

## 확장하는 보편, 타협하는 로컬리티

- 2016년 대형 창작뮤지컬의 귀환과 열망의 근원 -

최승연\*

### <차례>

1. 대형 창작뮤지컬의 귀환
2. 2007년의 창작뮤지컬: 문화가 빠진 문화산업
3. 프레임의 정착: 글로벌화와 한류라는 양대 산맥
4. 2016년의 창작뮤지컬: 확장하는 보편, 타협하는 로컬리티
  - 4.1. 보편과 서양, 문화제국주의
  - 4.2. 팬덤과 한류, 감성의 재생산
5. 나가며

### <국문초록>

2016년에 집단적으로 등장한 대형 창작뮤지컬들에는 일종의 기시감이 있다. 2007년에도 동일한 현상이 존재했기 때문이다. 이 논문은 어떻게, 왜, 대형 창작뮤지컬이 집단적으로 등장했는지 2007년 당시와 달라진 시장의 상황을 살피고 그 열망의 근원은 어디에 있는지 관찰한다는 목적을 갖는다.

대형 창작뮤지컬의 주류였던 <마타 하리>, <페스트>, <도리안 그레이>를 관통하는 것은 보편성을 가장 중요한 요건으로 내세워야 폭넓은 시장성을 담보하게 된다는 명확한 인식이었다. 이 인식은 수출용으로 제작될 경우 문화제국주의적인 이데올로기를 내면화할 정도로 강력하게 작동되었다. 여기에 로컬리티는 내수 시장의 팬덤을 자극하고 정서적 익숙함을 유발하는 방식으로 보편성과 타협했다. 고정된 뮤지컬 팬층이 아닌 출연배우와 콘텐츠 제공 가수의 팬덤을 뮤지컬 관객으로 흡수하려는 전략은 텍스트 재해석의 원천이 되었다. 결과적으로 이러한 방향성은 작품성을 약화시키는 원인이 되었고 시장의 취약한 사정을 전환시키는 데 성공하지 못했다. 이를 통해 볼 때, 2007년의 시도들은 그대로 사장된 것이 아니라 한국 뮤지컬 시장의 지향의 틀을 만든 원형으로 존재하고 있음을 알게 된다. 시장의 이중적 태도로 발전된 이 원형적 틀이 미래에 어떻게 유지되고 변형되는지 관찰하는 것은 한국 뮤지컬 시장의 풍경을 읽는 여전한 핵심 방법론이 될 수 있을 것이다.

주제어 : 대형 창작뮤지컬, 마타 하리, 페스트, 도리안 그레이, 로컬리티, 문화제국주의, 보편성

\* 청강문화산업대학교 뮤지컬스쿨 조교수

## 1. 대형 창작뮤지컬의 귀환

공연은 살아있는 유기체와 같다. 특히 뮤지컬은 작품, 관객, 그리고 제작사를 포함한 인프라 사이의 민감하고 복잡한 관계를 기반으로 하는 유기체라 할 수 있다. 뮤지컬은 이 관계망 안에서 스스로를 최적화시키며 변화한다. 최적화의 방향성을 찾지 못하면 시장 내에서 도태되고 결국 사라진다. 뮤지컬 연구가 변화의 매개 변수를 입체적으로 포괄해야 하는 이유는 여기에 있다. 개별 텍스트 논의 역시 마찬가지다. 텍스트 내부만을 다루는 연구는 작품 생산에 관여한 여러 변수들을 포괄하지 못하게 된다. 뮤지컬은 텍스트 외부와 내부가 긴밀히 연관된 장르이다. 문화는 이미 상품과 산업을 비판하는 장을 떠나 문화산업과 구분이 불가능한 것으로 인식되고 있다.<sup>1)</sup> 따라서 텍스트의 탄생과 변형에 관여하는 변수들에 대한 비난은 시대착오적이다. 동시대 문화산업의 큰 흐름을 차지하는 뮤지컬의 경우는 더더욱 그렇다.

이러한 관점 하에 이 논문은 2016년에 제작된 세 편의 대형 창작뮤지컬을 주목한다. 2016년에는 차례로 <마타하리><sup>2)</sup>, <페스트><sup>3)</sup>, <도리안 그레이><sup>4)</sup>라는 대형 창작뮤지컬 세 편이 공연되었다.<sup>5)</sup> 한국 뮤지컬 시장

- 1) 조효, 『포스트헤게모니 문화이론을 위한 ‘감정구조’와 ‘감정경제’의 비판적 분석』, 『영상예술연구』 제14호, 영상예술학회, 2009, 99면.
- 2) 뮤지컬 <마타하리>는 EMK의 첫 창작뮤지컬로서 아이반 멘첼 대본, 프랭크 와일드 혼 작곡, 잭 머피 작사, 제프 칼훈 연출/안무로 2016년 3월 29일부터 6월 12일까지 블루스퀘어 삼성전자홀에서 공연되었다. 초연 당시 약 125억 원의 제작비가 소요되었으며 <마타하리> 제작비에 관한 진실과 오해에 관하여 송명훈, 『취재후: 250억? 마타하리 제작비 ‘뺑뺑이(?)’ 유감』, 『KBS 뉴스 취재후』, 2016.3.16) 2017년 6월 세종문화회관 대극장에서 재연될 예정이다.
- 3) 뮤지컬 <페스트>는 서태지의 노래로 만든 주크박스 뮤지컬로서 (주)소프트라이프가 제작하였다. 알베르 카뮈의 소설을 원작으로 김은정과 노우진이 대본을(원안 안재승), 노우성이 연출을, 김성수가 음악감독/편곡을 맡았다. 2016년 07월 22일부터 09월 30일까지 IG아트센터에서 공연되었다. 제작기간 6년, 총 제작비 40억이 소요되었다.
- 4) 뮤지컬 <도리안 그레이>는 오스카 와일드의 동명소설을 각색한 작품으로서 씨제스컬처(프로듀서 백창주)가 제작하였다. 대본 조용신, 각본/가사/연출 이지나, 작곡 김문

은 ‘대형’ 창작뮤지컬이 공연되기 어려운 구조라는 오래된 전제 이외에도, 이 사실은 몇 가지 중요한 시사점을 갖는다.

첫째, 2016년의 이와 같은 상황은 사실 낯설지 않다. 한국 뮤지컬 시장이 가파르게 성장하던 2007년에도 <하루><sup>6)</sup>, <대장금><sup>7)</sup>, <댄싱 새도우><sup>8)</sup>, <해어화><sup>9)</sup> 등의 대형 창작뮤지컬이 제작, 공연된 바 있었다. 2016년의 세 작품처럼 2007년에도 네 작품 모두 화제성을 충분히 갖고 있었고 이슈를 만들며 공연되었다. 따라서 이를 감안하자면, 2016년의 상황은 일회적 사건이라기보다 약 10년의 시차를 두고 반복된 것이 된다. 집단적인 ‘귀환’인 셈이다.

정이라는 화려한 창작진을 자랑하였으며, 2016년 9월 3일부터 10월 29일까지 성남아트센터 오페라하우스에서 공연되었다. 씨제스 컬처가 정확히 밝히지 않았지만 제작비는 약 60억~70억 원 정도로 추정된다.(장지영, 『김준수를 위한, 김준수 팬들을 위한 뮤지컬』, 『국민일보』, 2016.9.7.)

- 5) 2016년 연초의 라인업에서는 <도리안 그레이> 대신 CJ E&M의 <웃는 남자>가 대형 창작뮤지컬로 예정되어 있었다(2016년 6월, 예술의전당 CJ토월극장). 그러나 어느 순간 제작이 무산되었으며 이 자리를 씨제스 컬처의 <도리안 그레이>가 채웠다. <웃는 남자>는 EMK의 2018년 대형 창작뮤지컬 라인업에 들어 있다.
- 6) 뮤지컬 <하루>는 엠뮤지컬컴퍼니(현재 엠뮤지컬아트) 제작, 오은희 대본, 김장섭 연출, 장소영·황규동 작곡/음악감독으로 공연된 작품으로서 2007년 1월 6일에서 2월 4일까지 유니버설 아트센터 무대에 올라갔다. 당시 제작사는 ‘초대형 판타지멜로’라는 수사를 마케팅에 적극 활용했다.
- 7) 뮤지컬 <대장금>은 PMC가 MBC와 함께 제작한 작품으로서 이후에 제작된 <고궁뮤지컬 대장금>(2008)과는 다르다. 작품은 소설과 TV드라마로 선행했던 <대장금>을 원작으로 하여 오은희 대본, 한진섭 연출, 조성우 작곡/편곡으로 재탄생되었다. 2007년 5월 26일에서 6월 17일까지 예술의전당 오페라극장에서 초연되었으며 재공연은 2007년 8월 25일에서 9월 9일까지 세종문화회관 대극장에서 공연되었다. 제작비 60억 원이 투입되었다.
- 8) 뮤지컬 <댄싱 새도우>는 차범석의 <산불>을 원작으로, 아리엘 도르프만 대본, 폴 게링턴 연출, 에릭 울프슨 작곡이라는 창작진과 신시뮤지컬컴퍼니(현재 신시컴퍼니)에 의해 탄생되었다. 2007년 7월 8일에서 8월 30일까지 예술의전당 오페라극장에서 공연되었다. 신시컴퍼니 박명성 대표에 의하면 기획부터 공연까지 7년이 걸렸으며 제작비 45억 원이 투입되었다.(박명성, 『뮤지컬 드림』, 북하우스, 2009, 221면.)
- 9) 뮤지컬 <해어화>는 배우 허준호가 2004년 아버지의 이름을 딴 장강엔터테인먼트를 설립하고 제작한 소위 ‘퓨전 사극뮤지컬’이었다. 김성희 대본, 김영환 연출, 하광훈 작곡/작사, 최무열 음악감독이 가세하여 2007년 8월 3일에서 10월 7일까지 한전아트센터에서 공연되었다. 제작비 35억 원이 투입되었다.

둘째, 그렇다면 여기서 질문이 시작된다. 먼저 ‘어떻게’ 이러한 상황이 벌어질 수 있었을까 하는 점이다. 설사 2016년의 세 작품이 ‘우연히’ 동시대에 공연된 것이라고 해도 이를 단순히 우연한 사건으로만 치부할 수는 없다. 전술한 바와 같이 뮤지컬 제작은 시장의 상황 및 향후 전망, 그리고 인프라 구축의 문제와 깊이 관련된 사업이기 때문이다. 따라서 이 연구는 대형 창작뮤지컬의 집단적 귀환을 가능하게 만든 2016년 시장의 상황을 2007년 당시와 비교함으로써 먼저 이를 규명하고자 한다.

셋째, 위의 작업은 ‘왜’ 이러한 현상이 나타났는지를 질문하는 행위와 또한 관련된다. 지난 10년간의 역사적 고찰을 통해 집단적 귀환의 외적인 요인을 밝혔다면 작품 내부를 분석하여 동시대 주류 작품들의 공통된 열망을 조명하도록 한다. 이 작업은 2016년 한국 뮤지컬 시장의 지향을 이야기하는 방법이 될 수 있으며, 향후의 시장을 견인할 몇 가지 징후를 읽는 방법 또한 될 수 있다.

넷째, 2007년의 작품들은 모두 초연으로 생명력을 다 했다는 공통점을 보였다. 2015년 12월에 도쿄 메이지좌에서 짧게 공연된 <하루>를 제외하고<sup>10)</sup>, 모두 국내 뮤지컬 시장의 레퍼토리로 발전되지 못했다. 물론 <대장금>은 초연의 약점을 보완한 <고궁 뮤지컬 대장금>(2008년)으로 탈바꿈되어 부활했지만 이미 초연 당시의 기대감과 긴장감은 사라진 상황이었으며, 이후 서울문화재단의 서울관광상품 개발이라는 프로젝트성 공연으로 수명을 다 하고 말았다.<sup>11)</sup> 앞서 언급한 2015년의 <하루> 역시도 크리스마스 시즌에 아이돌을 대거 투입시킨 일본의 팬서비스 공연으로서 단발의 이벤트적 성격이 강했다.<sup>12)</sup> 이는 2016년 대형 작품들의 운명과 큰 차이가 없어 보인다. 제작사 EMK의 전략적 개발의지가 강력하게 작동되

10) 2015년 뮤지컬 <하루>는 12월 13일에서 25일까지 일본에서 총 24회 공연을 마쳤다.

11) 고궁뮤지컬로의 변화에 대하여, 소홍삼, 『무대의 탄생: 기획이 곧 예술이다』, 미래의창, 2013, 295~306면 참조.

12) 당시 공연에 S501 허영생, 김형준을 비롯하여 수퍼주니어 강인, 초신성 성모, 윤학, 블랙비 유권 등이 대거 캐스팅되었다.

고 있는 <마타하리>를 제외하고 <페스트>와 <도리안 그레이>의 레퍼토리화는 다소 쉽지 않아 보인다. 왜 이러한 현상이 반복된 것일까? 한 시기에 집중된 창작뮤지컬들은 언제나 이러한 위험부담을 안고 탄생하게 되는 것일까? 한국 주류 뮤지컬 시장의 열망의 근원을 밝히는 이와 같은 질문들은 앞의 논의들에 적절하게 스며들어갈 것이다.

그동안 한국 뮤지컬 시장에 대한 진단은 뮤지컬 연구의 주요 테마로 지속되어 왔다. 대부분의 논의는 동시대 뮤지컬 시장의 현황을 파악하고 향후 발전방안을 모색하는 것에 집중되어 있으며<sup>13)</sup>, 특히 향후 발전방안과 관련된 논의는 해외 시장(특히 중국) 개척의 가능성과 요건을 분석하는 방향으로 흐름이 이어지고 있다.<sup>14)</sup> 간혹 지역 뮤지컬의 가치를 평가하고 가능성을 제고하는 논의가 눈에 띄는데<sup>15)</sup>, 이에 따라 지역에 산포되어 있는 뮤지컬을 산업의 틀 안에서 논구할 수 있는 가능성이 발견되고 있

13) 원종원, 「뮤지컬 산업의 시장속성에 관한 시론적 연구」, 『공연문화연구』 Vol.11, 2005; 원종원, 「한국 뮤지컬산업의 시장 특성에 관한 고찰」, 『서비스마케팅저널』 Vol.3 No.1, 2010; 유인경, 「한국 뮤지컬 산업의 성장 동력과 그 문제점-현대예술극장, 롯데월드 예술극장, 삼성영상사업단 등 대기업 진출 사례를 중심으로」, 『공연문화연구』 Vol.21, 2010; 조남규, 「한국 공연예술시장의 현황과 전망」, 『무용역사기록학』 Vol.18, 2010; 이정화·정기은, 「국내 뮤지컬 산업의 발전현황과 변화」, 『문화산업연구』 Vol.13 No.4, 2013; 지성욱·이세진·조인희, 「한국 뮤지컬 시장 발전을 위한 연구」, 『한국엔터테인먼트산업학회 학술대회 논문집』, 2014; 이준표, 「중형 창작뮤지컬 산업 개발의 필요성에 관한 연구」, 『문화산업연구』 Vol.15 No.2, 2015; 홍승희·정재왕, 「한국 뮤지컬의 시장현황과 발전방안 연구」, 『미디어와 공연예술연구』 Vol.10 No.2, 2015; 최원근·임병진, 「우리나라 뮤지컬의 산업화 역사와 발전방안에 관한 고찰」, 『經營史學』 Vol.75, 2015.

