

공연 홍보물의 가치와 환경

글_김준영(런던통신원, 런던 ILOVESTAGE Ltd. 프로듀서 junyoung.kim@ilovestage.com)

꼭 알아야 할 정보와 함께 관객의观극 경험을 풍부하게 만들어주는 역할로 공연 외적인 요소는 단연 프로그램북일 텐데, 영국에서 가장 유용한 공연 프로그램으로는 아마도 국립극장(NT)이나 글로브(The Globe Theatre), 또는 왕립 셰익스피어 극단(RSC) 정도가 아닌가 생각한다. 경우에 따라 디자인까지 예뻐서 몇 년이 지난 지금까지 도대체 버릴 수가 없는, 그래서 해가 지나도 찰나의 라이브 경험의 기억을 다시 한 번 되살려주는 고마운 존재다. 하지만 런던 웨스트엔드 극장에서 제작되는 것은 내용면에서 저질을 자랑하면서 그렇지않아도 비싼 표 값에 바가지까지 선사해 개선될 여지가 보이지 않는다. 진정 전통적인 프로그램은 이제 생명을 다 한 것일까? 다 했다고는 할 수 없겠으나 점점 그 가치를 잃어가는 것만은 사실인 것 같다. 공연 제작사나 극장 측도 점점 자신들의 웹사이트를 통해 잠재 관객들과 이미 공연을 본 관객들에게 꼭 필요한 정보를 적극적으로 노출시키고 있기 때문인데, 우리가 마찬가지로 웹으로 티켓을 파는 것만큼 필수 정보를 그곳에 공개하는 것도 너무나 중요한 업무가 되어버렸기 때문이다. 이제는 인터넷이 플라이어(Flyer) 기능을 대체하기 시작하면서 “나무를 살리자(Save Trees) 운동”이 어느 때보다 필요해지고 있다. 그래서 정보도 없이 광고들로만 가득 찬 웨스트엔드의 극장가 프로그램들은 도무지 누가 기획하는 것인지 불만이 고조되고 있다. 더 이상 기념도 되지 않고 왜 구매를 해야 했는지 관객들도 이해할 수 없는 프로그램들. 그래서 최근 들어 대부분이 함께 인쇄되어 적절한 가격으로 판매되는 프로그램이 등장한 것은 환영할 만한 발전이 아닐 수 없다. 한때는 공연장에서 무조건 구매해야만 하는 것으로 인식된 것. 이 정도의 자기 반성도 없다면 아마도 관객들로부터의 외면으로 곧 사라지게 될지도 모르겠다.

장소를 조금 바꾸어 여름 공연축제의 성지 에든버러를 가보자. 이곳에선 잘 디자인된 공연 홍보물 한 장(A5)이 그 자체로서 하나의 창조



환경을 생각하는 올해의 프린지

적 표현이 된다. 그리고 사람들을 자석처럼 극장으로 끌어당긴다. 하지만 상당히 많은 비용과 시간을 통해 기획되고 만들어진 공연 홍보물들이 잠재적인 관객들에게 전달되자마자 곧바로 쓰레기통으로 버려지는 것을 목격하는 것은 배우를 포함한 제작에 참가한 모두에게 매우 불편한 또는 불공평한 진실이 되고있다. 왜냐하면 사람들이 예술가들의 진심을 몰라주는 것에 속상한 것이 아니라, 비교적 규모가 작은 극단들의 홍보 방식이란 그저 지나가는 사람들에게 홍보물을 전달하는 것 외에 별다른 방법이 없기 때문이다. 또한 아주 작은 움직임도 비용과 직결된 이들에게 도시 전체를 가로지르며 설치할 수 있는 거리광고판(Billboards)의 활용이란 쉽게 선택할 수 있는 게 아니다. 하지만 이런 상황에서도 축제를 조직하는 위원회(Fringe Society)에선 쓰레기를 줄이기 위해 각 예술단체에 재활용 종이를 이용하는 것과 전단지의 양을 줄여달라는 가이드라인을 제공하고 있다. 실제로 약 3,500여 개의 단체가 적게는 5,000장에서 20,000장을 거리에 뿌려대고 있으니 조직위가 나서지 않을 수 없겠다. 효율이나 환경을 생각한다면 지나가는 아무나에게 홍보물을 마구 날리기보다는 잠재 관



객들과의 대화를 통해 정말 관심을 보이는 사람들에게만 전달하는 것이 당연할텐데, 현장에선 이렇게까지 에너지를 쏟아줄 마케팅 전문 인력이 없으니 제공되는 가이드라인은 공허한 말잔치에 다름 아니다.

에든버러 축제에서의 공연 홍보물 대처법

- 그냥 무시한다.(무례하게...)
- 정장을 입고 마치 에든버러에 비즈니스 출장을 온듯 행동한다.
- 미소로 받아준 다음 바로 휴지통에 넣는다.
- 핸드폰을 귀에 납작하게 붙여 통화하는 체 한다.
- 놀랍게도 똑같은 A5 사이즈이기 때문에 계속 받아서 잘 간추린 다음 한 손 가득 들고 다녀 마치 홍보물 나눠주는 사람으로 오인하기 쉽게 만든다.

- 《인디펜던트(Independent)》 8월 21일 기사

공연 홍보물은 공연 시간과 극장 이름 등등 관객들이 필수적으로 기억해야 할 중요 정보를 담고 있다. 하지만 사람들은 홍보물을 예전처럼 지니고 다니기보다 필요한 부분을 이젠 누구나 갖고 있는 핸드폰 카메라로 찍어 보관할 뿐이다. 돌아보면 고생하며 일일이 찾아와 전달하는 홍보물을 관심도 없으면서, 또는 공연을 볼 생각도 없으면서 단호하게 거절하지 못하고 단지 미안한 마음에 받게 되는 전단지도 수없이 많다. 이렇게 해서 축제기간 250만 관객들이 버리는 홍보물들로 도시의 환경은 피할 수 없이 고통받는다.

올 축제의 핵심가치는 환경이었다. 다소 낯선 빛바랜 포장의 공식 프로그램북은 속지와 함께 친환경의 화장기 없는 축제의 얼굴로 상징되었다. 예술가들이 스스로 나서 매일 아침 프린지의



우리 공연 전단지가 보이는 휴지통 속



공연 포스터들

환경을 생각하는 캠페인(#SustainableFringecampaign)을 프레장스(Pleasance Dome)극장에서 시작했다. 요즘 한국에서도 일상이 되고 있는 플라스틱 사용을 줄이는 것은 기본이고 버려진 전단지를 재활용하는 것, 그리고 마지막까지 공연에 사용된 장치, 소도구, 의상 등은 8월 26일부터 28일까지 열리는 프린지숍(Fringe Swap)을 통해 재활용하는 것을 모색하게 되었다.

축제가 무르익어 가면서 방문하는 관광객들도 점점 증가하는 추세였고, 규모가 통제할 수 없이 커져가면서 이제는 축제 그 자체보다 쓰레기 더미에 가라앉는 도시의 이미지를 벗어나기 위해 발버둥치고 있는 듯하다. 그리하여 축제를 마감하고 11월 7일 'The Green Arts Conference' 를 준비하는 에든버러는 새로운 100년을 바라보고 있다.

사진 필자 제공