia-Group-Ipsos-2020-Future-Risks-Report.pdf>, 2020.
- [4] McKinsey Company, *The Next Normal: The future of business: Reimagining 2020 and beyond*, p.138, 2020.
- [5] 백선혜, 이정현, 조윤정, "포스트코로나 시대 비대면 공연예술의 전망과 과제," 서울연구원 정책리포트, 제 307호, pp.4-5, 2020.
- [6] 유안나, 이종오, "BTS'방방콘 The Live'의 비접촉 콘서트로서의 대안 포맷 가능성," 한국엔터테인먼트산업

- 학회, Vol.14, No.5, pp.28-29, 2020.
- [7] 박영만, 유진주, “공연예술 서비스업의 코로나-19 환경 대응 안전관리 전략,” 한국융합과학회지, 제9권, 제4호, pp.205-216, 2020.
- [8] YTN뉴스, “문화체육관광 분야 1~3분기 코로나 피해 11조원 육박,” https://www.ytn.co.kr/_ln/0106_202010071355014796
- [9] 한국예술문화단체총연합회, *코로나19 사태가 예술계 미치는 영향과 과제*, 2020.
- [10] “단군 이래 최대 불황...코로나로 개막 편수 40%↓,” 뉴시스, https://newsis.com/view/?id=NISX20201227_0001284082&cID=10701&pID=10700
- [11] 김미경, 이은지, “영상콘텐츠 포맷과 정보제시 양식에 따른 정보의 회상, 재인, 태도에 대한 연구,” 방송통신연구, 겨울호, pp.9-40, 2019.
- [12] 예술경영지원센터, “새로운 유통질서-공연 스트리밍 플랫폼의 현황,” 공연시장 이슈리포트, 제2호, pp.6-19, 2020.
- [13] 정삼철, 이민주, “충북형 온택트(Ontact)활용을 위한 정책 제언,” 충북 Focus, No.179, pp.1-26, 2020.
- [14] 우수진, “팬데믹시대의 연극,” 공연과이론, 봄호, pp.5-77, 2020.
- [15] 정민아, “포스트 코로나 시대 영화관과 영화산업 전망,” 한국예술연구, 제29권, pp.29-49, 2020.
- [16] 임지형, “소셜네트워크 빅데이터를 활용한 코로나 19의 무용공연, 무용관람, 무용환경 분석,” 대한무용학회논문집, 제78권, 제4호, pp.182-192, 2020.
- [17] 김가은, 홍미성, “포스트 코로나 시대 ‘라이브 스트리밍(live streaming)’ 무용공연의 시청현황과 개선방안,” 한국체육학회지, 제59권, 제5호, pp.309-321, 2020.
- [18] 김성은, “온라인 뮤지컬 공연의 서비스 품질이 소비자 태도에 미치는 영향의 연구,” 커뮤니케이션디자인학연구, 제74권, pp.137-148, 2021.
- [19] 예술경영지원센터, *코로나19에 의한 공연예술분야 피해현황 조사 보고서-2020년 총결산*, pp.6-42, 2021.
- [20] 예술경영지원센터, *2015 뮤지컬 실태조사*, p.55, 2015.
- [21] 김난도, 전미영, 최지혜, 이향은, 이준영, 김서영, 이수진, 서유현, 권정윤, *트렌드 코리아 2019*, 서울: 미래의 창, p.91, 2018.
- [22] “서울예술단 <잃어버린 얼굴 1895>, <신과 함께-저승편>등 네이버TV후원 라이브에서 유료 상영,” 더 뮤지컬, <https://www.themusical.co.kr/News/Detail?num=13201>
- [23] “코로나에...영화관으로 간 뮤지컬-콘서트”, 매일경제, <https://www.mk.co.kr/news/culture/view/2021/02/145418/>
- [24] 허난영, “공연예술콘텐츠의 가치와 융합적 구조: 공연예술실태영상을 중심으로,” 한국콘텐츠학회논문지, 제16권, 제1호, pp.241-255, 2016.
- [25] 이근삼, *연구개론-그 이론과 실제*, 문학과 사상사, 2013.
- [26] 이예은, “감금의 시대에 새로이 정의되는 현장성 개념 연구,” 연극교육연구, 제37권, pp.222-223, 2020.
- [27] 신광철, “위드/포스트 코로나 시대 문화콘텐츠 교육의 방향,” 인문콘텐츠, 제59호, p.113, 2020.
- [28] 이성곤, “위기의 계보학으로 읽는 코로나 시대의 연극,” 한국예술연구, 제29호, pp.51-71, 2020.
- [29] 양근애, 김민조, 김지우, 김진아, 나희경, 박경식, 배선희, 우수진, 이철희, 정재은, 정채영, “포스트 코로나 시대, 연극을 묻는다.” 공연과이론, p.97, 2020.
- [30] 김미희, “포스트코로나 시대의 연극과 생태행동-특집: 공연예술의 재활용을 위한 미학적·환경적 접근,” 연극평론 통권, 제99호, p152, 2020.
- [31] “공연계는 랜선 공연, 관객은 재택 관람,” 헤럴드경제, 2020.03.24. <http://news.heraldcorp.com/view.php?ud=20200324000264>
- [32] 정우정·한정호, “포스트 코로나 시대의 공연예술의 전환적 패러다임,” 한국문화경제학회 문화경제연구, 제23권, 제3호, pp.3-31, 2020.
- [33] 오선애, “코로나-19 팬데믹이 뮤지엄 전시공간에 미치는 영향,” 조형디자인연구, 제23권, 제4호, p164, 2020.
- [34] “10명중 8명, 온라인 무료공연 정보 없어 못 본다”, 강원일보 2021.02.18. <http://www.kwnews.co.kr/nview.asp?aid=221021700115>
- [35] “제주도내 행사 등 전면 취소, 코로나19 확산 방지 우선,” 제주뉴스, <https://www.newsjeju.net/news/articleView.html?idxno=340284>
- [36] “2019년은 콘서트의 해...뮤지컬 넘었다,” 매일경제, <https://www.mk.co.kr/news/culture/view/2020/02/122518/>
- [37] 예술경영지원센터, “공연예술 통합전산망 월간리포트,” 공연시장 이슈리포트 4호, p.18, 2020.
- [38] “코로나 뉴 노멀이 온다,” 대구신문, <https://www.idaegu.co.kr/news/articleView.html?idxno=333731>
- [39] “코로나19 여파에 여가도 '비대면'활동...형태 '확' 바꿨다,” 아주경제신문, <https://www.ajunews.com/v>