14) 이의신, 「한국 뮤지컬의 중국 진출 현황과 경쟁력 제고 방안」, 『음악융합연구』 Vol.7, 2014; 김병석, 「한국 창작뮤지컬의 중국시장 진출방안 연구 : 뮤지컬 공길전, 로스트가든, 광화문 연가2, 김종욱 찾기 사례분석을 중심으로」, 중앙대 예술대학원 석사논문, 2015; 김수영, 「한국 뮤지컬의 아시아 진출 활성화 방안에 관한 연구」, 『영상문화콘텐츠연구』 Vol.9, 2015; 김상욱, 「한국 창작 뮤지컬의 해외진출 지원방안 연구」, 『문화산업연구』 Vol.16 No.1, 2016; 임지현, 「한·중 뮤지컬의 교류현황과 활성화 방안」, 안동대학교 석사논문, 2016.

15) 임상오·신철오, 「지역 뮤지컬의 비시장적 가치 평가」, 『문화경제연구』 Vol.16 No.1, 2013; 한지수, 「대구국제뮤지컬축제(DIME) 진단: 프로그램 선정을 중심으로」, 『음악학』 Vol.27, 2014.

다. 이 논문은 이러한 선행 연구의 성과 위에 존재하지만 동시에 텍스트 내부와 외부를 긴밀하게 연관시키는 방법론을 취함으로써 일종의 시론적 성격의 글로 선회할 것이다.

## 2. 2007년의 창작뮤지컬: 문화가 빠진 문화산업

2007년부터 2016년까지 뮤지컬 시장은 궁극적으로 ‘시장의 확장’을 향해 움직여 왔다고 할 수 있다. 다만 2007년은 국내 뮤지컬 시장의 조건이 정점에 올라 있던 시기였고 2016년의 시장은 스스로 확장을 모색하지 않으면 안 되는 절체절명의 상황에 놓여 있다는 점에서 다르다. 삼성영상사업단이 IMF 이후 뮤지컬 시장에서 철수하자 창투사와 자산운용사가 운용하는 금융자본이 뮤지컬 시장에 유입되기 시작했다. 코스닥의 장기침체와 벤처열풍이 식어가자 마땅한 투자처를 찾지 못했던 금융자본이 문화산업으로 들어왔던 것이다. 특히 영화 제작 투자를 위해 마련되었던 펀드의 일부가 2000년대 초반부터 뮤지컬 시장으로 유입되면서, 이후 뮤지컬 시장은 전례 없는 특수를 누리게 되었다.<sup>16)</sup> 2007년은 이 특수를 최고조로 누리던 시기였다. 서울에서 공연된 작품 편수가 2004년 70여 편에서 2005년 110편, 2006년 115편, 그리고 2007년에는 160편으로 드라마틱한 변화를 보였던 것은 다양한 공연펀드가 조성되면서 금융자본이 시장 안으로 대거 유입된 결과였다.

2007년 대형 창작뮤지컬들은 바로 이러한 특수한 환경의 산물이었다. 2001~2002년에 공연되었던 <오페라의 유령> 이후 뮤지컬 시장은 비로소 산업화 시대를 맞이했지만, 하드웨어와 소프트웨어를 망라하는 인프라가 구축되기도 전에 자본의 쏠림 현상이 먼저 시작되었던 것이다. 전시대부

16) 정세원, 「뮤지컬 시장에 유입된 금융자본의 오늘」, 『더뮤지컬』 2009년 6월호.

터 이어지던 라이선스 뮤지컬이 제작사들 사이의 경합을 자극하며 대규모로 기획되고, 대형 창작뮤지컬이 정교한 준비 기간을 거치지 않고 대극장 무대를 먼저 선점하기 위해 각축을 벌였던 것은 이러한 기형적인 시장의 구조를 반영한 당대의 자화상이었다. 2007년 뮤지컬 시장은 창작물이 총 115편(72%)으로 해외작 28%에 비해서 수적인 우세를 차지하고 있었으나 400석 미만의 소극장 공연이 69%로 절대 다수였으며, 이에 반해 해외작은 대극장 공연이 40%를 차지하여 ‘소극장 위주의 창작뮤지컬과 대극장 위주의 해외작’으로 양극화되어 있었다.<sup>17)</sup> 따라서 당시 대형 창작 뮤지컬은 적어도 유명 해외작품에 표나게 밀리지 않기 위해 제작 단계에서부터 초점화되어야 했는데 이를 위해 끌어들이는 것이 스타마케팅과 한류담론이었다.

뮤지컬 <하루>는 스타마케팅을 적극적으로 활용한 작품이었다. 일반적으로 제작사는 티켓 오픈 시에 작품의 간략한 내러티브와 핵심 뮤지컬 넘버를 포함한 캐스팅 정보, 배우들의 이미지를 공개하여 배우의 고정 팬들 외에 잠재적 관객을 흡수하려는 전략을 구사하지만, 제작사 엠뮤지컬컴퍼니는 티켓 오픈 당시 캐스팅 정보와 작품의 화두“어느 날 갑자기 당신의 일상이 무너진다. 그 속에서 당신은 기도하게 될 것이다. 평범했던 그 하루 일상을 되돌려 달라고. 만약 그 하루가 돌아왔다면 당신은 어떤 하루를 보낼 것인가?”-외에 아무 것도 공개하지 않았다. <하루>에는 당시 뮤지컬 배우로서 어느 정도 티켓 파워를 갖추고 있던 오만석, 엄기준, 김소현, 김선경, 윤공주, 서범석 등이 한꺼번에 캐스팅 되어 있었다.<sup>18)</sup> 엠뮤지컬컴퍼니는 표면적으로 배우들의 유명세에 기댄 신비주의 전략을

사용한 듯 했으나, 실제로는 티켓 오픈 당시 작품의 개요를 공개할 수 없는 입장이었던 것으로 보인다. 캐스팅 명단만 보고 티켓을 구매했던 팬들이 첫날 공연 후 집단적으로 환불을 요청했던 사건은 이러한 추론을 뒷받침 한다.

공연 오픈 전 예매 1위를 기록했던 작품이 결국 실패로 끝난 것은 ‘판타지 멜로’라는 양식이 서로 정교하게 녹아들지 못한 데에서 이유를 찾을 수 있다. 멜로와 판타지 사이의 이음새가 매끈하지 않고 도드라져 있었기 때문이다. 뮤지컬 <하루>는 반복되는 일상에 지친 도시인들에게 일상의 소중함을 알려주고 깨닫게 한다는 목적의식을 갖고 있었다.<sup>19)</sup> 작품의 계몽성이 ‘뮤지컬’ 양식으로 전달되기 위해서 멜로는 드라마의 바탕이 되었고 판타지가 멜로에 투입하는 구조를 취했다. 꿈을 잃고 불안하고 불만족스럽게 살아가는 두 커플의 일상이 플루토라는 초월적 존재에 의해 조종되고 결국 각각의 커플 중 하나가 죽는 결말로 비극성이 강조되는 방식은, 일상의 가치는 그것이 파괴된 극단적인 조건에서만 인식이 가능하다는 작가 오은희의 인식론을 반영한다.<sup>20)</sup> 판타지는 이러한 주제의

17) 『<2007 문화> ⑩뮤지컬: ‘팽창’, 『연합뉴스』 2007.12.16.

18) 이 당시는 조승우가 <지킬앤하이드>에 출연하며 티켓파워를 갖춘 배우로 성장하던 시기였으나 배우들간의 본격적인 티켓파워 경쟁은 2010년 김준수의 등장부터였다고 할 수 있다. 조승우의 출연료가 언론에 공개되면서 논란을 잠재우기 위해 김준수의 출연료 역시 공개되었으며(최민우, 『뮤지컬 사회학』, 이콘, 2014, 288~294면 참조) 이를 계기로 남자 뮤지컬 배우들의 출연료 역시 동반 상승하게 되었다.

19) 뮤지컬 <하루>의 내러티브는 다음과 같다. 강영원은 경제적인 이유로 비행기 조종사의 꿈을 포기하고 우체국 직원으로 일하는 평범한 직장인이다. 현실에서 아무런 재미를 찾을 수 없는 강영원은 동거하고 있는 애인 민연두에게도 점점 흥미를 잃어 간다. 방송작가를 꿈꾸는 민연두는 대책 없이 발랄하고 낙천적이지만, 자신에게서 멀어지는 강영원을 보며 불안을 느낀다. 한편, 한민호는 점차 눈이 멀어가는 아내 정은우의 병원비를 위해 시인의 꿈을 접고 방송작가로 살아가는 인물이다. 그는 시청률 지상주의를 외치는 방송국의 혐오스러운 질서와 문학적 이상 사이에서 갈등하며 이는 정은우를 점차 부담스러워하는 자신의 내면으로 집중된다. 그러는 동안 민연두와 정은우는 우연히 동승한 지하철 안에서 사고로 죽는다. 불안해하던 강영원과 한민호에게 플루토가 나타나 사고를 당하기 직전으로 시간을 돌려놓을 테니 대신 영혼을 달라고 말한다. 둘은 순박하고 ‘일상의 소중함’을 느끼며 사랑을 완성시키려 하지만 결국 민연두와 한민호가 죽는 결말로 끝난다.

20) 작품의 결말에서 남자 주인공 강영원과 한민호는 다음과 같이 노래한다. “(강영원) 이제야 알았어/ 반복된 일상이 하루하루 쌓여서 소중하던 걸/ (한민호) 그 전엔 몰랐어/ 주어진 하루가 이렇게 짧을지 예상치 못했어/ (강영원·한민호) 시간을 멈춰줘 시작도 못했어/ 소중한 일상을 되돌려줘.”(오은희 작, <뮤지컬 하루> 대본, 엠뮤지컬컴퍼니, 2007, 105~106면) 작품은 인물들의 이러한 자기 고백을 위해 개연성과 논리적

식을 계몽적으로 강조하기 위해 동원된 요소였다. 그러나 이로 인해 인물들의 ‘각성의 순간’이 다소 인위적으로 묘사되고, 각성의 계기를 만드는 플루토 역시 현실과 초현실 사이에서 애매하게 존재하는 인물이 되어 판타지는 별반 설득력을 갖지 못했다. 뮤지컬에서 활용 가능한 멜로의 외연을 넓히는 시도였을 수 있으나 사실상 실패작이었다.

결론적으로 뮤지컬 <하루>는 스타캐스팅을 내세워 다소 안이한 결과물을 보여준 작품이 되어 버렸다. 이러한 양상은 당시 시장의 급속한 성장이 전제되지 않았다면 불가능했다. 2007년은 앞서 이야기했듯 내수 시장이 폭발적인 성장을 거듭하고 있던 시기였다. 티켓 판매액 기준으로 2001년 200억 원에서 2007년 1700억 원으로 불어난 시장의 규모는 업계 중사자들의 기대심리를 증폭시킴과 동시에 대형 프로젝트 시도의 원인으로 작용했다.<sup>21)</sup> <하루> 이후 대형 창작뮤지컬은 한류담론으로 쏠렸고 이는 당시 분위기를 타고 당위성과 시장성이 높은 선택으로 인식되었다. <대장금>과 <해어화>는 한류 붐의 수혜작들이었다. 특히 <대장금>은 드라마가 기획될 때부터 MBC 편성국 내 TF 팀에서 모색했던 OSMU와 다양한 부가사업의 결과물이었다.<sup>22)</sup> 애초에 뮤지컬 <대장금>은 <겨울연가>를 이을 한류 뮤지컬의 주역으로 낙점된 상황이었다. 따라서 MBC와 뮤지컬을 공동제작했던 PMC는 드라마 <대장금>이 흥행에 성공했던 중국과 동남아시아, 그리고 당시 한국 뮤지컬 수출이 시작되던 일본으로 뮤지컬 역시 수출될 것이라 공연했다. 아시아지역 투어 공연까지 계획하고 있었다. 또한 PMC의 스테디 셀러작인 <난타>처럼 서울에 <대장금>

전용관을 짓고 장기 공연하여 외국인 관광객을 끌어들일겠다는 야심찬 목표도 내세웠다.<sup>23)</sup> 그러나 실제로는 초연에 실패하고 두 달 이후 이어졌던 재공연 역시 신통치 못한 성적을 거두자 초기의 계획과 목표는 일본 수출로 축소되었다. 심지어 당시 일본 공연은 뮤지컬이 아니라 대본, 의상 등의 디자인 라이선스를 판매한 연극이었다.

뮤지컬 <대장금>은 창작뮤지컬 대신 ‘한국 뮤지컬’이라는 대전제를 달고 있었다. 이는 한국을 대표하는 작품으로 스스로를 포지셔닝하고 “한국 드라마의 꽃이 세계 뮤지컬로 피어”<sup>24)</sup>한다는 한류의 환상을 표상하는 용어였다. 뮤지컬 <대장금>의 실패는 바로 이 환상에서 원인을 찾을 수 있다. 드라마 <대장금>으로 새롭고 강력한 한류 콘텐츠가 된 궁중 음식은 뮤지컬에서도 역시 효과적으로 사용되어야 했으며, 드라마 성공의 핵심이었던 장금이의 영웅성도 함께 유지되어야 했다. 뮤지컬 <대장금>이 장금이의 식재료와 요리법에 대한 지식을 모든 위기를 극복하는 원인으로 활용하고 이를 바탕으로 영웅으로 거듭나는 과정을 사건 중심으로 분주하게 재현했던 것은 이 때문이었다.<sup>25)</sup> 극적인 집중감보다 한류 콘텐츠의 비중을 높였지만 이마저도 ‘오나라’ 노래가 삭제와 추가의 과정을 거치며 일관성을 갖추지 못했다.<sup>26)</sup>

이렇듯 다소 허약한 극작술로 국내 시장부터 설득하지 못했던 상황은 뮤지컬 <해어화> 역시 마찬가지였다. 제작자 허준호는 <해어화>를 “처음부터 대학로나 한국 뮤지컬과 싸우려고 만든 작품이 아니다”, “해외로 나가려는 시도”<sup>27)</sup>였다고 포지셔닝했다. 당시 대중문화장에서 유력하게 떠

정합성을 상당부분 포기한다. 그리고 이는 곧 관객들에게 각인되기 바라는 작품의 메시지로 전환된다.

21) 당시 시장의 규모를 알려주는 지표들을 보자. 2006년 총 103개 제작사가 총 104편을 제작(기획)하였으며 총 공연건수는 132건이었으나, 2007년에는 총 149개 제작사가 총 207편을 제작(기획)하였으며 총 공연건수는 479건이었다. 전국적으로 작품수는 2배 이상으로, 공연건수는 3배 이상으로 늘어났다.(문화체육관광부 예술경영지원센터, 『2008 뮤지컬 실태조사』, 2009, 29면.)

22) 소홍삼, 앞의 책, 286~287면.

23) 『<인터뷰> 송승환·이광호 PMC 프로덕션 대표』, 『연합뉴스』 2007.8.16.

24) 뮤지컬 <대장금> 포스터의 문구. 이 문구는 <대장금>이 무엇을 열망하고 있었는지 정확히 보여준다.

25) 최승연, 『스펙터클로서의 요리, 소통으로서의 먹기-뮤지컬에서 재현된 음식에 대하여』, 『돈암어문학』 제28집, 돈암어문학회, 2015, 91~96면 참조.

