

참여연대·민변민생경제위원회·청년유니온

수 신 각 언론사 사회부, 문화부, 경제부, 국회 담당, 영화 담당
참여연대 최인숙 민생팀장 011-661-0730
발 신 민변 성춘일 변호사 010-2606-9871
청년유니온 김정우 팀장 010-2960-2998
제 목 공정위는 영화시장 지배하는 멀티플렉스 불공정행위 신속 수사·엄단해야
날 짜 2015. 6. 18(목) 총 18쪽

보 도 자 료

공정위는 영화시장 독점지배하는 멀티플렉스 불공정행위 신속 수사·엄단해야
영화관 팝콘가격 폭리, 무단광고상영, 3D안경 끼워팔기, 포인트사용 거절 행위 문제 개선 촉구
참여연대·민변·청년유니온, 공정위 신고, 영화관 불만사항 조사 등 영화관 개선캠페인 지속 및
광고 무단상영 소비자집단소송, 영화계 갑을 피해사례 발표 등 영화계 경제민주화 운동 나설 것

1. 공정위가 오늘 18일 CGV, 롯데시네마, 메가박스 등 멀티플렉스 3사의 불공정거래행위에 대해 조사 계획을 밝혔다. 공정위의 이번 조사는 지난 2월 9일 참여연대, 민변, 청년유니온이 멀티플렉스3사가 시장지배적 지위를 남용해 소비자에게 불이익을 주는 불법행위를 개선하고자 CGV·롯데시네마·메가박스의 팝콘 가격 폭리 문제, 무단 광고 상영, 3D안경 끼워팔기, 주말 시네마포인트 사용 거절 등에 대해 불공정거래행위금지 위반, 표시광고법위반 혐의로 공정거래위원회에 신고한 사건이다. 참여연대, 청년유니온, 민변은 지난 2월 신고 사건을 4개월만에 조사 계획을 밝힌 시의성 문제를 지적하며, 늦게나마 조사에 나선만큼 철저하고 신속한 조사를 통해 대형 영화관의 불공정거래행위를 엄단할 것을 촉구한다.
2. 국내 영화산업에서 CGV·롯데시네마·메가박스와 같이 대기업에서 운영하는 전국체인형태 멀티플렉스는 극장 수의 83%, 스크린 수의 94%, 좌석 수의 97%를 차지하며 절대적인 영향력을 행사하고 있다. 영화산업진흥위원회 통계에 따르면 2014년 극장 입장권 매출액은 역대 최대 액수인 1조 6,641억 원(2013년 대비 7.3% 증가), 관객 수도 2억 1,506만 명으로 역대 최다를 기록했고, 인구 1인당 평균 관람횟수는 4.2회에 달했다. 영화관람은 전 국민이 즐기는 대중문화인데, 국내 영화산업에서 투자·제작·배급·상영 전반을 몇몇 재벌·대기업이 장악하고 ‘수직 계열화’하면서 제작자, 스태프 등 영화관계자들이 겪는 부당한 일들이 발생하고, 이로 인해 시민들도 피해를 입고 있어 참여연대, 민변, 청년유니온과 시민들은 직접 영화관 불만 사항들을 조사해 공정위에 신고하게 되었다.(공정위 신고서 별첨)
3. 참여연대·민변민생경제위·청년유니온은 1월 28일부터 포털 다음 아고라에 영화관 개선 캠페인 페이지를 열어 시민이 뽑은 영화관 worst 10을 선정해 발표한데 이어 2월 12일 대학로 CGV 앞에서 1시간 동안 반짝 거리투표를 진행했다. 그 결과 △팝콘 △음료 △생수 가격 폭리 59표 △무단 광고 상영 문제 43표 △영화관 관람료·먹거리 가격 담합 39표 △맨 앞자리 좌석 할인 32표 △보다 다양한 영화 상영 25표 △영화관의 비좁은 좌석 21표 △영화관 알바 처우 개선 21표 △주말 시네마포인트 사용 불

가 18표 △주차장 유료화·과도한 요금 18표 △3D영화관 관람료 및 3D안경 끼워팔기 문제가 17표 등으로 나타났다.

