

당신의 첫 오픈런 공연을 기억하시나요?

1 코로나19 이후, 오픈런 공연 제작사들의 위기

코로나 19 이후 오픈런 공연 제작사 대표 A씨는 수년간 공연했던 작품을 내리고 촉발집을 차렸다. 또 다른 오픈런 공연 제작사 대표 B씨는 자신의 회사를 정리하고 다른 제작사 PD로 취직했다. 여전히 공연을 이어가는 다른 오픈런 공연 제작사들 또한 코로나 이후 지금이 더 힘들다고 하소연한다.

오픈런 공연이란 폐막 시점을 정하지 않고 무기한으로 진행되는 공연을 의미한다. 현재 공연 중인 작품으로는 <쉬어매드니스>, <죽여주는 이야기>, <늘근도둑 이야기>, <옥탑방 고양이>, <한뼘 사이>, <연극 라면> 등이 대표적이다. 이런 오픈런 공연들은 전용관에서 하루에 보통 2~3차례, 많게는 7차례까지도 공연되는데, 다양한 시간대와 저렴한 가격을 앞세워 많은 관객을 모객하고 있다.



<쉬어매드니스>



<죽여주는 이야기>



<옥탑방 고양이>

아마도 공연에 입문하는 관객 중 다수가 이런 오픈런 공연을 통해 공연에 첫발을 내디뎠을 것이다. 특히 많은 학교에서 학생 단체관람 공연으로 오픈런 공연을 선호한다. 왜냐하면, 리미티드 런 작품들이 일반적으로 저녁 퇴근 시간 이후에 공연되는 데 비해, 오픈런 공연 중엔 낮 공연을 진행하는 경우가 많아 현장 체험학습이나 방과 후 활동에 적합하기 때문이다. 또한, 학생들이 즐기기에 무겁지 않은 내용과 코미디 형식 또한 선택의 이유중 하나로 꼽힌다. 작품 수는 많지 않으나 오픈런 공연이 전체 연극 시장에서 차지하는 비중은 무시할 수 없다. 이는 티켓예매 사이트 순위를 보면 바로 확인할 수 있다. 예매건수 기준 상위 열 편 중에는 오픈런 공연이 항상 네댓 편씩 포함된다. 티켓판매액도 마찬가지다. 공연예술통합전산망에서 2023년 3분기 티켓판매현황을 살펴보면, 연극 장르의 오픈런 공연은 “공연건수 비중은 7%로 낮으나, 1건당 다수의 공연횟수를 가지고 있어 상연횟수, 티켓예매수, 티켓판매액은 각각 58.2%, 47.2%, 35.9%로 높은 비중을 차지했다.”