26) 초연 당시 빠져 있었던 드라마 타이틀곡 ‘오나라’ 노래는 세종문화회관 재공연 당시 부활했다.

27) 『허준호 인터뷰: 맹독의 캐릭터를 자기 몸에 심는 배우』, 2007.9.19.

올랐던 기생을 소재로 삼아<sup>28)</sup> 소위 ‘한국적인 콘텐츠’로 한류에 동참하고자 한 것이다. 당초 허준호는 ‘4명의 여주인공이 기생학교에 들어가 조선 최고의 일패 기생으로 거듭나는 성공기’를 다루겠다는 계획을 밝혔다.<sup>29)</sup> 기생을 예인으로 조명하겠다는 의도였다. 그러나 개막일을 두 번이나 미루며 공연된 실제 작품은 클리셰로 가득한 낮은 대중서사를 재 활용했다. 원수의 자식 간의 사랑, 여주인공의 한을 동력으로 한 복수의 서사, 삼각관계와 짝사랑으로 방해되는 연애, 캐릭터로서의 활력을 부여받지 못한 부수적 인물들과 하위플롯, 예기된 기생들의 애매한 처리 방식, 그리고 명백한 사족처럼 보이던 비현실적 인물 ‘뽕코’까지 낡은 공식들이 가득했다. 주요 여성인물들이 기생이라는 설정은 핵심 갈등의 원인이나 서사의 긴박감을 주는 이유가 아닌 몇 개의 장면을 화려한 춤과 노래로 장식하는 단순 콘텐츠로 활용되었다. 이로써 ‘코리아 뮤지컬’의 탄생을 기대하며 한류에 일조하겠다는 당초의 포부는 허무하게 사라지고 말았다.

2007년 당시의 한류는 주로 “서구(미국)대중문화와 자본주의 문화산업의 영향 아래 있으며 또한 예외적인 ‘아시아적 문화현상’<sup>30)</sup>으로 해석되었다. 드라마와 K-pop 이후 한류가 다양하게 확산되자 뮤지컬 역시 한류의 주요 상품이 되려는 움직임을 보였다. <대장금>과 <해어화>는 당시 진행되던 한류의 흐름을 명확하게 보여주던 작품이었다. 한국 뮤지컬, 코리아 뮤지컬이라는 용어는 ‘뮤지컬이 한류를 어떻게 이어받을 것인지’ 표

상했다. 대장금과 기생은 한국을 대표할만한 소재, 즉 특수한 소재였으나 이것을 전지구적으로 전달하기 위해 서양식 음악을 접목시켰다. 수많은 영화음악을 작곡했던 조성우<sup>31)</sup>와 대중음악 작곡가 하광훈은 특수한 것을 보편적인 것으로 포장하기 위해 투입되었다. 이에 따라 <대장금>은 서양 오케스트라가 연주하는 현대적 음악이 주를 이루고 국악기가 솔로로 협연하는 곡이 마치 양념처럼 전체의 30퍼센트 정도로 편성되었으며, <해어화>는 전통 리듬과 선율에 서양의 음계를 혼합한 퓨전 형식의 음악으로 서구 시장을 공략한다는 전략을 세웠다. 작품 자체의 내적 요구가 아닌 자본주의 문화산업의 요구로 결정된 음악의 특성은 허약한 드라마만큼 설득력이 떨어졌다.

전지구화에 대한 “예외적인 아시아적 문화현상”이 한류라면, 사실 이는 보편주의와 다를 바가 없는 것이 된다. 보편주의는 동시에 특수주의의 신화화라는 이중성을 갖는다.<sup>32)</sup> 뮤지컬 <댄싱 새도우>는 바로 이러한 맥락에서 한류의 이중성을 극단적으로 드러낸 모델이었다. 작품의 시작점에는 ‘수입해서 팔 수 있는 라이선스 뮤지컬이 바닥을 드러내기 전에’ 라이선스 뮤지컬과 비견할 만한 창작뮤지컬을 만들어 시장의 유지와 확장을 도모해야 한다는 당시 뮤지컬 프로듀서들의 문제의식이 있었다.<sup>33)</sup> 제작자 박명성은 이를 근간으로 한국회곡의 대표작 중 하나인 차범석의 <산불>을 선택, <댄싱 새도우>로 변모시켰다. ‘한국 창작뮤지컬의 세계화’는 제작의 모토였다. 그가 적용했던 방법론은 소위 ‘세계적인 작업자’들을 <산불> 뮤지컬화 작업에 투입시켜 글로벌한 소통이 가능한 방식을 찾는 것이었다. 극작가 아리엘레 도르프만, 연출 폴 게링턴, 작곡 에릭 울프슨은 이 목표를 위해 호출되었다.<sup>34)</sup> 결과물은 주지하다시피 원작

<http://m.blog.naver.com/montanaz/70022208872>.

28) 2006년 가을과 2007년 초여름 사이에 ‘황진이’를 소재로 한 드라마와 영화가 생산되면서 대중문화장에서 기생이 화두가 되었다. 2006년 10월 11부터 12월 28일에 걸쳐 KBS에서 방송된 하지원 주연의 드라마 <황진이>와 송혜교가 주연을 맡은 영화 <황진이>(감독 장윤현, 2007년 6월 6일 개봉)는 서로 비교되며 이슈를 만들었다. 이러한 흐름을 타고 뮤지컬 <황진이>(2006년 1월 25일~12월 25일, 유니버설 아트센터, (주)스텐딩컴퍼니 제작)까지 제작되었으나 큰 성과를 거두지는 못했다.

29) 「<인터뷰> 뮤지컬 제작자로 나선 허준호」, 『연합뉴스』 2006.10.23.

30) 김성환, 「오래된 한류, 한류의 미래 어디든 내리는 ‘비’와 한류의 문화사적 재현성」, 『동양사회사상』 제15권, 동양사회사상학회, 2007, 104면.

31) 조성우는 2005년 배용준 주연의 영화 <외출>의 음악을 맡아 이미 일본 및 아시아에서 인기를 끌었던 경험을 갖고 있었다. 뮤지컬 <대장금>의 문화산업적 지향 및 요구와 그의 경험은 잘 맞아 떨어졌을 것이라 판단된다.

32) 사카이 나오키, 이득재 옮김, 『사산되는 일본어·일본인』, 문화과학사, 2003, 39면.

33) 박명성, 앞의 책, 225면.

<산불>의 갈등구조만 남기고 에코 뮤지컬을 연상시키는 우화로 탄생되었다. 구체적이고 개별적인 한국의 역사를 자연과 생명을 매개로 하는 추상적·보편적 휴머니즘으로 탈역사화한 것이다. 더 문제적인 것은 서사의 표면에서 강조되는 ‘순수한 보편성’이 이탈리아 파시즘을 연상시키는 마을 아낙들의 의상과 무너진 고대 그리스 신전을 상기시키는 무대로 구체화되었다는 점이었다.<sup>35)</sup> 여기서 <댄싱 새도우>가 주장한 보편성은 ‘중심화 혹은 제1세계를 지향하는 보편성’이었다. 이러한 선형적, 본질적인 보편성이 한국 창작뮤지컬의 전지구적 소통방식의 해법일 수 있다는 작품의 선명한 메시지는 내수 시장을 설득하지 못했다.

이상에서 2007년 대형 창작뮤지컬 프로젝트와 당시 시장의 상황을 관찰한 결과, 다음과 같은 결론을 얻는다. 뮤지컬이 문화산업의 유력한 장르로 떠오르고 자본이 집중되자 당시 뮤지컬 시장은 먼저 산업적 요구에 적극적으로 응답하였을 뿐 실제 상품인 ‘문화’를 창출하여 문화생산 주체가 먼저 향유할 수 있는 기반을 제대로 마련하지 못했다. 문화산업은 다른 산업과 달리 심미적이고 정신적인 가치를 생산하는 일이 우선되어야 한다.<sup>36)</sup> 스타캐스팅과 한류(의 이중성)는 대형 창작뮤지컬 프로젝트를 우선 기능주의적 관점으로 바라보는 당시 시장의 방법론이었다. 나아가 <댄싱 새도우>가 보여주었던 보편화 가능성은 서양 뮤지컬에 대한 국내 시장의 콤플렉스와, 문화 동질성을 통한 문화제국주의적 지향을 동시에 징후적으로 드러냈다.<sup>37)</sup>

34) 원래 연출은 대형 창작뮤지컬 연출 경험이 있었던 임영웅이 맡기로 되어 있었다. 그러나 제작이 진행되는 과정에서 <맘마미아>의 협력연출이었던 폴 게링턴으로 교체되었다. (박명성, 앞의 책, 240면.)

35) 최승연, 「<댄싱 새도우>가 드림인 그림자」, 『한겨레 21』 669호, 2007.07.19.

36) 김성환, 앞의 논문, 105면.

37) 제작자 박명성은 이 논문이 참고하고 있는 『뮤지컬 드림』이라는 자서전의 2부 전체를 <댄싱 새도우> 이야기로 채울 정도로 작품 제작과정을 자세히 기술하고 있다. 그는 여기서 <산불>이 우화로 바뀐 것을 실패의 원인으로 보고, 대본을 담당했던 아리엘 도르프만의 작품 취향과 작가적 고집에 책임을 돌리고 있다. 뿐만 아니라 만약 원

### 3. 프레임의 정착: 글로벌화와 한류라는 양대 산맥

2016년 대형 창작뮤지컬들의 귀환을 논의하기 위해서는 지난 10년간 이어졌던 시장의 흐름을 이해할 필요가 있다. 특히 내수시장의 한계를 극복하기 위해 대안으로 끊임없이 제기되었던 해외시장 개척의 이슈가 지역적인 것과 전지구적인 것 사이의 접촉을 어떻게 조정했는지 정리하는 것이 중요하다. 결론부터 이야기하자면 2016년 대형 창작뮤지컬들은 모두 보편성을 지역적인 것보다 중시하는 경향을 보여주었고 이는 동시대 시장의 키워드가 될 수 있기 때문이다.<sup>38)</sup>

전술했듯 2007년의 프로젝트 역시 내수시장의 성장을 지속시킨다는 목표 아래 시도된 것이기도 했다. 그러나 모두 실패한 후, 2008년에는 서울 지역 뮤지컬 공연 편수가 157편으로 축소되었으며 2009년에는 168편으로 다시 반등하였으나 2008년 하반기부터 불어온 실물 경기침체 영향으로 이전 시대와 같은 고속 성장세를 회복하기 어려웠다. 특히 시장의 성장에 큰 영향을 미치는 1천 석이 넘는 대극장 공연들이 흥행에 실패함으로써 뮤지컬 내수시장에 거품이 꺼졌다는 중론이 2009년 시장을 지배했다.<sup>39)</sup> 2008년에 처음으로 마이너스 성장을 기록했던 뮤지컬 시장은 2009년과 2010년에도 침체에서 벗어나지 못했다. 2010년 서울지역 편수는 167편을 기록하며 전년도와 거의 동일한 수준을 보여주었으나, 실제 객석점유율이 낮고 중극장 공연 건수가 라이선스와 창작 모두에서 줄어들면서 업계의 체감 온도는 실제 수치보다 낮았다. 2010년도 상반기에는 특히 천

래 섭외되었던 임영웅 연출이 끝까지 연출을 완수할 수 있었다면 25억 원 적자를 보며 작품이 실패하지 않았을 것이라고 후회하고 있다. 이 책이 자서전이라는 점을 고려하면 이러한 언급은 사실여부보다 그의 ‘관점’을 보여준다는 점에서 중요하다.

38) 본 장에서 제시되어 있는 수치들은 절대치가 아니다. 뮤지컬 시장을 정확히 추산할 수 있는 공식적인 자료가 전무하여 『더뮤지컬』의 기사와 예술경영지원센터에서 매년 내놓는 공연계 결산자료 및 뮤지컬 결산자료를 활용했다.

39) 조용신, 「'무비컬' 이어 '노블컬' 열풍으로」, 『르몽드 디플로마티크』, 2009.12.03. <http://m.ilemonde.com/news/articleView.html?idxno=596>

안함 사태와 지자체 선거, 월드컵의 영향을 받아 상황이 더욱 악화되었다.<sup>40)</sup> 따라서 작품수는 크게 줄어들지 않는데 시장이 계속 침체되어 있는 이유가 언급되기 시작했던 것은 이 당시부터였다. 국내 시장이 수용 가능한 수준 이상으로 작품 제작이 지속적으로 과열되고 있다는 것이 핵심 이유로 제기되었다.

2011년이 되자 뮤지컬 시장의 상황은 크게 나아졌다. 두 개의 대형 뮤지컬 극장, 신도림 디큐브 시어터와 한남동의 블루스퀘어가 개관하고 <광화문 연가>와 <맘마미아>가 흥행에 성공하면서 관객이 중년층으로 확장된 것이 주요 이유였다. 이에 따라 정점을 찍었던 2007년의 시장규모 1,640억 원을 상회하는 2,260억 원으로 시장이 확장되며 처음으로 2000억 원대에 진입했다. 그러나 라이선스 뮤지컬이 여전히 시장을 주도했으며, 서울지역 공연 편수 164편이라는 수치는 제작사의 심리와 주변 여건이 드라마틱하게 나아지지 않은 상황을 보여주었다.<sup>41)</sup> 2012년 역시 상승세를 이어갔다. 뮤지컬 시장 규모는 2,768억 원으로 전년 대비 25%의 성장률을 보였다.<sup>42)</sup> 당시 <위키드> 내한공연 한 편이 260억 원의 매출을 올렸는데, 이는 2012년 인기공연 10위권 내에 창작뮤지컬이 한 편도 진입하지 못했던 사실을 표상했다. 2013년에는 시장 규모가 3,018억 원으로 상승하여 전체 3,000억 원대 규모로 성장하였으며<sup>43)</sup> 2011년故이영훈의 노래로 만든 <광화문 연가>의 성공 이후 각각 40억, 50억 원이 투입된 <그날들>과 <디셈버>(모두 故김광석의 음악으로 제작됨)가 흥행에 성공함으로써<sup>44)</sup>

국내 시장에 ‘주크박스 뮤지컬’이 대형 창작뮤지컬의 유력한 방법론으로 제기되기 시작했다. 그러나 대형 뮤지컬 공연장이 속속 들어서면서 하드웨어를 제공했음에도 불구하고 라이선스 재공연이나 내한공연이 흥행 수위를 차지한 반면 창작과 라이선스 모두 초연이 부진했던 사실은 당시 시장의 한계를 드러냈다.