iew/20201229085242023

- [40] “온라인 공연 몰입 시간, 20분 넘기기 힘들다.” 국민일보, <http://news.kmib.co.kr/article/view.asp?arcid=0014613847&code=61171411&cp=nv>
- [41] 커튼콜×예술경영지원센터, 팟캐스트, 2020.8.25. <https://www.youtube.com/watch?v=TX2yLwBZu0E&list=PLRf91elQAoxun-cj-4kO4n88-VXffOw7Z&index=5>
- [42] “온라인공연은 새로운 장르, 뮤지컬의 실험은 계속된다,” 파이낸셜뉴스, <https://cafe.naver.com/ollehktgo/11293>
- [43] “코로나 시대에 새롭게 떠오른 공연 영상, 현황과 전망,” 더 뮤지컬, <https://www.themusical.co.kr/Magazine/Detail?num=4556>
- [44] 커튼콜×예술경영지원센터, 팟캐스트, 2020.8.10. <https://www.youtube.com/watch?v=yEQJYiM8EBg&list=PLRf91elQAoxun-cj-4kO4n88-VXffOw7Z&index=1>
- [45] 더아프로 포커스, “공연예술 영상의 진화: 영국을 중심으로,” https://www.theapro.kr/kor/now/now_view.asp?idx=577&page=1&s1=title&s2=&flag_initial=&od=0&r_category=&r_tag=%EC%98%81%EA%B5%AD
- [46] 커튼콜×예술경영지원센터, 팟캐스트, 2020.8.18. <https://www.youtube.com/watch?v=OQFm65rLkpc&list=PLRf91elQAoxun-cj-4kO4n88-VXffOw7Z&index=3>

신 중 철(Jong-Chul Shin)

정회원



- 1999년 2월 : 한양대학교 생활무용 예술학과(무용학사)
- 2004년 2월 : 한양대학교 무용학과(무용학석사)
- 2008년 8월 : 한양대학교 무용학과(무용학박사)
- 2019년 3월 ~ 현재 : 청운대학교

뮤지컬학과 겸임교수

〈관심분야〉 : 무용, 뮤지컬, 공연예술, 문화콘텐츠, 문화예술, 뮤지컬교육

저 자 소 개

배 혜 령(Hye-Ryung Bae)

중심회원



- 1985년 2월 : 신라대학교 무용학과(무용학사)
- 1990년 2월 : 이화여자대학교대학원(무용학석사)
- 1999년 2월 : 성균대학교공연예술 협동과정(박사수료)
- 2000년 3월 ~ 현재 : 청운대학교

뮤지컬학과교수

〈관심분야〉 : 무용, 문화예술, 뮤지컬, 뮤지컬교육, 공연예술, 문화콘텐츠