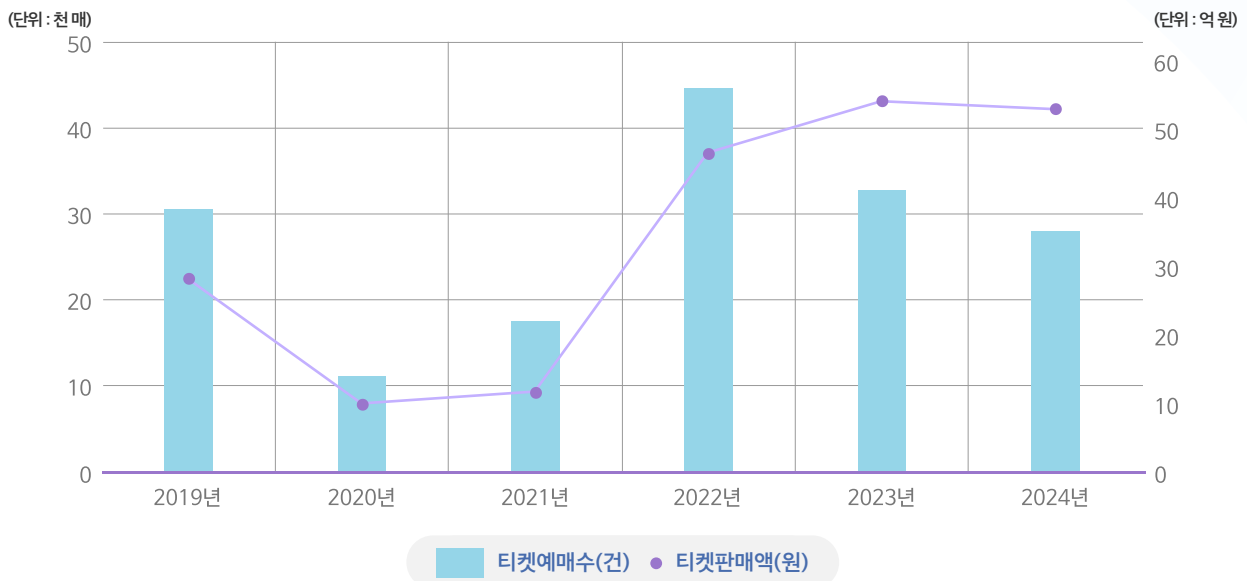


2019년~2024년 3분기 연극 오픈런 데이터

연도별	2024년 3분기	2023년 3분기	2022년 3분기	2021년 3분기	2020년 3분기	2019년 3분기
공연건수(건)	58	59	47	44	55	52
상연횟수(회)	7,106	7,368	6,362	3,576	4,064	6,393
티켓예매수(천 매)	280	327	446	175	111	307
티켓판매액(억 원)	53	54	47	12	10	29
티켓 1매당 평균 티켓판매액(원)	18,916	16,560	10,448	6,691	9,076	9,452



2019년~2024년 3분기 연극 오픈런 티켓예매수 및 티켓판매액



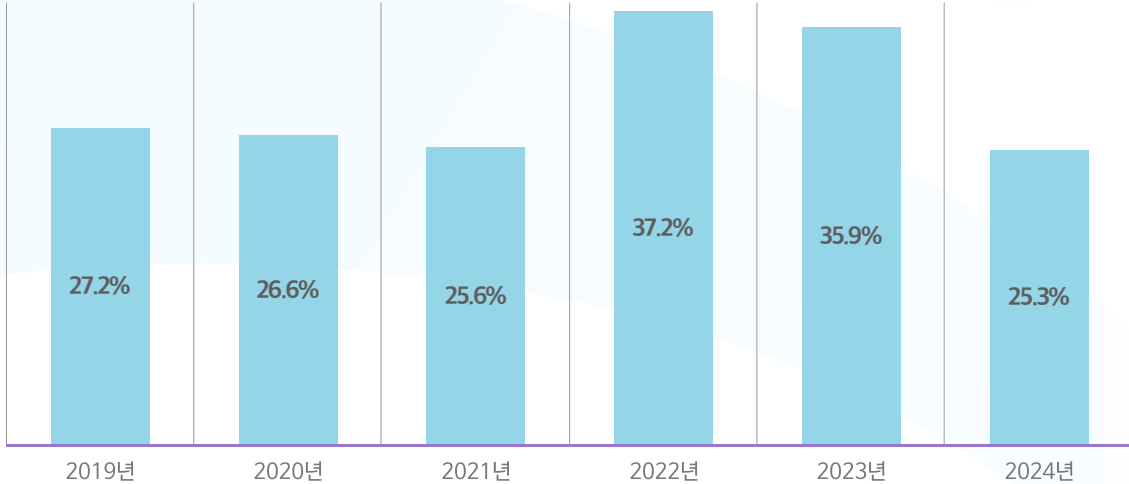
2

코로나19 이후 오픈런 공연의 반등과 하락

코로나19 시기, 오픈런 공연은 침체한 대학로에 활기를 불어넣었다. 2022년 3분기 연극 장르 티켓판매액 125억 원 중 오픈런 공연은 약 47억 원으로 전체의 37.2%를 차지했다. 코로나19 사실상 종식선언(2024.5.11.)이 있던 2023년 3분기에도 오픈런 공연은 연극 장르 티켓판매액 151억 원 중 54억 원으로 전체의 35.9%를 차지했다. 그러나 최근 발표된 2024년 3분기 공연시장 티켓판매현황 분석 보고서에 따르면, 오픈런 공연은 연극 총 티켓판매액 약 210억 원 중 약 53억 원으로 전체의 25.3%를 차지해, 연극 시장에서 차지하는 비중이 눈에 띄게 낮아지고 있다.



2019년~2024년 3분기 연극 오픈런 티켓판매액 비중



이전에 연극 장르에서 티켓판매액 상위 10개 중 네댓 편을 차지하던 오픈런 공연은 이제 2편 정도가 겨우 명맥을 유지하고 있다.

3

오픈런 공연 시장, 왜 관객이 떠나고 있을까?

한 오픈런 공연 제작사 대표의 말이다. “코로나 때 오픈런 공연이 잘 버텼죠. 대출받아서 버틴 거였지만. 그런데 그게 문제가 돼서 무너진 게 아닐까 싶어요. 빛이 쌓이다 보니 공연계를 떠나는 분들도 계시더라고요. 관두고 푸드트럭 하시는 분도 계신다고 들었어요.”