2014년에는 시장 규모가 3,259억 원으로 소폭 상승했으나 한국 뮤지컬 시장에 위기감이 현실화된 시기였다. 세월호 참사로 공연계 전체가 침체되었던 것과 별개로, <두 도시 이야기>의 공연 당일 갑작스런 공연 취소, 기대작이었던 <스위니 토드>와 <키다리 아저씨> 제작 취소와 해당 제작사인 뮤지컬해븐의 법정 관리 신청은 시장 내 과잉 공급에 따른 과열된 경쟁을 상징했다. 그러나 이와 동시에 제작비 40억 원 규모의 손익 분기점을 훨씬 넘기며 초연에 성공했던 창작뮤지컬 <프랑켄슈타인>은 주크박스 뮤지컬 이후 서양고전을 원작으로 한 대형 창작뮤지컬 제작방식에 확신을 심어주기 충분했다. 2015년에도 시장의 위기감은 지속됐다. 메르스 창궐의 장기화는 공연계를 덮쳤고, 경기 침체와 과열된 경쟁으로 악화된 제작 상황은 2% 마이너스 성장을 기록했다.<sup>45)</sup> 2008년 마이너스 성장 이후 다시 반복된 사이클인 셈이었다. 실제 수익을 올리는 공연들은 거의 없었고, 뮤지컬해븐 이후 대형 뮤지컬 제작사의 위기설이 풍문처럼 떠돌았다.<sup>46)</sup> 2003년에 공연계에 진출하여 2010년에 투자한 작품들이 뮤지컬 시장 전체 매출액의 40% 정도를 차지했던 CJ E&M이, 2014년부터 투자처가 아닌 프로듀싱 컴퍼니로 전환하여 투자에 소극적으로 나섰던 것은<sup>47)</sup> 시장 침체의 실질적인 원인으로 거론되었다. 한편 서울 공연 편수는

40) 박병성, 「가늠하기 어려운 2010년 뮤지컬 시장」, 『더뮤지컬』 no.87, 2010년 12월호.

41) 박병성, 「2011 뮤지컬 결산-새로운 기대를 품게 한 2011년 뮤지컬 시장」, 『더뮤지컬』 no.99, 2012년 1월호.

42) 홍승희·정재일, 「한국 뮤지컬의 시장현황과 발전방안 연구」, 『미디어와 공연예술연구』 제10권 2호, 청운대 방송예술연구소, 2015, 128면.

43) 예술경영지원센터, 『2015 뮤지컬 실태조사』, 문화체육관광부, 2015, 11면.

44) 그러나 <그날들>과 <디셈버> 중 현재 꾸준한 업그레이드를 통해 창작뮤지컬 레퍼토리로 정착된 것은 <그날들> 뿐이다. <디셈버>의 흥행은 작품성보다는 주인공 지육을 연기했던 김준수의 티켓파워에 기댄 결과였다. 이에 대하여 최승연, 「뮤지컬

돌아온 ‘김광석(들)’과 복고의 경제학」, 『대중서사연구』 제20권 3호, 대중서사학회, 2014을 참고할 것.

45) 이종규, 「2015년 공연시장 결산」, 『웹진 아르코』 2016.2.22.

46) 박병성·송준호, 「2015 뮤지컬계에는 어떤 일이?」, 『더뮤지컬』 no.147, 2015년 12월호, 50면.

47) 장지영, 「“투명성”, 한국 뮤지컬 질적 성장 위한 가장 중요한 과제입니다. CJ E&M 공

총 203편이었는데 이 중 중소극장 창작뮤지컬의 편수가 많아지고 라이선스 공연의 작품 수가 줄어들며<sup>48)</sup> 총 편수가 예년의 수준을 유지했던 것은 매우 특징적인 현상이었다.

이러한 시장의 흐름 속에서 해외 시장 확장은 크게 두 가지 방향으로 진행되었다. 첫째, <댄싱 새도우>가 보여주었던 ‘글로벌화’의 지향이다. 글로벌화는 ‘세계화’라는 동의어로 반복되며 국내 시장이 영미권 시장과 접촉하고 궁극적으로 영미권 시장을 돌파해 나가려는 지향을 가리킨다. 이는 국내 제작사(즉, 국내 자본)가 해외 창작진을 호출하여 작품을 제작한 경우와 한국 창작진이 처음부터 해외 진출을 목표로 한 경우로 다시 세분된다. <댄싱 새도우>가 <산불>을 원작으로 하여 보편성과 특수성 사이의 긴장을 흔적으로 남긴 것에 반해, <드림걸즈>(오디컴퍼니, 2009), <천국의 눈물>(설앤컴퍼니, 2011), <미션>(상상뮤지컬컴퍼니·The FabMax Company, 2011), <아르센 루팡>(PMC, 2013) 등은 처음부터 텍스트의 전지구적 소통 가능성을 가장 중요한 가치로 내세웠다. <아르센 루팡>을 제외한 나머지는 모두 해외 창작진이 작품 생산에 참여한 경우였으며, <미션>을 빼고 나머지는 대표적인 국내 뮤지컬 제작사들이 제작한 작품들이었다. 이 계열의 작품들은 ‘월드 프리미어’, ‘세계 최초’, ‘창작과 라이선스의 구분이 불가능한’이라는 수사를 사용하며 국내가 아닌 유럽과 미국 시장을 겨냥하고 있음을 분명히 했다. 그러나 결과물은 ‘보편으로서의 서양’이 텍스트의 중심에서 균열을 가하여, 결국 작품의 완성도와 설득력을 떨어트리는 것으로 종착되었다. 이러한 경향은 특히 해외 창작진이 작품 생산에 참여했을 때 공통적으로 나타났는데, 각각 <드림걸즈>의 흑백갈등 문제, <천국의 눈물>의 오리엔탈리즘, <미션>의 ‘소통불가능성’ 문제로 집약되었다.

흥미로운 것은 <드림걸즈>의 경우 텍스트의 핵심인 흑백갈등의 문제

를 “백인 주류의 음악세계에 대항하는 흑인 아티스트의 대립구도”<sup>49)</sup>라는 드라마를 강화하여 현지화하려고 했으나 오히려 이러한 작업이 작품의 근원적 소통을 방해한 측면이 있었다는 점이다.<sup>50)</sup> ‘미국적인 것’에 대한 문화번역을 통해 텍스트 내 문화 접경지대를 확장하려고 했으나 그리 효과적이지 않았던 것이다. 반대로 <천국의 눈물>은 신에 작가 피비 황(Phoebe Hwang)<sup>51)</sup>이 철저히 미국인의 시선으로 쓴 작품이다. 작곡 프랭크 와일드혼, 그의 파트너인 연출가 가브리엘 베리, 무대 디자이너 데이비드 갈로, 그리고 중국계 미국인 작가 피비 황이라는 ‘해외 유명 창작진’이 베트남전을 배경으로 세 남녀의 삼각관계와 그 후손들의 이야기를 다룬 <천국의 눈물>은 베트콩을 악의 근원으로 묘사하고 영성한 화해로 갈등을 봉합하는 등, 국내 무대에서 작품성을 인정받지 못했다. 미국을 보편으로 상정한 낡은 이데올로기는 국내 관객들을 불편하게 했지만 “우리가 다루는 주제가 흥미롭기 때문에 전 세계의 많은 사람들이 공감해 줄 것이라 여긴다.”<sup>52)</sup>는 프랭크 와일드혼의 언급은 자국 중심적 논리가 보편적

49) 조준희, 『라이선스 뮤지컬 연출방법 연구-2009년 <드림걸즈> 한국 프로덕션을 중심으로』, 『공연문화연구』 제25집, 한국공연문화학회, 2012, 235면.

50) 당시 오디컴퍼니는 생존해 있던 1981년 브로드웨이 오리지널 프로덕션의 작곡가 헨리 크리거와 무대 디자이너 로빈 와그너의 의견을 적극적으로 수용할 수밖에 없는 입장이었다. 필자는 한국 협력연출가였던 조준희와 함께 작품의 미국적 로컬리티를 ‘윤색’하는 작업에 한시적으로 참여하였는데 저작권에 위반되지 않는 선에서 장면의 순서와 상황을 수정하며 이를 해결하려고 하였다.

51) 피비 황의 작품은 그리 많지 않다. <천국의 눈물> 이전 책 펴내고 공동으로 <루돌프>(2006, 헝가리 세계드 초연/ 2012 한국 공연)의 대본을 맡았으며, 이후 <원더랜드 Wonderland>(2010) 대본 작업 정도가 눈에 띈다. 두 작품 모두 프랭크 와일드혼이 작곡했다. <천국의 눈물> 제작자 설도윤은 한 인터뷰에서 작품 개막 이전 뉴욕에서 두 번 리딩 워크숍을 가졌고, 가브리엘 베리가 브로드웨이 연출가인 점을 이유로 작품에 무조건적인 신뢰를 표했다. 『뮤지컬 ‘천국의 눈물’ 세계시장 넘본다』, 『헤럴드경제』, 2011. 2. 21.) 그러나 개막 이후 드라마의 문제점이 노출되자 가브리엘 베리를 포함한 해외 스태프들이 모두 철수한 후 한국 연출가 윤정환이 수정 작업에 투입되었다. 한국 관객의 감수성에 맞게 바꾼다는 취지였으나 근본적으로 한계가 많은 작업이었다. 당시 김준수의 출연으로 <천국의 눈물>은 흥행에 성공하였으나 작품성은 인정받지 못하였고, 이후 계획되어 있던 브로드웨이 공연까지 자금 사정으로 불발되자 <천국의 눈물>은 <댄싱 새도우>와 같은 하나의 시도로 역사화되고 말았다.

연사업 부문 박민선 본부장 인터뷰』, 『웹진 MUST』 vol.22. 2017.

48) 박병성·송준호, 위의 기사, 51면.

지위를 획득할 수 있다는 이데올로기를 은연중 보여주었다. 한편, 뮤지컬 <미션>은 국내 신생 제작사인 상상뮤지컬컴퍼니가 라이선스의 획득과 기획에 100억 원이 넘는 예산을 투자하고 실제 제작은 이탈리아의 뮤지컬 제작사 The FabMax Company에게 완전히 의뢰했던 일종의 해프닝과 같았던 공연이었다. 한국과 이탈리아 제작사 모두 뮤지컬 제작 경험이 없었던 데다 공연은 사상 초유의 공연 리콜 사태가 벌어질 정도로 아마추어적이었다. 한국 제작사가 이탈리아 제작사를 완전히 신뢰해야 했던 도전적인 제작 방식이었으나<sup>53)</sup> 그 이면에는 영미권과 유럽 시장에 대한 한국 뮤지컬 시장의 동경과 콤플렉스가 개입되어 있었다.

글로벌화에 대한 지향은 점차 처음부터 영미권 시장 안에서 제작과 투자가 이루어지는 방식으로 바뀌고 있다. CJ E&M이 작품 개발 단계에서부터 리미티드(limited) 프로듀서로 참여해 영미권 시장에서 성공을 거둔 <킹키부츠>(2012 시카고 초연, 2014 한국 초연)와 <보디가드>(2012 웨스트 앤드 초연, 2016 한국 초연), 뉴욕시티칼리지 연극학과 출신 김현준이 연출과 극작을 겸하며 오프브로드웨이 무대에 올린 <컴포트 우먼>(2015), <그린 카드>(2016) 등이 그 예이다. 배우이자 제작자인 김수로는 김현준의 작업을 <그린 카드>부터 제작 지원하기 시작하여, 김수로프로젝트에서 공연했던 창작뮤지컬 <인터뷰>를 김현준이 현지 제작, 오프브로드웨이에서 공연하는 방식으로 수출했다(2017년 2월 공연). <컴포트 우먼>은 위안부 문제를, <그린 카드>는 학생 비자가 만료된 유학생이 그린 카드를 받기 위해 미국 여성과 위장 결혼하는 내용을 다뤄 오프브로드웨이장(field)에서 큰 성공을 거뒀다. 재미 한국인에 의해 실험되고 있는 뮤지컬이 미국 내 비주류적 정체성을 가감 없이 드러내고 있다는 점에서 시사하는 바가 크다. 현지의 사정과 생리에 바탕을 둔 이러한 제작방식들은

앞으로 더 체계적이며 발전된 형태로 진화할 것이라 예상된다.

두 번째는 ‘한류 뮤지컬’ 현상을 강화하거나 이에 동참하는 계열이다. 주로 일본 뮤지컬 시장과 접촉하며 벌어지는 양상이 이에 포함된다. 또한 점차 증가하고 있는 중국 시장과의 접촉 역시 한류 뮤지컬 계열로 이야기되고 있다. 2007년에 일종의 판타지로 시작되었던 한류 뮤지컬은 2010년 김준수의 등장으로 그의 일본팬들이 서울에 와서 공연을 단체로 관람하기 시작하며 구체화되었고 2012년~2013년에 가장 호황을 맞이했다. 이는 여러 매체에서 이미 분석했듯, 한일 양국 시장의 이해관계가 정확히 맞아떨어져서 벌어진 현상이었다. 즉, 한일 공연 기획사들이 한류 뮤지컬로 서로 자국의 이익을 취할 수 있다는 전망을 공유하면서 시작된 것이었다.<sup>54)</sup>

년도	작품	제작사	특징
2001	지하철 1호선	극단 학전	일본국제교류기금의 해외 우수공연 초청 프로그램의 일환
2002	갬블러	신시뮤지컬컴퍼니	(재)민주음악협회 초청, 한일 월드컵 기념 초청작
2006	겨울연가	윤스칼라	애초에 일본 관객만을 대상으로 함
	지킬 앤 하이드	오디뮤지컬컴퍼니	한일합작엔터테인먼트회사인 JK스파클과 공동으로 13억 원을 투자해 일본에 직접 진출, 조승우 출연
	맨 오브 라만차	오디뮤지컬컴퍼니	일본 공연기획사가 홍보마케팅 담당. 수익은 내지 못했으나 2006년 오디뮤지컬컴퍼니의 두 작품으로 한국 배우들의 기량이 알려지기 시작함
2007	달고나 (라무네)	PMC	일본 엔터테인먼트사 아뮤즈가 순매출의 5%를 받는 조건으로 계약 체결, 일본어로 번안, 현지화함

52) 「'천국의 눈물' 프랭크 와일드혼, 한국정서 화학작용」, 『뉴시스』, 2011.2.1.

53) 박병성, 「대형 창작 뮤지컬, 한국 관객부터 설득시켜라 상반기 뮤지컬 결산」, 『연극평론』 통권 62호, 2011, 57면.

