

기획



서울 장충동 남산공원에 위치한 국립극장 해오름 극장 전경.



국립극장의 간판프로그램인 '정오의 음악회'



/서울=김진수기자 jeans@kwangju.co.kr 국립극장의 국가브랜드 공연인 가무악극 '화선, 김홍도'

(사진=국립극장)

임연철 국립극장장

“亞문화전당, 광주만의 색입혀 세계적 공연 브랜드로 키워야”

“공연은 경험소비재입니다. 과거에 공연을 관람한 사람이 그렇지 않은 사람에 비해 문화소비를 하는 경우가 많기 때문입니다. 우리의 ‘목표’는 어릴 때부터 전통예술이나 국악을 접할 수 있는 기회를 제공하는 것입니다.”

지난 2009년 1월부터 국립극장을 이끌고 있는 임연철(62) 극장장은 “국악 마니아”를 길러내는 게 ‘최고의 미션’이라며 문화예술교육의 중요성을 강조했다.



전통예술 세계화 앞장... 공연계 '국가대표'

아트센터, 도시의 브랜드가 된다

소문난 공연장을 찾아서 -국내편 (2) 국립극장

60년 전통 공연예술 산실...4개 공연장 2690석 갖춰 맞춤형 공연제작 등 문화애호가 육성 프로그램 다채

지난 8일 오후 서울 장충동 국립극장(극장장 임연철)은 장맛비가 내리는 곳은 날씨에도 관객들이 발걸음이 이어졌다. 이날 오후 8시 해오름극장에서 첫선을 보이는 가무악극 '화선, 김홍도'(8~16일)를 보려는 국악 마니아들이다.

하지만 무엇보다 '화선, 김홍도'가 시선을 끈 건 국가브랜드 공연이라는 점이다. 말 그대로 한국적 노래와 춤, 음악, 연극이 어우러진 대한민국 문화상품으로 띄우기 위해 지난 2008년부터 추진해온 국립극장의 글로벌 프로젝트이기 때문이다.

선 '세월의 향기'가 묻어났다. 간헐적으로 리모델링을 통해 재단장하기도 했지만 고품스런 외관은 여느 아트센터나 공연장에선 찾아보기 힘든 독특한 아우라를 뽐낸다. 국립극장은 대극장인 해오름극장과 소극장인 달오름극장, 공연 성격에 따라 무대 바깥은 별오름극장, 원형 야외무대인 하늘극장 등으로 이루어졌다.

통예술 최고경영자 과정', '어린이 예술학교' 등을 운영하고 있다. 이 가운데 지난 2009년부터 신설된 청소년 교육 체험 프로그램 '국립극장 고고고-보고, 듣고, 즐기고'는 최고의 히트상품. 교과서에 실린 회화와 전통국악을 학년별 맞춤형 공연으로 제작해 국악에 대한 이해를 높이는 것으로 4만7천여 명의 청소년들이 국립극장을 다녀갔다.

Advertisement for Shinyang Park Hotel featuring a bride and groom, with text: 아름다운 결혼의 시작 신양파크 호텔과 함께. Cool Wedding Event. Special Rate. Includes phone number: Tel. 062)228-4711~2 / 062)221-4101~3

Advertisement for various local businesses including medical clinics, restaurants, and service centers. Includes categories like '개업·성업', '매산건축철거전문', '학동회수산시장', etc.