그 많던 오픈런 관객들이 어디로 갔을까? 올해 들어 유난히 많은 유명 배우들이 무대에 섰다. <맥베스>의 황정민, <벚꽃동산> 전도연, 박해수, <사운드 인사이드> 문소리, <엔젤스 인 아메리카>의 유승호, 손호준, 고준희, <빵야> 박성훈, <꽃, 별이 지나> 진선규, 이희준, <일리아드> 황석정 등. 이 작품들이 2024년 3분기 티켓판매액 상위 10편 중 7편을 차지했다. 그동안 오픈런 공연이 공연 초심자들을 위한 역할을 했다면, 이제 유명 배우가 출연하는 공연들이 어느 정도 그 역할을 대체하는 경향이 보인다. 그러나 이에 동의하지 않는 의견도 있다. “유명 배우들이 공연에 출연해서 오픈런 공연 관객이 줄어든 부분도 있긴 있을 거예요. 하지만 유명 배우들 공연이랑 오픈런 공연은 리그가 달라서, 그쪽 관객이 늘었다고 이쪽 관객이 줄지는 않았을 거예요. 제가 생각하는 관객이 줄어든 가장 큰 이유는 학생 단체관람이 줄어든 거예요. 학생단체 관람이 거의 1/3로 줄어들었어요” 수요가 많을 때는 특공(특별공연)까지 마련해야 할 정도로 단체 관람 문의가 많았지만, 요즘은 단체 관람 문의 전화 수가 반 이상 줄었다고 한다. 이에 대해서는 학교에서 단체관람 예산을 줄인 탓이라 보는 견해도 있고, 지원금이 있어도 제대로 운용되지 않기 때문이라는 분석도 있다.

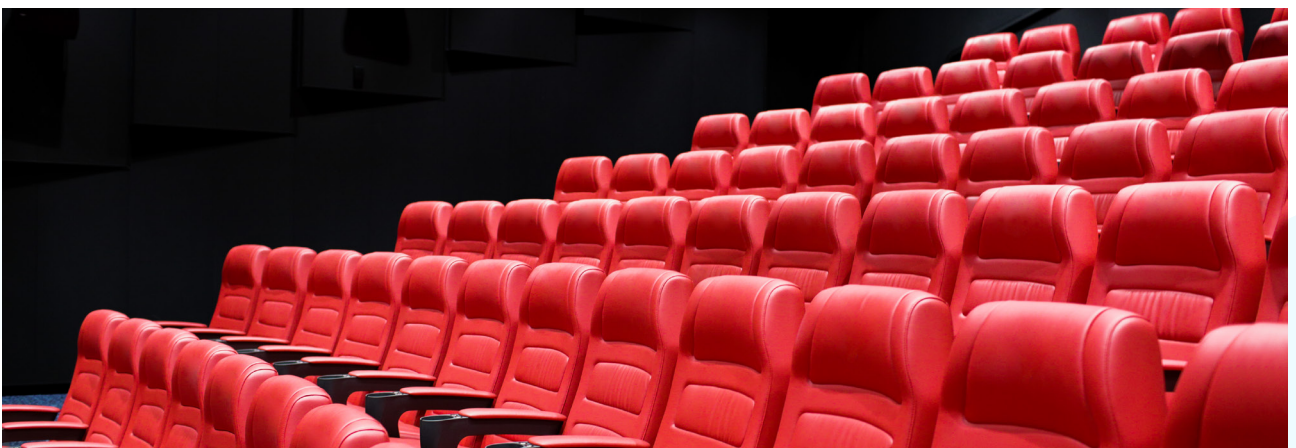
“지원금이 있지만, 제대로 쓰이지 않는게 문제죠. 예를 들어 어떤 기획사는 소극장 공연을 하는데, 1,000석짜리 대극장을 빌려서 해요. 한 번에 많은 학생을 받을 수 있으니까. 그리고 관광버스를 대절해서 학생들을 학교에서 공연장까지 데려다줘요. 그 회사에서 우리 지역 학생들을 싹쓸이하고 있어요.” 그의 말에 따르면 버스를 대절할 경우, 버스회사에 학생 한 명당 15,000원을 요구한다고 한다. 한 학생 지원금 20,000원 중 15,000원을 버스회사에 주고 나면, 공연제작사는 5,000원 남는다. 100명짜리 소극장이 만석이라 해도, 1회당 500,000원을 버는 셈이라 소극장에서는 엄두를 낼 수 없는데, 그런 일이 몇 번 경험한 교사 중에 버스를 요구하는 교사들도 있다고 한다.