54) 장지영, 「일본의 한류 뮤지컬 특집 2: 뮤지컬 한류의 변화」, 『플레이DB』, 2012.5.24. <http://m.playdb.co.kr/Magazine/Detail?flag=ST&no=89>

2008	사랑은 비를 타고	엠뮤지컬컴퍼니	토호에 라이선스를 수출하여 원작 그대로 공연됨
2009	침묵의 소리	서울시뮤지컬단	일본 극단 도쿄긴가토와 공동 제작
2010	카페인	SH크리에이티브웍스	한류스타 배우 강지환이 전락적으로 공동제작자로 나섬
2011	궁	그룹에이트	가부키 전문 제작사 쇼치쿠가 초청함 쇼치쿠 초청. 일본 최고 인기를 누리던 카라의 박규리, 초신성의 김성제 출연. 홍행 성공 그러나 저작권 논란으로 반환류 세력 자극
	미녀는 괴로워	CJ E&M KM컬처	
	스틸미	뮤지컬해븐	호리프로 제작, 일본어판으로 선보임
2012	빨래	명랑씨어터 수박	일본 공연제작사 퓨어메리에게 라이선스 수출. 티켓 매출의 8%를 라이선스 비용으로 지불. 주민주가 직접 연출함
	파리의 연인	CJ E&M 뮤지컬해븐 제이콘컴퍼니	한국 배우들 출연
	스트릿 라이프 (런투유)	CJ E&M	CJ E&M과 쇼치쿠 공동제작. 초신성 광수와 건일이 한국 배우와 함께 출연
	광화문 연가	(주)광화문연가	일본 내 극장과 요미우리 방송 그리고 (주)광화문연가와 의 공동 투자, 제작. 홍행 여부와 상관없이 매출에서 로열티를 지급받아 국내 창작자들에게 저작권료를 지급하는 시스템 사용. 한국 배우들(동방신기, 엠블랙, 초신성, FT아일랜드, 제국의 아이들 중 일부 멤버와 뮤지컬 배우들) 출연
	커피 프린스	CJ E&M	한국 드라마 판권을 구매하여 일본 공연제작사 네르케 플래닝과 공동 제작
	드림하이	CJ E&M	한국 드라마 판권을 구매하여 일본 공연제작사 네르케 플래닝과 공동 제작
	잭더리퍼	엠뮤지컬컴퍼니	창작이 아닌 라이선스 뮤지컬 수출. 쿠오라스와 한국 제작사가 제작비 공동투자. 안재욱과 슈퍼주니어 성민,

			FT아일랜드 송승현 출연
	햄릿	EMK	토호 제작. EMK가 공연한 한국어 버전을 일본어 버전으로 바꾸어 공연
2013	창작뮤지 컬 9편 (카페인, 싱글즈, 풍월주, 여신님이 보고계셔 등)		아뮤즈 프로젝트, 그러나 대규모의 적자를 봄
2014	블랙메리 포핀스	김수로프로젝트	토호에 라이선스 수출, 토호와 처음으로 계약한 소극장 창작뮤지컬, 스텝키 유미 연출
	설특흥즈1 :앤더슨가 의 비밀	레히(LEHI), HJ컬처	토호에 라이선스 수출, 일본 유명배우 하시모토 사토시(흥즈), 이치로 마키(왓슨) 출연
2015	설특흥즈2 :블러디 게임	레히(LEHI), (주)알앤디웍스	토호 예능과 큐브 공동제작. 라이선스를 수출하여 일본 버전으로 공연됨
	빨래	명랑씨어터 수박	일본 재공연. 도쿄, 오사카, 나고야 지방을 돌며 전국 투어함. 주민주 연출은 초연 때와 마찬가지로 총감독으로 참여함. 라이선스 수출 <sup>55)</sup>
2016	김종욱 찾기	CJ E&M, (주)NEO	일본 제작사 아틀라스(대표 고토 마도카)에 라이선스 수출
	빈센트 반 고흐	HJ컬처	대본, 음악, 무대, 영상이 모두 그대로 라이선스로 수출. 최초의 일본 내 레플리카 공연이 됨
2017	프랑켄 슈타인	충무아트센터(제작사) 왕용범 프로덕션(저작권자)	토호 프로덕션에 대본과 음악만 수출한 스몰 라이선스 계약 <sup>56)</sup> 토호와 호리프로 공동제작. 1000석 이상의 닷세이 극장에서 공연되는 첫 대형 창작뮤지컬

55) 뮤지컬 <빨래>는 2012년 일본 초연 이후 2013년 일본 계간지 『뮤지컬』 3,4호에서 조 사한 <2012년 뮤지컬 베스트 10>에서 6위를 차지했다. 또한 2014년에는 뮤지컬 <빨

표 1. 일본 내 한류 뮤지컬 (굵은 글씨 필자)<sup>57)</sup>

이상의 일본 내 한류 뮤지컬들은 몇 가지 경향을 보인다. 첫째, 주지하다시피 한국 뮤지컬 원작을 대거 캐스팅된 아이돌들이 그대로 선보이는 방식이 최초의 주류를 이루었다는 점이다. 이는 2010년 김준수 현상에서 착안한 양국 제작사간의 이해관계가 맞아 떨어진 후, 3년 간 최고의 시장성을 갖춘 방식으로 지속되었다. 그러나 한류 스타와의 직접 대면을 위해 공연되는 뮤지컬은 한류 스타가 없다면 지속되기 어려운, 작품 자체의 본질을 떠나 '산업적 측면'이 주로 고려된 방식이었다. 2014년 이후 한류 스타가 부재한 작품들의 거품이 빠지며 한류 뮤지컬 성장 속도가 둔화된 것은 이 방식의 효력이 길지 않음을 증명했다.<sup>58)</sup>

둘째, 같은 맥락에서 한류 뮤지컬의 붐은 일본에서 이미 인기를 모은 K-drama와 동시대에 진행되었다는 점이다. 아예 일본 제작사 측에서 한국 드라마의 저작권료를 구매하여 뮤지컬을 공동 제작할 정도로, 이 방식은 이미 한류의 물결을 타고 있던 원소스 자체의 흥행력을 염두에 둔 것이었다. 따라서 사실상 원소스가 초점화된 이 계열의 작품들이 작품성을 갖춘 뮤지컬로 재탄생되기에는 한계가 많았다.

셋째, 한류 뮤지컬의 흐름이 한류 스타 캐스팅에서 한국 창작뮤지컬

라이선스 버전 제작으로 전환되었다는 점이다. 세부적으로는 현지화에 성공하거나 한국 버전 그대로 성공한 양상이 눈에 띈다. 가령, 첫 창작뮤지컬로 PMC에서 수출했던 <달고나>는 작품 제목이 '추억의 사이다'를 의미하는 <라무네>로 바뀌고 한국의 8090가요들이 전부 쇼와시대 추억의 가요로 대체되었으며 주인공이 군대를 가는 설정 대신 집안 사정에 의해 경찰학교에 입학하는 것으로 드라마의 틀 자체가 바뀌는 등 한국 뮤지컬의 흔적을 찾아보기 힘들 정도로 철저한 현지화 작업을 거쳐 공연에 성공했다.<sup>59)</sup> <라무네>만큼 적극적이지는 않았지만 이후 일본에 수출된 설록홈즈 시리즈들은, 무거운 정서를 희석시키고 드라마 사이의 연결고리를 강화하는 등의 현지화 작업 이후 흥행에 성공하였다.<sup>60)</sup> 라이선스 수출은 일본 시장에서 원작 뮤지컬 자체의 작품성이 가장 중요한 가치로 인식되고 있다는 의미이며, 이는 한류 뮤지컬 수출의 방향성 변화가 긍정적으로 읽힐 수 있는 대목이다. 대본과 음악만 수출되는 스몰 라이선스가 아닌 레플리카 방식의 <빈센트 반 고흐>, 첫 대형 뮤지컬로 수출된 <프랑켄슈타인> 모델은 요란한 기획과 구호가 아닌 작품성 자체가 보편적인 흥행력의 본질임을 증명했다. 실제로 일본판 <프랑켄슈타인>이 큰 변화 없이 앙리의 희생에 개연성을 보강하기 위해 대사를 첨가하는 등 드라마에 초점을 두어 흥행에 성공한 것은 이를 뒷받침한다.<sup>61)</sup>

넷째, 비교적 수출 초기에 거둔 <빨래>의 흥행은 '현지화'의 프레임 밖에 놓여 있다는 점에서 흥미롭다. <빨래>는 '서울살이'라는 넘버가 표상하듯 서울이라는 '특수한 지역'의 계급 문제와 외국인 노동자 문제를 다

래>로 배우는 한국어 교재(구사카 다카히로, 『뮤지컬 '빨래'를 부르고 일상 한국어를 배우자』, 晩聲社, 2014.)가 일본에서 출간되기도 했다. 그런가 하면 2015년 재공연과 전국 투어는 일본 전국에 있는 연극 감상회(연극을 관람하는 민간 그룹)의 성원에 힘입어 성사된 것이었다.(이지호, 『뮤지컬 '빨래' 日공연, 관객들 '눈물'』, 『JPNEWS』, 2015.2.4 <http://m.jpnews.kr/18709>) 이러한 공연 외적 성과는 <빨래>가 일본 시장 내에서 정착하고 있는 특수한 양상을 보여주고 있다.

56) 연출 왕용범과의 이메일 인터뷰, 2017.01.12.

57) 이 표는 장지영 기자가 『플레이DB』에 게재한 기획기사 2편(『일본의 한류 뮤지컬 특집1: 한류의 시작』, 『플레이DB』, 2012.5.24; 『일본의 한류 뮤지컬 특집 2: 뮤지컬 한류의 변화』, 『플레이DB』, 2012. 5. 24)과 각종 일간지, 『더뮤지컬』 등의 기사를 참고하여 작성되었다.

58) 장지영, 앞의 기사, 2012.5.24.

59) <라무네> 주연 배우 박동하와의 전화 인터뷰, 2017.1.2. 당시 공연은 2007년 9월 4일~10일까지 10회 공연으로 마감되었는데 항상 만석이였으며, 공연 중에는 <라무네>가 한국 뮤지컬을 원작으로 하고 있다는 사실이 잘 알려지지 않았을 정도로 일본화 되었다고 한다.

60) 장지영, 『거품 빠진 한류 뮤지컬...일본 현지화된 작품만 살아남았다』, 『국민일보』, 2015.5.4.

61) 장지영, 『일본서 공연되는 한국뮤지컬 '프랑켄슈타인', 영상 없애고 운율 살려 詩의 재구성』, 『국민일보』, 2017.1.17.

루는 지역색이 강한 작품이다. 추민주 연출은 일본 초연과 재공연 시 일본 배우를 직접 조련하며 원작의 ‘한국적인 것’을 대부분 손상시키지 않았다.<sup>62)</sup> 그럼에도 불구하고 일본 공연에 성공한 것은 작품이 자본주의 사회의 이면에서 파생되는 문제점들을 주요 문제로 다루고 있기 때문이다. 더불어 <빨래>의 노래가 일본 쇼와 시대의 감수성을 공유하는 측면이 있다는 분석 역시 유효하다.<sup>63)</sup> 따라서 <라무네>와 정반대의 지점에 있는 <빨래>의 모델 역시 로컬 시장에서 이미 증명된 작품성이 한류 뮤지컬로서의 흥행력을 견인한 예로 거론될 수 있다.

#### 4. 2016년의 창작뮤지컬: 확장하는 보편, 타협하는 로컬리티

##### 4.1. 보편과 서양, 문화제국주의

2016년의 대형 창작뮤지컬 프로젝트는 국내 시장의 침체와 위기감을 떠안으며 실행된 것이었다. 시장이 매년 20%의 성장을 거듭하고 있어 비교적 유리하게 대형 프로젝트를 시도할 수 있었던 2007년의 상황과는 매우 달랐다. 시장 내 경쟁은 계속 과열되었고 라이선스 뮤지컬의 로열티와 높아진 배우 개런티를 감당하기에 충분한 관객층의 확장은, 한국사회 의 계급구조와 인구증감의 상황으로 보아 거의 불가능했다. 따라서 시장의 판도를 바꿀 수 있는 대형 창작뮤지컬 탄생은 시대적인 요청과도 같았다. 작품성이 인정된 창작뮤지컬을 통한 해외 시장 개척은 선택이 아

니라 필수였다. <광화문 연가>, <그날들>, <프랑켄슈타인>으로 이어지던 대형 창작뮤지컬의 성공사례와 각종 지원제도에 힘입어 중소극장을 중심으로 확장되고 있던 창작뮤지컬 파이는 2016년의 시도에 얼마간 긍정적인 요소로 작용했다.

따라서 2016년의 세 작품이 모두 ‘보편성’에 집중한 것은 국내와 해외 시장 모두를 염두에 둔 선택일 수밖에 없었다. 보편성은 국내 시장에서도 지향해야 할 가치로 인식되는 경향이 있는데, 이에 대하여 아래 인용문을 주목할 필요가 있다.

그런데 사실 지역의 문화유산을 소재로 작품을 제작해 공연을 올렸다가 해당 지역에서만의 조출한 잔치로 끝난 경우가 적지 않다. 따라서 지역문화회관에서 공연작품을 제작할 경우에는 ‘지역성’ 못지않게 ‘보편성’을 더욱 염두에 두어야 한다. 재료의 독특함도 중요하지만 그 독특함이 매력적이어야 여러 사람의 입맛을 사로잡을 수 있기 때문이다.<sup>64)</sup>

여기서 보편성은 지역성, 즉 특수한 것을 매력적으로 보이게 하는 도구가 된다. 지역을 거점으로 공공극장에서 올라가는 작품들도 이 원칙을 따라야 한다는 논리다. 지역 뮤지컬의 실패가 작품성을 기준으로 이야기되어야 함에도 불구하고 보편성은 지역성을 넘어 광범위한 호소력을 갖는 요소로 언급되고 있다. 그런데 이러한 선행적이고 기능주의적인 인식 태도는 실제 현장의 흐름과 맞물려 있는 경우가 많다.

국내 창작물로 해외에 진출하게 된다면 또 다시 해외의 상황에 맞게 개발하는 과정을 거쳐야 한다는 점 때문에 <드림걸즈>처럼 이미 해외에서 알려지고 개발된 작품을 뮤지컬로 개발하려는 의도가 있음.<sup>65)</sup>

62) 일본 제작사인 퓨어메리 대표 호사카 마리코는 일본 배우들이 정서상 차이 때문에 연기의 어려움을 호소하는 장면에서도 추민주는 원작대로 연기할 것을 요청했다고 한다. “여러분은 한국인입니다. 여기는 한국입니다. 한국인을 연기해 주세요.”라고 말했다는 것이다.(이지호, 앞의 기사)

63) 이지호, 위의 기사.

64) 소홍삼, 앞의 책, 243면.

65) 한국문화관광연구원, 『공연물 해외진출 지원방안 연구: 뮤지컬을 중심으로』, 2013, 72면

지금/여기와 다소 시차가 있는 자료이지만, 창작뮤지컬은 ‘현지화’에 대한 부담이 있기 때문에 아예 지역색의 흔적이 없는 수출용 기성품을 개발하는 것이 유리하다는 분석이다. 이렇게 서로 일맥상통하는 현상의 흐름과 공연계의 인식은 2016년 대형 작품들의 제작에도 사실상 의식/무의식적인 근간이 되었다. 가령, <페스트>의 송경옥 프로듀서(제작사 스포트라이트)는 “<명성황후>를 뉴욕, 런던에서 공연하면서 한국 뮤지컬의 정체성에 대한 고민을 많이 했거든요. <페스트>에 그런 고민이 더 물어 있어요. 한국적인 것만을 넘어서는.”<sup>66)</sup>이라고 이야기한 바 있다. <페스트>는 지역색 너머 구성되는 창작뮤지컬의 정체성 문제를 반영하고 있는 작품이라는 말이다. 서태지의 동의와 별개로, 알베르 카뮈의 동명 소설이 원작으로 선택된 배경이 설명된다. 또한 <도리안 그레이>의 뮤지컬 대본을 만든 조용신 역시, 유학 시절 브로드웨이에서 관극했던 소극장 연극 <도리안 그레이의 초상>에서 작품의 아이디어를 얻었다.<sup>67)</sup> 서양고전을 원작으로 하고 브로드웨이 연극에서 촉발된 뮤지컬 <도리안 그레이>는 시작점 자체가 서양 문화에 놓여 있는 것이다. 제작자 백창주 역시 <도리안 그레이>가 “세계 속에 손꼽히는 자랑스러운 한국의 창작 뮤지컬”<sup>68)</sup>이 될 것이라 전망했다. <마타하리>는 기획 단계에서부터 영미권 시장으로의 수출을 염두에 두었던 ‘글로벌 프로젝트’였다. 작곡가 프랭크 와일드혼이 ‘마타하리’라는 소재를 제작사 EMK에 제작 의뢰하여 시작된 이 작품은, <댄싱 새도우>, <천국의 눈물>과 같은 ‘해외 유명 창작진+국내 자본’이라는 공식을 이어갔다. EMK 임홍현 대표는 프랭크 와일드혼의 제안을 받아들여 “세계인들이 공감할 수 있는 소재”로 영미권 시

장에 진출할 것을 <마타하리>의 목표로 삼았다.<sup>69)</sup> 서울과 일본 등 아시아 지역을 비롯하여 궁극적으로는 브로드웨이와 웨스트엔드에서 각국의 언어로 제작된 라이선스 버전으로 공연할 것이라는 계획이었다.<sup>70)</sup> 연출 제프 칼훈 역시 뉴욕 리딩 공연을 거치며 한국에서 처음 공연되는 한국 뮤지컬이라는 점이 연출 방향에 거의 고려되지 않았음을 분명히 했다. ‘창작뮤지컬’의 개념을 재정의할 필요성이 제기될 만큼 지역성에 대한 고려가 불필요했던 제작 방식이었다.<sup>71)</sup>

서양의 것을 근원으로 삼는 공통된 지향은 국내 시장에서의 화제성과 시장성을 동시에 목표하는 것이기도 했다. 이는 2016년 대형 창작뮤지컬의 열망을 이해하는 핵심이 된다는 점에서 주목할 필요가 있다. 먼저, 서양고전 원작 뮤지컬의 경우를 보자. 이 경우 뮤지컬은 자동적으로 ‘작품성을 갖춘 고급문화’의 이미지를 갖게 된다. 애초에 원작이 갖고 있는 텍스트의 깊이를 뮤지컬 역시 어느 정도 충족시켜줄 수 있다는 인상을 자연스럽게 이어가게 된다. 그리고 이는 뮤지컬을 고급문화로 향유하고자 하는 관객과 국내 뮤지컬 마니아들을 쉽게 자극할 수 있다.

