



지난 1988년 개관한 예술의 전당은 오페라하우스, 음악당, 한가람 미술관 등을 거느린 국내 최고의 복합문화예술공간이다. 서울=최한배기자 choi@kwangju.co.kr



오페라하우스 로비에서 관객들이 휴식을 취하고 있는 모습.

김장실 예술의 전당 사장

광주문화회관 콘텐츠 보장 시급

지자체 단체장 지원 뒤따라야

“수준높은 서비스, ‘명품공연기획’, ‘패적인 시설’이 예술의 전당 3대 모토입니다. 우리의 궁극적인 목표는 아시아 태평양 시대에 걸맞는 문화의 중심축으로서 ‘클래식 한류’의 전진기지로 거듭나는 것입니다.”

예술의 전당은 지난 2000년 특별법인으로 변신하면서 제2의 도약을 맞고 있다. 지난해 관람객 190만 명 돌파를 시작으로 편의시설인 비타민 스테이션·전용 음악홀인 IBK컴퍼니·키즈라운지(탁아시설)건립, 일본 신국립극장·중국 국가대극원과 MOU 체결 등 국내 공연계에 술한 화제를 뿌렸다.

이 같은 성공신화의 중심에는 지난 2009년 12월 예술의 전당 제12대 수장으로 취임한 김장실



(56)사장이 있다. 김 사장은 취임과 동시에 ‘서비스 정신’을 제1 덕목으로 내걸고 관객과의 소통에 주력했다. 전세계 백화점과의 MOU를 체결해 전 직원에게 친절교육을 실시한 데 이어 IBK로부터 45억을 유치해 음악인들의 오랜 숙원인 챔버홀(700석)건립을 성사시켰다. 관객을 최우선으로 여기는 그의 리더십 덕분에 예술의 전당은 기획재정부가 주관하는 공기업 고객만족도에서 지난 3년간(2007-2009년) ‘미흡’에서 지난해 최고점수인 ‘우수’를 받는 쾌거를 이뤘다.

현재 한국문화예술회관 연합회장을 겸임하고 있는 김 사장은 “광주문화회관이 복합문화공간으로 제 역할을 하기 위해서는 콘텐츠 보장, 전문인력 확보, 예술교육강화 등이 뒤따라야 한다”면서 “문화와 예술이 시민들의 삶을 풍요롭게 하는 만큼 문화복지 차원에서 문화회관을 활성화 시키는 지자체 단체장의 마인드가 중요하다”고 강조했다. 김 사장은 영남대 행정학과 출신으로 23회 행정고시, 문화관광부 예술국장, 국무조정실 교육문화 심의관, 문화체육관광부 제1차관 등을 역임했다.

/서울=박진현 문화전문기자 jhpark@kwangju.co.kr

※ 이 기사는 지역신문발전위원회의 지원으로 작성됐습니다.

年 방문객 190만...시민 일상 바꾼 '문화휴식 전당'

아트센터, 도시의 브랜드가 되다  
소문난 공연장을 찾아서 -국내편  
(3) 예술의 전당

맞춤형 공연...뉴욕 링컨센터 이어 관람규모 세계 두번째  
年 1천여개 프로그램·가동률 95%...국민 복합문화 공간

매월 셋째주 토요일 오전 11시 서울 서초동 예술의 전당(사장 김장실) 콘서트홀에서는 매우 특별한 음악회가 열린다. 평일 저녁 공연을 관람하기 힘든 직장인들을 위해 마련한 '토요콘서트'가 그것이다. 지난해 10월부터 직장인들의 '문화수요'를 겨냥한 이 콘서트는 첫 공연부터 전석매진(2500석)을 기록하며 예술의 전당 간판 프로그램으로 자리잡았다.

사실 토요콘서트는 지난 2004년부터 진행해오고 있는 '11시 콘서트'(매월 셋째주 목요일 오전 11시)의 '토요버전'이다. 하루 일과 중 가장 여유가 있는 주부들의 오전 시간을 '공략'한 11시 콘서트는 '낮에 관객이 모일까'라는 우려를 말끔히 날려버렸다.