한편, 오픈런 공연이 아닌 다른 공연으로 대체 관람하기 때문이라는 견해도 있다. “문제는 (학교로) ‘찾아가는 공연’이 늘었다는 거예요. ‘찾아가는 공연’이 늘면서부터 오픈런 공연에 대한 수요가 줄기 시작했어요. 문제는 공연 첫 경험을 극장에 와서 하는 게 아니라, 학교 강당에서 한다는 거죠. 공연을 관람하는 행위가 단지 공연만 보는 게 아니라 극장의 전체적인 분위기를 느끼는 것인데, 그게 이뤄지지 않는 거죠.”

이런 상황을 타개할 해법은 무엇일까. 제작사 대표들의 공통된 의견은 먼저 수준 높은 콘텐츠를 개발해야 한다는 것이다. 현재 공연 중인 오픈런 작품들의 유효기간이 거의 끝났다는 것이다. “지금 공연 중인 오픈런 공연 중에 10년 전, 20년 전에 제작된 것들이 많은데, 시대의 변화를 읽어내지 못하고 10년 전 배경이나 감각의 작품들은 살아남기 어렵죠. 그리고 기존 관객들이 서사를 중심으로 공연을 봤다면, 이제는 배우나 볼거리 위주로 공연을 선택하는 관객들이 많아졌는데, 지금 오픈런 공연 중에 볼거리가 부족한 공연이 많죠.”

어떤 제작사 대표는 이렇게 말한다. “대체재가 많아졌어요. 이제 손쉽게 핸드폰으로 OTT를 볼 수 있는 데다가, OTT는 보기 편할 뿐만 아니라 수준도 높아요. 관객의 수준이 그만큼 높아졌어요. 그런 관객을 극장에 오게 만들기 위해서는 OTT와 다른 경험을 선사해줘야죠. 그냥 재미있는 이야기만 전달하는 것으로 한계가 있어요.”

또 다른 제작사 대표는 이렇게 말한다. “대학로를 브로드웨이라고 해서 자만에 빠졌던 것 같아요. 그래서 안주한 거죠. 가만히 있어도 관객이 오니까. 하지만 인구절벽 시대에 적극적으로 관객을 찾아야죠. 해외 관광객이 와서 볼 만큼, 수준 있는 콘텐츠를 만들어야 해요.”



정책적으로 바라는 점도 있다. 대학로라는 브랜드에 변화를 줄 필요가 있다는 것이다. “오픈런 공연 관객 중에는 미리 예매하고 보는 분들보다 현장에서 구매하시는 분들이 많은데, 요즘은 대학로에 사람이 없어요. 유동인구 자체가 많이 줄었어요. 대학로가 오고 싶은 거리가 되어야 해요.”

또한, 지원제도를 더 면밀하게 설계할 것을 주문하기도 한다. 먼저 사례에서 제작사 대표는 “공적 지원금이 공연단체보다 운수회사의 주머니를 두둑하게 만드는 수단이 되어서는 안 된다”라고 강조했다. 또한, “공연계 생태계 전체를 건강하게 만드는 방식으로 작동될 수 있도록, 몇몇 소수 기획사나 유통사들이 독점할 수 없는 구조를 만들어야 한다”라고 주문했다.

오픈런 공연에 대해서는 오래전부터 ‘순수하지 못한 목적의 상업연극’이라는 편견이 대표적이다. 예술 활동 목적보다는 상업적 행위로서 끊임없이 재생산되고 있다는 시각이 지배적이다. 그러나 오픈런 공연이 관객을 유입시키는 마중물 역할을 했고, 지금도 그 역할을 하고 있다는 사실을 간과해서는 안 될 듯하다. 무엇보다 예술이란 다양한 관점을 전제로 한다. 공연이라는 생태계 전체 내에서는 어느 한 종도 중요하지 않은 종이 없다. 생태계의 건강을 위해서도, 오픈런 공연 제작사의 목소리에 귀를 기울일 필요가 있다.

필자 소개

김 일 송

공연칼럼니스트

공연 전문 월간지 '신편레이벌'의 편집장을 역임했고, 지금은 예술경영지원센터에서 운영하는 국제교류 정보 포털 '더아프로' 편집장을 맡고 있다. 공연 전문 출판사인 책공장 이안재를 운영하고 있다.