가령, <페스트>와 <도리안 그레이>는 각각 알베르 카뮈와 오스카 와일드의 서양문학사적 지위를 뮤지컬에서 그대로 차용하고 이를 마케팅에 적극 활용하였다. <페스트>가 내세웠던 가장 흥미로운 관전 포인트는 알베르 카뮈와 서태지가 어떻게 접합되는가 하는 점이었는데, 다시

66) 이재훈, 「송경옥PD “서태지음악 저항의식 쾌감 대중 공감의 힘”, 『뉴시스』 2016.7.14. 송경옥 프로듀서는 스포트라이트 이전 에이콤 기획실장으로 15년간 근무하였다.

67) 조용신 감독과의 인터뷰, 강남구 신사동 카페코발트, 2016.11.01.

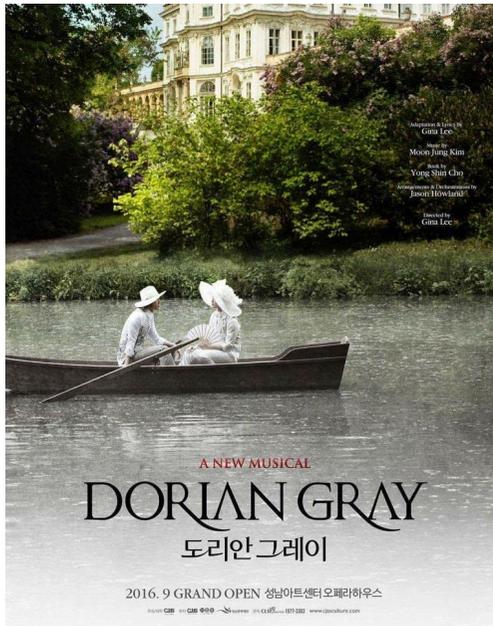
68) 백창주, 「Greetings」, 『A New Musical Dorian Gray』 프로그램북.

69) 김문석, 「김문석의 무대인: ‘마타하리’ 임홍현 EMK대표가 가시받길을 택한 이유」, 『스포츠경향』 2016.4.18.

70) 박천후, 「뉴욕에서 첫발을 내디딘 <마타하리>」, 『더뮤지컬』 2014년 9월호.

71) 창작뮤지컬의 개념은 국내와 해외 시장의 경계가 뒤섞일수록 복잡한 지형도를 그리게 될 것이다. 필자는 뮤지컬은 ‘제작자의 예술’이라는 관점을 갖고 있다. 창작진 구성과 제작과정 진행 등의 실제적인 문제들은 모두 제작자의 의지와 마인드, 그리고 작품을 향한 비전에 따라 움직이게 되어 있다. 작품은 이에 따라 좌지우지되기 마련이다. 따라서 EMK에 의해 제작된 <마타하리>와 같은 작품은 창작뮤지컬의 범주 안에서 논의되어야 한다고 본다. 중요한 것은 이러한 경우 해외 창작진의 관점이 얼마나, 어떻게 반영되고 조율되었는가 하는 점이다.

말해 두 ‘천재’가 결합되는 방식이 <페스트>의 본질이라는 것이었다. 저항과 연대는 이 결합을 가능하게 만든 원천으로 부각되었다.<sup>72)</sup> <도리안 그레이>는 오스카 와일드의 탐미주의 소설 <도리안 그레이의 초상>의 미학적 범주 안에서 탄생된 작품이었다. 창작진들은 원작이 지닌 퇴폐적인 아름다움을 무대화하는 방식에 주목하였고, 이를 체코 현지에서 작업한 영상과 사진으로 선공개함으로써 작품의 이미지를 만들었다.



< 사진 1 >

<도리안 그레이> 시그니처 포스터

사진 1 <도리안 그레이> 포스터는 고풍스러운 건물과 초록색의 자연,

중세풍의 유럽식 옷을 입고 배 안에서 밀회를 즐기고 있는 커플의 모습을 작품의 대표적 이미지로 내세웠다. 고급스러운 흰 색의 옷을 입고 얼굴을 가린 커다란 모자를 쓰고 있는 커플들의 이미지는, 원작을 알고 있는 관객에게는 헨리와 도리안이라는 정체를 오묘하게 드러내지만 그렇지 않은 관객에게는 원작을 찾아 호기심을 스스로 충족시키도록 하는 전략을 내포하고 있다. <페스트>와 <도리안 그레이> 모두 고전으로서의 원작의 지위를 뮤지컬의 ‘고급스러움’을 이미지화하기 위해 활용하였고, <페스트>는 원작에서 추출한 ‘연대’와 ‘저항’이라는 주제어를 서태지라는 콘텐츠의 핵심으로 부각시킴으로써 스스로 진중한 메시지를 품은 뮤지컬임을 알렸다.

한편 <마타 하리>는 서양에서 만든 수많은 창작물을 통해 고전적 지위를 얻게 된 서양인물에 집중했다. 이미 다양한 소설과 영화, 드라마, 발레 등을 통해 팜프파탈 스파이의 대명사가 된 네덜란드 태생 마타 하리(본명 마가레타 게르트루데 젤르Margaretha Geertruida Zelle<sup>73)</sup>)였다.<sup>74)</sup> 뮤지컬은 미국과 유럽에서 활발하게 활동하고 있는 창작진이 마타하리를 처음으로 ‘뮤지컬’로 만든다는 점에 집중했고 250억 원으로 과장된 제작비의 규모로 작품의 질적인 우수함을 마케팅했다. 그러나 주목해야 할 것은, ‘왜 마타 하리인가’라는 질문에 작품이 제대로 답하고 있는가 하는 점이

73) 뮤지컬에서는 마타 하리의 본명이 ‘마가레타 거트루드 젤르’로 발음된다. 미국의 창작진이 알렉상드르 뒤마의 동명 프랑스 소설을 뮤지컬로 각색하여 인물의 이름이 전부 ‘미국식’으로 발음되는 <몬테 크리스토>처럼 <마타 하리> 역시 동일한 현상을 보이고 있다.

74) 국내에 번역된 소설만 해도 커드 싱거, 김수명 역, 『마타하리』, 정음문화사, 1984; 조엘 지스킨, 김집 역, 『마타하리』, 태일출판사, 1985; 최근 파올로 코엘료가 발표한 『스파이』(오진영 역, 문학동네, 2016)까지 다양한 버전이 소개되었다. 영화로는 조지 피스모리스 감독, 그레타 가르보 주연의 <마타 하리>(1931), 프랑수아 트뤼포 각본, 장 루이 리샤르 감독, 잔느 모로 주연의 <마타 하리, 에이전트 H21>(1965), 조엘 지스킨 각본, 커티스 해링턴 감독, 실비아 크리스텔 주연의 <마타 하리>(1985) 등이 있으며 네덜란드의 TV시리즈(1981), 김성종의 소설 <여명의 눈동자>를 원작으로 한 동명 드라마의 여주인공 모델로도 다루어졌다.

72) 이재훈, 앞의 기사, 2016.7.14.

었다. 대부분 허구에 기반을 둔 기존의 창작물들과 뮤지컬이 변별되는 지점들을 만들어 냈는지, 더 나아가 마타 하리를 창작뮤지컬이라 호명할 수 있다면 그 정체성은 무엇인지 분별해야 한다는 것이다.

결론부터 말하자면, <마타 하리>는 <댄싱 새도우>에서 정후로 포착되었던 두 가지 양상 중 한국 뮤지컬 시장의 콤플렉스를 지우고 문화제국주의적 지향을 더 구체적으로 밀고 나갔다고 이야기될 수 있다. 1차 세계대전 동안 독일과 프랑스의 ‘이중 스파이’로 암약했다는 마타 하리에 관한 상식을 ‘프랑스의 스파이’였다는 관점으로 축소하고 독일 스파이 관련 정보를 각색했던 드라마의 방향은 무엇을 발언하는 것일까. 역사상 마타 하리는 프랑스가 아닌 독일의 스파이 H21(마타 하리의 인식번호)로 아주 짧은 기간 동안 활약했으며, 그 활약상 또한 그다지 크지 않았다.<sup>75)</sup> 마타 하리가 독일의 스파이 지령을 받고 프랑스에서 암약하던 시기, 프랑스 공군이 주둔하고 있던 비텔 지역에 중군 간호사로서 들어가 부상 입은 러시아군 애인을 간호하려 했다는 사실 역시 확실치 않다. 확실한 것은 이 시기 여러 명의 조종사들과 깊은 관계를 맺었던 마타 하리가 프랑스 방첩기관의 소환을 받았을 당시, 프랑스의 라두 대령에게 스스로 프랑스를 위해 첩보활동을 하겠다는 제의를 했다는 사실이었다.<sup>76)</sup> 뮤지컬은 바로 이 비텔 시점의 이야기를 초점화하고 여기에 등장하는 라두 대령, 러시아군 애인(뮤지컬에서 아르망이라는 프랑스 공군으로 바뀜)을 마타 하리와 삼각관계에 놓인 인물들로 전환해 놓았다. 대중서사적 상상력을 최대한 작동시킨 것이다. 그런데 마타 하리와 애인관계로 발전하는 아르망이 관객에게 프로타고니스트로 수용되는 인물이기 때문에, 자연히 이와 대척점에 놓인 독일군 진영은 안타고니스트로 배척되며 이는 동맹

국에 대한 관객의 무의식적인 혐오로 은연중 발전된다.<sup>77)</sup> 연합국의 관점에 동질화되어 있는 이러한 태도는 이 작품이 국내 자본에 의해 탄생된 뮤지컬이라는 정체성 너머, 영미권 시장에서 쉽게 글로벌한 소구력을 갖출 수 있는 이데올로기적 기반을 함의한다는 점에서 문제적이다. 수많은 유럽의 고관대작들과 염문을 뿌렸다는 이유로 쉽게 스파이로 의심되는 상황에 놓여 있던 마타 하리가 실제로는 성을 무기로 권력과 돈을 얻었던 여성이었으며, 동양적인 것에 대한 유럽인의 호기심을 이국적이고 에로틱한 춤으로 충족시켰던 무희였다는 점을 상기하면 더욱 그렇다.

정리하면, 2016년에 귀환한 대형 창작뮤지컬들은 대내외적 필요에 의해 서양을 일차적인 기준점으로 삼고 작품을 기획했다는 특징을 공통적으로 보여주었다. 문화제국주의적 지향을 그대로 내면화할 정도로 한국 뮤지컬 시장 안에서 확장하고 있는 보편은, 내수 시장의 위기감을 돌파하기 위한 해법으로서 대형 프로젝트 안에서 건재하고 있다. 2017년과 2018년에도 여전히 서양고전을 원작으로 활용한 대형 창작뮤지컬 <벤허>(제작자 충무아트센터, 저작권자 왕용범 프로덕션)와 EMK의 <웃는 남자The Man Who Laughs>(프랭크 외일드혼 작곡, 로버트 요한슨 연출)가

77) 뮤지컬 속 마타 하리는 1막에서 독일군 폰 비싱 장군에게 접근하여 항후 전쟁과 관련된 결정적인 정보를 얻는다. 물론 마타 하리는 이 장면에서 성을 이용한다. 폰 비싱은 마타 하리의 여색에 취해 정보를 흘리고 마타 하리의 계략에 빠지는 아둔한 인물로 묘사된다.

폰 비싱	독일어를 쓸 때면 정말로 사랑스러워.
마타하리	아름다운 언어니까요.
폰 비싱	정말로 독일을 사랑하는군.
마타하리	가슴 깊이요.
폰 비싱	내게 좋은 생각이 있어. meine Liebe.
마타하리	그게 뭘까요?

(EMK, <마타 하리> 2016년 공연 대본, 39면)

75) 엄창현, 『엄창현의 서양사 배낭여행 1: 세기의 여간첩 마타 하리』, 『월간 사회평론 길』 vol.96, no.2, 1996, 119면.

76) 엄창현, 위의 글, 121면. 이 글에 의하면 라두 대령은 마타 하리의 제의를 받아들이는 척 했다고 한다.

이후 마타 하리의 프랑스측 스파이 노릇을 간파한 폰 비싱은 프랑스군에게 마타 하리가 독일 스파이 노릇도 하고 있다며 거짓으로 정보를 흘리는 간교한 인물의 이미지가 지까지 덧입는다.

예정되어 있다는 사실은 이 양상이 꽤 지속될 것임을 암시한다.

#### 4.2. 팬덤과 한류, 감성의 재생산

그렇다면 2016년의 작품들이 창작뮤지컬일 수 있는 근거는 작품의 내적 논리에서는 찾을 수 없는 것일까? 특히 <마타 하리>는 어떠할까?

서양고전을 원작으로 삼은 작품들은 전술했듯 고전이 보여주는 텍스트의 깊이를 자연스럽게 작품의 이미지로 갖게 된다는 이점을 갖고 있다. 여기서 ‘고전이 보여주는 텍스트의 깊이’란 아마도 텍스트를 전유하게 하는 근원들, 즉 향유자에게 “텍스트의 절단면”<sup>78)</sup>을 응시하게 하고 이에 대한 개별 텍스트를 조직하게 하는 수많은 겹을 의미할 것이다. 고전의 절단면을 찾아내서 그것을 일관성을 갖춘 드라마로 재탄생시킬 때 뮤지컬 각색 작업은 성공적으로 완수될 수 있다. 영국산 <오페라의 유령>보다 늦게 제작되었지만, 원작(가스통 르루의 추리소설 <오페라의 유령>)이 애매하게 처리했던 팬덤의 개인사에 집중하여 성공을 거둔 미국산 <팬텀>은 이에 대한 좋은 모델이 된다.