하지만 토요콘서트가 성공할 수 있었던 가장 큰 원동력은 '기획의 힘'이다. 예술의 전당은 주5일제 근무 확대로 주말시간이 많아진 직장인들의 여가 패턴에 눈을 돌렸다. 직장인들에게 평일 저녁 공연관람은 '그림의 떡'이나 마찬가지였기 때문이다. 토요콘서트는 여행을 떠나기에는 일정이 빠듯하고 10만원 대의 고가(高價)음악회는 부담스러운 셀러리맨들의 '놀토'를 공략한 '맞춤 상품'이다. 1~2만원대의 '착한 가격'으로 명품공연을 감상할 수 있다는 게 토요콘서트

의 가장 큰 매력이다. 여기에는 토요콘서트를 이끌어 오고 있는 지휘자 김대진 교수(피아니스트·한국예술종합학교)의 공을 빼놓을 수 없다. 음악 해설자와 연주자가 분리돼 있는 여느 음악회와 달리 토요콘서트는 지휘자가 직접 음악 해설을 맡는다는 점에서 차별성을 갖는다. 토요콘서트가 끝난 후에도 관객들은 예술의 전당을 떠나지 않고 저녁 늦게까지 한가람 미술관 등의 전시를 관람하며 여유로운 시간을 보낸다. 토요콘서트가 서울시민들의 라이프스타일을 바꾸어놓은 것이다.

예술의 전당은 바로 '아트센터 파워'를 느낄 수 있는 문화현장이다. 지난 1988년 문화부 산하 비영리 재단으로 문을 연 예술의 전당(총 부지 7만597평, 건축 연면적 3만6522평 규모)은 개관 20여년 만에 '한국의 링컨예술센터'로 성장했다. 오페라하우스, 한가람미술관, 국립예술자료원 등의 옥내 공간과 장터, 놀이마당, 한국정원 등을 갖춘 말 그대로 복합문화예술공간이다. 지난 2000년 특별법인(정부지원 30%, 자체수익70%)으로 거듭난 이후 '새로운 시작, 신선한 감동'(Refresh! Seoul Arts Center)을 내걸며 도시와 시민의 일상을 업그레이드 하는 구심체로 자리

매김하고 있다. 상주단체로는 국립발레단, 국립오페라단, 국립합창단이 있으며 코리안 심포니오케스트라, 서울예술단, 국립예술자료원, 한국문화예술회관 연합회(회장 김장실)등의 단체가 입주해 있다.

예술의 전당은 '대한민국의 '남버 원 아트센터'다운 차별화된 콘텐츠를 자랑한다. 젊은 성악가들의 꿈의 무대로 자리잡은 '대학오페라 축제'를 비롯해 '명품연극 시리즈', '발레페스티벌' 등 일반 민간기획사들이 엄두내지 못하는 실험적인 기획들을 잇따라 내놓았다. 지난 한해 동안 190만 명이 예술의 전당을 다녀갔는데 이는 뉴욕 링컨센터의 232만5천명에 이어 세계에서 2번째 규모다.

올해 목표 관람객은 240만명. 7월 한달에만 콘서트홀, 리사이트홀(354석), 오페라극장(2300석), 토월극장(671석), 자유소극장(246석), 한가람미술관, 디자인미술관, 서예미술관, V갤러리에서 '예술의 전당 가족축제', '서울국제무용콩쿠르', '청소년을 위한 여름실내악', '고흐의 별밤과 화가들의 꿈' 등 100여 개의 프로그램이 운영중이다. 1년 가동률은 약 95%. 특히 지난 2000년 특별법인으로 전환한 이후 민간후원을 유치할 수 있게 되면서 기업은행(IBK), 신세계백화점, 한화 등 대기업들과의 파트너십을 통해 다양한 사업들을 전개하고 있다.

이와함께 교육사업 역시 역점분야다. 미술아카데미, 어린이 미술아카데미, 음악아카데미 영재 콘서트 등 실기 뿐 아니라 인문학적 커리큘럼을 보장, 매년 7400명의 문화예호가들을 양성하고 있다.

/서울=박진현 문화전문기자 jhpark@kwangju.co.kr



직장인들에게 인기가 높은 예술의 전당 '토요콘서트' <사진=예술의 전당 제공>

Advertisement for 'KJHR' (국제보청기) featuring a knight on a horse and contact information for Seoul, Suncheon, and Mokpo branches.

Advertisement for 'Shinyang Park Hotel' (신양파크 호텔) featuring a bride and wedding packages with prices.