이러한 기준을 적용해 보자면, 뮤지컬 <페스트>가 찾은 원작의 절단면은 ‘공간’이 된다. 소설 『페스트』의 공간은 항구도시 오랑이다. 그런데 카뮈는 이 ‘항구도시’를 ‘유폐된 곳’으로 묘사한다. 카뮈는 소설의 첫 부분에서 오랑 시의 특성을 길게 묘사할 정도로 그 공간성을 강조하는데, “이 도시가 만을 등지고 세워져서 바다가 보이지 않”<sup>79)</sup>는다는 문장으로 공간의 폐쇄성을 드러내고 있다. “나는 페스트를 수단으로 해서 우리가 고통 받았던 질식 상태와 우리가 살았던 곳의 위협과 유배의 분위기를 표현하고 싶었다.”<sup>80)</sup>라는 카뮈의 말은 공간의 의미를 해석하는 방향타와 같다.

물질적인 풍요로움은 있지만 정신적으로는 무지의 상태, 메마른 무시간성으로 가득한 공간, 그리고 이 모든 것이 ‘평범한 일상’이 되어 버린 공간이 오랑 시라는 것이다. 소설은 페스트가 창궐하면서 오랑 시의 시민들이 이러한 무지의 상태에서 벗어나고 공동체와 연대의식의 미덕을 발견하는 과정을 그린다. 따라서 주인공 리유의 선한 말과 행동으로 표상되는 윤리적 감각의 회복은 다소 진부하지만 소설의 핵심이 된다.

뮤지컬은 이렇듯 카뮈의 세계인식을 드러냈던 소설의 오랑 시를 미래의 어느 한 시점에 놓인 오랑 시로 전유한다. 그리고 소설의 공간성에서 함의된 디스토피아의 이미지를 극단적으로 확장시킨다. 이를 테면 이런 식이다. 세계는 하나의 국가로 통합되었으며 테크놀로지는 비약적으로 발전되었다. 국가는 사회와 인간을 통제하는 치밀하고 완벽한 시스템을 제공하고 인간은 통제받고 있다는 사실을 전혀 느끼지 못한다.<sup>81)</sup> 소설 속 오랑 시의 ‘평범함’이 통제당하는 사회의 ‘안정성’으로 맥락화 된 셈이다. 뮤지컬은 이러한 공간의 변화를 설명하기 위해 발단의 많은 부분을 할애한다. 오랑 시 리샤르 시장의 지휘 아래 개발된 행복유지프로그램(기억제거장치, 욕망해소장치)이 인간적 가치들을 얼마나 무자비하게 거세하고 있는지를 SF적 감각으로 구체화하고, 인간적 가치의 회복을 행복의 기준으로 주장하는 여성 식물학자 타루와 ‘작곡’을 하며 인간적 감성을 유지하고 있는 그랑을 오랑 시와 대비시킴으로써 이를 수행한다.

그런데 이렇게 변화된 공간의 공간성이 작품에 새롭게 기여하는 바가 사실상 크지 않다는 점은, <페스트>가 찾은 절단면이 서태지와 절합이라는 기능적인 목적에 의한 것이었음을 드러낸다. 앞서 설명한 오랑 시의 디스토피아 이미지는 서태지의 ‘휴먼 드림’이라는 노래로 작품 초반

78) 이진경, 『파격의 고전』, 글항아리, 2016, 14~16면 참조.

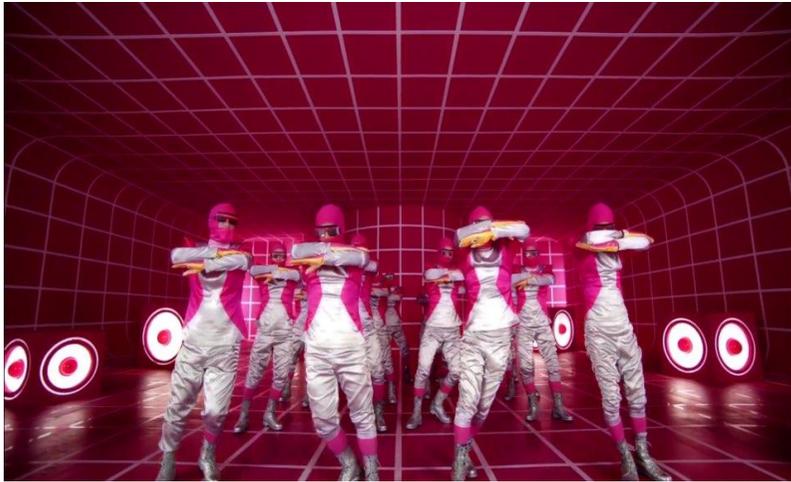
79) 알베르 카뮈, 유희식 옮김, 『페스트』, 문학동네, 2016, 14면.

80) “Je veux exprimer au moyen de la peste l'étouffement dont nous avons tous souffert et

l'atmosphère de menace et d'exil dans laquelle nous avons vécu.”(Carnets II, Gallimard, 1964, p.72. 이은숙, 『『페스트』에 나타난 공간의 의미연구』, 울산대 석사논문, 2001, 4면에서 재인용.)

81) 김은정·노우진, 뮤지컬 <페스트> 공연대본, 2016, 2면.

부에서 트위스트 되는데, 원곡의 전자음과 뮤직비디오의 이미지, 그리고 노래의 컨셉이 무대에 거의 그대로 차용되며 ‘휴먼 드림’은 사실상 오랑 시의 무대화 방식을 견인한 핵심 콘텐츠로 활용되어 있다.



< 사진 2 > 서태지 ‘휴먼 드림’ 뮤직비디오의 한 장면

인간과 기계가 공존하는 세계에서 인간성을 질문하는 ‘휴먼 드림’이라는 노래와 뮤직비디오의 이미지는 뮤지컬이 참고한 원형적 콘텐츠와도 같다. 이를 근거로 오랑 시의 변모가 일어난 것으로 판단되는 바, 뮤지컬은 결국 서태지라는 로컬리티의 소환을 위해 원작의 절단면을 찾아낸 것이 된다. 이는 뮤지컬 <페스트>의 1차 관객인 서태지 팬덤을 적절히 자극하고 작품 초반부터 화제성을 유지하려는 전략에 의한 것이다. 작품의 이러한 태도는 뮤지컬 <페스트>가 서태지 오마주에 많은 힘을 쏟은 근본적인 이유라 할 수 있다.<sup>82)</sup>

82) 가장 노골적인 서태지 오마주는 그랑이 20세기 문화 박물관에서 ‘가장 좋아하는 20세기 작곡가’인 서태지의 ‘너에게’를 부르는 장면이다. 그랑의 노래를 들은 미래인간 에릭과 줄리는 ‘노래로 생생하게 전달되는 인간의 감정’을 처음 맛보고 이에 심취한

작품의 1차 관객을 위한 절단면 찾기 작업은 <도리안 그레이>에서도 찾아볼 수 있다. <도리안 그레이>는 2013년 7월 우란문화재단의 지원으로 프로젝트박스 시아에서 워크샵을 올린 이후, 배우 캐스팅에 난항을 겪고 작품의 대중성에 문제가 제기되자 기약 없는 표류상태에 들어갔다. 워크샵 상태의 공연이 뮤지컬화가 가능한 작품으로 전환된 것은 배우 김준수와 씨제스컬처가 합류하면서부터였는데,<sup>83)</sup> 이에 따라 작품은 최고의 티켓파워를 가진 김준수에게 최적화된 공연으로 자리 잡아 갔다. 지고의 아름다움을 소유한 소설 속 도리안이 김준수의 육체로 현현한다는 것은 김준수의 도리안에 동의하는 관객과 그렇지 못한 관객을 나누는 작업이 될 수밖에 없으므로, 김준수의 팬덤을 최대한 활용하는 것이 가장 현명한 무대화 방식이 될 것은 자명했다. 이는 작품이 타락해가는 도리안을 향한 연민을 거두고 그의 아름다움을 끝까지 유지하는 관점을 취했던 이유였다.

방 안으로 들어선 그들은 근사한 초상화 한 점이 벽에 걸린 것을 발견했다. 이 초상화는 그들 주인의 얼굴을 그린 초상화였다. 미모와 젊음을 간직한 아름다운 모습이었다. 바닥에는 야회복 차림의 남자가 가슴에 칼이 꽂힌 채 죽어 있었다. 주름투성이에 야위고 역겨울 뿐만 아니라 흉측한 몰골이었다. 그들은 그 사람의 손에 낀 반지들을 살펴본 다음에야 그 자가 누구인지 알 수 있었다.

(소설 『도리언 그레이의 초상』 결말<sup>84)</sup>)

도리안, 이젤 위에 올려져 있는 칼을 들어 자신의 목을 긋는다.

초상화 속 도리안이 흥취해지며 피를 흘리기 시작한다.

(중략)

다.

83) 조용신 감독과의 인터뷰, 강남구 신사동 카페코발트, 2017.11.01.

84) 오스카 와일드, 베스트트랜스 옮김, 『도리언 그레이의 초상』, 더클래식, 2016, 298면.

도리안, 죽어간다.

처음 완성된 날과 같이 젊고 아름다운 도리안의 모습이 담긴 초상화가 그대로 걸려있다.

(뮤지컬 <도리안 그레이> 대본집 결말<sup>85)</sup>)

위의 인용문에서 알 수 있듯, 소설의 결말은 도리안의 내면에 깊이 도사리고 있던 악을 드러내며 비극적 최후를 그린다. 그의 ‘역겨운 외모’는 내면의 악을 표상한다. 오스카 와일드는 작품 전반의 유미주의적 태도를 거스른 이러한 도덕적 결말을 실수라고 인정하였는데,<sup>86)</sup> 이에 반해 뮤지컬은 헨리의 윤리적 단죄에 각성된 도리안이 ‘모습이 변하지 않은 채’ 비극적 최후를 맞이하게 하여 도리안의 미학적 프레임을 끝까지 손상시키지 않았다. 오히려 이러한 각색 방식에 희생당한 인물은 헨리였다. 도리안을 쾌락주의로 자극한 후 서사의 표면에서 사라지기를 반복하던 소설의 헨리와 달리, 뮤지컬의 헨리는 도리안을 두고 쾌락주의를 실험하는 학자로 변모함으로써 윤리적 감각을 갖춘 구체적인 인물로 재탄생했다. 그 결과, 헨리라는 인물의 비밀스러운 본원적 매력은 반감되고 말았다.

같은 맥락에서 뮤지컬의 도리안이 자신의 타락에 대한 고민을 (소설보다) 덜 하고, 애매한 관계였던 배질 홀워드와 직접적인 동성애 관계를 형성하여 스스로 섹슈얼리티를 최고치로 끌어올리고, 쾌락에 완전히 빠져 들어가는 자신의 내면을 ‘아이돌 김준수의 춤’으로 표현한 것은 1차적으로 김준수의 팬덤을 자극하기 위해서였다. 주지하다시피, 이는 뮤지컬 스타 김준수를 포함하여 한류 스타 김준수까지 끌어들이기 위한 전략이었다.<sup>87)</sup> 이상에서 알 수 있듯, <도리안 그레이>는 원작의 절단면을 ‘인물’

에서 찾고 이를 김준수의 팬덤이라는 마케팅 방향과 접목시켰다. 2007년 뮤지컬 시장에서 실험되었던 ‘한류’는 스타배우를 중심으로 이어지던 일본 시장을 통과하며 여전히 국내 무대에 살아 있었다. 잔존하는 한류지만, 그 위력은 여전했다.

그렇다면 <마타 하리>는 로컬리티로 호명될 만한 요소가 전혀 없는 것일까? 앞서 설명했듯, 작품의 주요 드라마는 드라마의 축을 바꾼 연합국 진영의 관점이 잘 노출되지 않을 정도로, 사랑에 굶주린 소녀의 내면을 지닌 마타 하리가 프랑스의 스파이 노릇을 하다 사랑에 희생당하는 과정을 신파적으로 그린다. 마타 하리가 아닌 마가레타의 ‘진실된’ 자아를 사랑해주는 아르망과의 사랑이 정치적 상황에 휘말리며 그 폭력적인 질서에 굴복하고 마는 과정이 주요 드라마로 다루어지고, 폭력적인 현실을 상징하는 라두의 마타 하리에 대한 집착이 이와 함께 통속적인 삼각관계로 부각되어 있기 때문이다. 이는 <마타 하리>가 국내 시장에서 그다지 성공적이지 못했던 이유이며, 동시에 한국 대중서사에서 익숙한 미감이 발현되는 아이러니한 지점이기도 하다. 육체적 순결을 일찍부터 반복적으로 훼손당했던 마타 하리의 ‘결함’이 라두의 스파이 제안을 ‘어쩔 수 없이’ 수락한 이유라는 점, 사랑에 실패한 후 일종의 정신적 퇴행증상을 보이며 죽음을 받아들이는 마타 하리의 인물형은 한국대중예술에서 포착되는 신파적 여주인공과 큰 차이가 나지 않는다.<sup>88)</sup> 이러한 미감은 익숙하지만 새롭게 조명되어야 할 서양인물에게서는 오히려 낯설게 느껴지는, 이중적인 시선으로 응시되는 정서였다.

따라서 2016년의 세 작품들은 서양의 것을 보편으로 상정해 놓고 마케팅과 정서적 측면에서 로컬리티와 타협하고 있었다는 결론을 얻는다. 고전 원작 각색물의 이점을 작품 내부에서 효과적으로 살리지 못하고, 텍

85) 극본 조용신, 각색 이지나, A New Musical <Dorian Gray> 대본집, 씨제스컬처, 2016, 54면.

86) 강준수, 『『도리안 그레이의 초상』에 나타난 인간의 이중성』, 『영어영문학연구』 제38권 4호, 대한영어영문학회, 2012, 16면 참조.

87) <도리안 그레이>는 서울이 아닌 성남아트센터에서 공연되었다. 또한 일반적으로 공연계가 필요일을 ‘쉬는 날’로 정해 놓은 것과 달리, <도리안 그레이>는 필요일을 쉬

는 날로 정하여 주말 일요일 공연을 없었다. 이와 같은 불리한 스케줄과 위치에도 불구하고, 김준수의 일본팬들은 여전히 공연장을 찾아 주었다.

88) 이영미, 『한국대중예술사, 신파성으로 읽다』, 푸른역사, 2016, 52~61면 참조.

스트를 통해 외부로 뻗어나가려는 지향이 더 중시된 결과였을 것이다. 고전을 각색한 뮤지컬이 또 다른 고전이 되어 스스로 절단면을 제공하는 텍스트가 되었을 때, 보편적인 호응은 자연스럽게 찾아오게 될 것이다.

## 5. 나가며

이상으로 2016년에 집단적으로 귀환한 대형 창작뮤지컬들을 통해 한국 뮤지컬 시장을 관통하는 열망의 양상과 그 근원을 논의해 보았다. 2007년에도 창작뮤지컬 네 편이 집단적으로 제작되었던 사실을 상기하며, 10년을 주기로 반복된 대형 창작뮤지컬 제작은 시장의 어떠한 사정을 근간으로 이루어진 것인지 고찰했다. 그 결과 다음의 결론을 얻는다.

첫째, 2007년과 2016년의 시장 상황은 현저히 달랐다. 2007년 창작뮤지컬 제작의 붐은 시장의 급속한 성장과 한류 현상을 발판으로 가능했다. 뮤지컬 창작의 방법론이 여러 실험의 단계를 거치지 않은 채, 뮤지컬을 통한 문화산업의 가능성과 국가 브랜드 상승이라는 경제적 가치가 우선시되었던 시대의 풍경이었다. 그러나 당시 시도들이 철저히 실패하고 시장의 상황이 불안정해지자 지속되던 대형 라이선스 뮤지컬의 위세에 눌려 창작 뮤지컬은 중소극장을 중심으로 제작될 수밖에 없었다. <광화문 연가>, <그날들>, <프랑켄슈타인>과 같은 대형 작품이 흥행에 성공했지만 시장의 구조를 근본적으로 바꾸지는 못했다. 2016년의 시도는 따라서 관객확장에 한계가 있는 내수 시장이 라이선스 뮤지컬의 로열티를 감당하기 어려운 상황 속에 존재했다. 다시 말해 시장의 지속과 확장을 위한 자구책으로 모색된 것이었다. 창작뮤지컬이 판타지로 인식되던 시대를 지나 시장의 위기감을 극복하기 위한 실질적 대안으로 자리 잡은 것이다.

둘째, 시장의 흐름을 조절하는 대형 뮤지컬은 보편성을 가장 중요한 요건으로 내세워야 한다는 인식이 2016년 창작뮤지컬에서 전반적으로 발견된다. 심지어 수출용으로 제작될 경우 문화제국주의적인 이데올로기를 내면화할 정도로 강력하게 작동되고 있다. 이는 대형 창작뮤지컬이 주로 역사와 전통을 거대담론에 담아 매머드급으로 제작되던 1990년대와 2000년대 초반의 상황과도, ‘한국적인 것이 세계적인 것’이라는 한류의 인식이 작용했던 2007년의 양상과도 분명히 결을 달리하는 시대로 진입했음을 알려준다. 이러한 창작뮤지컬의 보편성을 향한 열망은 제작의 지향점이 국내에 머무르지 않고 해외 역시 염두에 두고 있다는 점, 그동안 대형 라이선스 뮤지컬을 통해 서양의 고전과 역사를 다수 접하며 개발되던 국내 관객의 취향을 저격하고 있다는 점을 감안하면 폭넓은 시장성을 목표하는 것임을 알 수 있다. 특히 세 작품 모두 제작사의 첫 번째 창작뮤지컬이었다는 공통점은 이러한 열망의 실체를 더 잘 보여준다고 하겠다.

셋째, 2016년 대형 창작뮤지컬들은 내수 시장의 팬덤을 자극하고 정서적 익숙함을 유발하는 방식으로 로컬리티와 타협했다. 고정된 뮤지컬 팬층이 아닌 출연배우와 콘텐츠 제공 가수의 팬덤을 뮤지컬 관객으로 흡수하려는 전략은 텍스트 재해석의 원천이 되었다. 물론 <페스트>의 경우는 주크박스 뮤지컬의 생리에 맞게 서태지의 노래와 소설의 내러티브를 잘 결합시켜 주크박스라는 양식 자체의 산업적 본질에 잘 맞추는 것이 온당했다. 그러나 실제로는 두 원천들 사이의 균형감이 깨지며 서태지가 크게 부각되고 말았는데, 이는 팬덤을 과도하게 의식한 결과로 보이며 이러한 점에서 <도리안 그레이> 역시 마찬가지였다. 작품 외적인 요인으로 로컬리티가 타협되는 양상은 결국 작품 자체의 생명력에 한계를 노정했다.

한편, 2016년에는 이 외에도 <곤 투모로우><sup>89)</sup>와 <서울의 달><sup>90)</sup>이라는

89) 뮤지컬 <곤 투모로우>는 김수로프로젝트 제작, 이지나 대본/연출, 최중윤 작곡, 김성수 음악감독으로 2016년 9월 13일~11월 06일까지 광림아트센터 BBCH홀(1026석)에

대형 창작뮤지컬 두 편이 또한 존재했다. 본 논문에서 다룬 세 작품과 달리 로컬리티를 전면에 내세운 작품들이었다. 그러나 <곤 투모로우>는 갑신정변에 관련된 역사적 사실을 픽션으로 각색하여 ‘노와르 역사극’이라는 새로운 스타일을 지향했다는 점, <서울의 달> 역시 원작으로 삼은 동명 드라마(1994년에 방송된 MBC 드라마)의 시대적 배경을 동시대로 끌어 올렸다는 점에서 시대적 특수성보다 동시대성을 감안하고 있음을 보여주었다. 두 작품은 각각 새로운 스타일로 시장의 다양성을 지향하고 뮤지컬로 서울을 보여준다<sup>90)</sup>는 목적에 충실하며 내수 시장 자체의 확장을 도모했다. 2016년의 대형 창작뮤지컬들은 이렇듯 두 개의 축을 정점으로 하여, 보편성과 로컬리티 그리고 동시대성을 각각 다른 중량감으로 융합하고 변형시켰다. 그 사이에서 보편성을 향한 경도는 곧 광범위한 시장성을, 로컬리티는 곧 실험과 지역적 정체성을 의미했다. 따라서 <곤 투모로우>와 <서울의 달>보다 본 논문에서 다룬 세 작품이 화제성에서 앞섰고 주류 중의 주류로 존재했다. 흥행과 별개로 작품성으로 호소하지 못했던 세 작품은 스타와 팬덤, 명성에 기대고 있는 동시대 뮤지컬 시장의 한계를 보여주었다. 본 논문이 주류의 세 작품에 주목한 것은 이러한 경향을 읽기 위해서였다.

넷째, 따라서 지난 10년간의 시장의 흐름과 2016년의 열망의 근원을 통해 볼 때, 2007년의 시도들은 그대로 사장된 것이 아니라 한국 뮤지컬 시장의 지향의 틀을 만든 원형으로 존재하고 있음을 알게 된다. <대장금>과 <해어화>에서 시작된 한류 뮤지컬을 향한 열망은 김준수의 팬덤에서

서 공연되었다.

90) 뮤지컬 <서울의 달>은 서울시뮤지컬단에서 만든 작품으로서 김운경 원작, 이다윗 극본, 노우성 연출, 최중윤 작곡으로 2016년 12월 10일~25일까지 세종문화회관 대극장에서 공연되었다.

91) 서울시뮤지컬단은 2015년 시니어 뮤지컬 <서울 1983>에 이어 2016년 <서울의 달>을 연이어 제작했다. 뮤지컬에 서울을 지속적으로 담아내려는 노력 속에 관객층을 중장년층으로 확장하려는 의지가 엿보인다. 향후 행보를 주목할 필요가 있다.

구체화되며 일본 뮤지컬 시장을 거쳐 여전히 국내 시장에 존재하고 있으며, 중국 시장을 향한 확장으로 뻗어가고 있다. 한편, 한류의 이중성을 드러내던 <댄싱 새도우>의 지향은 <천국의 눈물>과 <마타 하리>의 이데올로기에서 더욱 강화되는 양상을 보여주었으며, 이에 국내 시장이 아닌 영미권 현지에서 제작되는 작품들로 진화되고 있다. 이러한 두 가지 흐름은 지역적으로 분리되어 개념화되는 경향을 보인다. 일본과 중국, 동남아시아 지역으로의 수출은 한류로, 영미권 시장은 글로벌화, 국제화, 전지구화라는 용어로 변별적으로 호명되고 있기 때문이다. 대형 창작뮤지컬들이 다시 귀환할 때, 이러한 시장의 이중적 태도가 어떻게 유지되고 변형되는지 관찰하는 것은 한국 뮤지컬 시장의 미래 풍경을 읽는 여전한 방법론이 될 수 있을 것이다.

## 참고문헌

### 1. 기본 자료

오은희 작, 뮤지컬 <하루> 대본, 엠뮤지컬컴퍼니, 2007.

오은희 작, 뮤지컬 <대장금> 대본, PMC, 2007.

EMK, 뮤지컬 <마타 하리> 2016년 공연대본, EMK, 2016.

파울료 코엘료, 오진영 역, 『스파이』, 문학동네, 2016.

알베르 카뮈, 유호식 역, 『페스트』, 문학동네, 2016.

김은정·노우진 작, 뮤지컬 <페스트> 공연대본, 2016.

오스카 와일드, 베스트트랜스 역, 『도리언 그레이의 초상』, 더클래식, 2016.

조용신 작, 이지나 각색, A New Musical <Dorian Gray> 대본집, 씨체스컬처, 2016.

김문정 작곡, 이지나 가사, 뮤지컬 <Dorian Gray> OST, 씨체스엔터테인먼트, 씨체스컬처, 2016.

### 2. 단행본

문화체육관광부 예술경영지원센터, 『2008 뮤지컬 실태조사』, 2009.

- 박명성, 『뮤지컬 드림』, 북하우스, 2009.
- 소홍삼, 『무대의 탄생: 기획이 곧 예술이다』, 미래의 창, 2013.
- 예술경영지원센터, 『2015 뮤지컬 실태조사』, 문화체육관광부, 2015.
- 이영미, 『한국대중예술사, 신파성으로 읽다』, 푸른역사, 2016.
- 이진경, 『과격의 고전』, 글항아리, 2016.
- 임동욱, 『세계화와 문화제국주의』, 커뮤니케이션북스, 2012.
- 진달용, 『문화제국주의의 재해석』, 커뮤니케이션북스, 2011.
- 최민우, 『뮤지컬 사회학』, 이콘, 2014.
- 한국문화관광연구원, 『공연물 해외진출 지원방안 연구: 뮤지컬을 중심으로』, 2013.
- 사카이 나오키, 이득재 옮김, 『사산되는 일본어·일본인』, 문화과학사, 2003.
- 레이먼드 윌리엄즈, 박만준 옮김, 『마르크스주의와 문학』, 지만지, 2013.
3. 논문, 평론, 기사
- 강준수, 『『도리안 그레이의 초상』에 나타난 인간의 이중성』, 『영어영문학연구』 제38권 4호, 대한영어영문학회, 2012.
- <인터뷰> 뮤지컬 제작자로 나선 허준호, 『연합뉴스』 2006.10.23.
- <인터뷰> 송승환·이광호 PMC 프로덕션 대표, 『연합뉴스』 2007.8.16.
- 김성환, 오래된 한류, 한류의 미래. 어디든 내리는 ‘비’와 한류의 문화사적 재현성, 『동양사회사상』 제15권, 동양사회사상학회, 2007.
- 박명성, 『가늠하기 어려운 2010년 뮤지컬 시장』, 『더뮤지컬』 no.87, 2010년 12월호.
- \_\_\_\_\_, 대형 창작뮤지컬, 한국 관객부터 설득시켜라! 상반기 뮤지컬 결산, 『연극평론』 통권 62호, 2011.
- \_\_\_\_\_, 2011 뮤지컬 결산. 새로운 기대를 품게 한 2011년 뮤지컬 시장, 『더뮤지컬』 no.99, 2012년 1월호.
- 박명성·송준호, 『2015 뮤지컬계에는 어떤 일이?』, 『더뮤지컬』 no. 147, 2015년 12월호.
- 박찬수, 문화 세계화·균일성을 넘어서, 『글로벌 창 의 문화연구』 4(2), 글로벌창의산업연구센터, 2015.
- 박천휴, 뉴욕에서 첫발을 내디딘 <마타하리>, 『더뮤지컬』 2014년 9월호.
- 송명훈, 취재후: 250억? 마타하리 제작비 ‘뺑뫼기(?)’ 유감, 『KBS 뉴스 취재후』, 2016.3.16.
- 엄창현, 엄창현의 서양사 배낭여행 1: 세기의 여간첩 마타 하리, 『월간 사회평론 길』 vol.96, no.2, 1996.
- 원종원, 『뮤지컬 산업의 시장속성에 관한 시론적 연구』, 『공연문화연구』 Vol.11, 2005.
- \_\_\_\_\_, 한국 뮤지컬산업의 시장 특성에 관한 고찰, 『서비스마케팅저널』 Vol.3 No.1, 2010.
- 이은숙, 『페스트』에 나타난 공간의 의미연구, 울산대 석사논문, 2001.
- 이재훈, 송경옥PD “서태지음악 저항의식 쾌감 대중 공감의 힘”, 『뉴스시스』 2016.7.14.
- 이종규, 2015년 공연시장 결산, 『웹진 아르크』 2016.2.22.
- 이지호, 뮤지컬 ‘빨래’ 日공연, 관객들 ‘눈물’, 『JPNEWS』, 2015.2.4.
- 장지영, 일본의 한류 뮤지컬 특집1: 한류의 시작, 『플레이DB』, 2012.5.24.
- \_\_\_\_\_, 일본의 한류 뮤지컬 특집 2: 뮤지컬 한류의 변화, 『플레이DB』, 2012.5.24.
- \_\_\_\_\_, 김준수를 위한 김준수 팬들을 위한 뮤지컬, 『국민일보』, 2016.9.7.
- \_\_\_\_\_, 일본서 공연되는 한국뮤지컬 ‘프랑켄슈타인’, 영상 없애고 운율 살려 詩的 재구성, 『국민일보』, 2017.1.17.
- \_\_\_\_\_, “투명성”, 한국 뮤지컬 질적 성장 위한 가장 중요한 과제입니다. CJ E&M 공연사업부문 박민선 본부장 인터뷰, 『웹진 MUST』 vol.22, 2017.
- 정세원, 뮤지컬 시장에 유입된 금융자본의 오늘, 『더뮤지컬』, 2009년 6월호.
- 조 흡, 포스트헤게모니 문화이론을 위한 ‘감정구조’와 ‘감정경제’의 비판적 분석, 『영상예술연구』 제14호, 영상예술학회, 2009.
- 조용신, ‘무비컬’ 이어 ‘노블컬’ 열풍으로, 『르몽드 디플로마티크』, 2009.12.03.
- 조준희, 라이선스 뮤지컬 연출방법 연구-2009년 <드림걸즈> 한국 프로덕션을 중심으로, 『공연문화연구』 제25집, 한국공연문화학회, 2012.
- 최승연, <댄싱 새도우>가 드리운 그림자, 『한겨레 21』 669호, 2007.07.19.
- \_\_\_\_\_, 뮤지컬로 돌아온 ‘김광석(들)’과 복고의 경제학, 『대중서사연구』 제20권 3호, 대중서사학회, 2014.
- \_\_\_\_\_, 스펙터클로서의 요리, 소통으로서의 먹기-뮤지컬에서 재현된 음식에 대하여-, 『돈암어문학』 제28집, 돈암어문학회, 2015.
- 한미라, 트랜스내셔널 시네마와 경쟁하는 보편성: <설국열차>(봉준호, 2013)를

중심으로』, 『영화연구』 68, 한국영화학회, 2016.  
홍승희·정재왈, 한국 뮤지컬의 시장현황과 발전방안 연구』, 『미디어와 공연에  
술연구』 Vol.10 No.2, 2015.

## Abstract

### Universality at Large, Compromised Locality

Choi Seungyoun

There is a kind of déjà vu in the original Korean mega musicals of 2016. It is because there was the same phenomenon in 2007. In the heydays of Korean musical industry in 2007, the representative 4 mega musicals were originally made in Korea. This study is focusing on this repeated phenomenon of musical industry and is exploring why and how the differences occurred in the contemporary musical industry.

Key words : Cultural Imperialism, Dorian Gray, Korean Mega Musical Theatre, La Peste, Locality, Mata Hari, Universality

접수일: 2017년 1월 31일  
심사기간: 2017년 2월 14일~2월 28일  
게재결정: 2017년 3월 4일