4. 청년유니온, 민변, 참여연대는 온-오프라인 캠페인을 통해 선정한 10대 불만 사항과 포털 다음 아고라 이슈토론 코너에 올라온 시민 의견을 담아 영화관을 항의방문해 각 영화관계자들에게 정책 개선을 요구하는 캠페인도 진행했다. 3.30일 롯데시네마 본사, 4.8일 멀티플렉스 점유율 1위를 기록하고 있는 CGV본사를 항의 방문해 시민 의견을 전달했고 4월 중으로 시민의견에 대한 영화관 측 답변을 주겠다고 했으나 오늘까지 무응답이었다.
5. 한편 공정위는 2014년 CGV, 롯데시네마에게 해당 기업이 배급하는 영화에 대해 상영회차, 상영관 규모, 극장 예고편, 현장마케팅 등의 거래조건 또는 거래내용을 유리하게 제공하는 방법으로 차별적으로 취급하는 행위 등에 대해 시정명령과 과징금을 부과한 바 있으나 여전히 문제는 해결되지 않았다. 공정위는 위와 같이 영화산업 전반적으로 CGV, 롯데시네마, 메가박스가 차지하는 시장점유에 따른 영화 종사자, 소비자들의 피해가 확인된만큼 이번 조사를 통해 CGV, 롯데시네마, 메가박스 등의 고질적인 불공정거래행위를 근절을 위해 조속한 수사 및 엄단을 촉구한다.
6. 참여연대, 민변, 청년유니온은 이번 공정위 조사와 별도로 소비자들의 큰 불만사항인 부당한 광고 상영 문제에 대해 피해 입은 소비자와 집단 소송을 준비 중이며, 영화관의 소비자 피해 문제를 넘어 영화계 갑을관계 피해사례를 파악 해 영화계 경제민주화 실현을 위한 활동을 계획하고 있다.

※ 별첨 1 : 2015.02.09. 공정위 신고 사항

- 지난 2월 9일 공정위 신고 사항은 크게 1)시장지배적 지위 남용 및 불공정거래행위금지 등 위반 행위
2) 표시광고의 공정화에 관한 법률 위반 행위로 구체적인 내용은 다음과 같습니다.

1) 시장지배적 지위 남용 및 불공정거래행위금지 등 위반 행위

(1) 부당한 팝콘 등 판매 가격 문제 : 시장지배적 지위남용 등

- CGV·롯데시네마·메가박스 멀티플렉스 3사의 전체 영화관 중에서 극장수에서의 시장점유율이 각 34%, 28.2%, 16.6% 등 합계 78.8%이고, 스크린수는 41.3%, 29.1%, 19.7% 등 합계 90.1%이며, 좌석수는 41.7%, 30%, 19.4% 등 합계 91.1%의 시장점유율을 차지하고 있으므로, 공정거래법 제4조 제2호 “3 이하의 사업자의 시장점유율의 합계가 100분의 75 이상”인 경우에 해당되어 시장지배적 사업자에 해당합니다. 이 CGV·롯데시네마·메가박스 3사에서 판매하는 팝콘 가격은 소비자들이 일반 시중에서 구입할 수 있는 가격 보다 월등하게 비싸게 판매하고 있어 공정거래법 제3조의2 제1호에서 규정하는 “가격을 부당하게 결정, 유지하는 행위”에 해당할 뿐만 아니라, 이 같은 행위는 공정거래법 제3조의2 제5호 후단의 ‘소비자의 이익을 현저히 저해할 우려가 있는 행위’에 해당합니다.

(2) 3D안경 끼워팔기 : 불공정거래행위 중 거래강제행위

- CGV·롯데시네마·메가박스 멀티플렉스 3사는 3D 영화를 관람하려고 하는 소비자들에게 3D 영화용 안경’을 함께 구입하도록 강제하고 있습니다. 때문에 소비자들은 ① 3D 영화용 안경을 가지고 있는데도 3D 영화 상영서비스 제공을 받기 위한 입장료를 구매할 때 영화 가격의 약 1/5에 해당하는 금액을 추가적으로 더 지급하도록 강제당하고 있다는 점, ② 3D 영화용 안경이 소비자의 소유라는 점을 명확히 고지하지 않고 3D 영화용 안경 수거함을 비치함으로써 영화를 관람한 상당수의 소비자들이 3D 영화용 안경을 비치된 통에 반납하도록 하여 이를 청소한 후 재판매하고 있다는 점을 고려하면, 부당성 및 공정거래 저해성이 충분히 인정됩니다. 더구나 CGV·롯데시네마·메가박스는 3D 영화를 본 소비자들이 잘 알지 못하고 반납한 3D 영화용 안경을 수거한 후 청소하여 재판매를 함으로써 3D 영화용 안경 판매 대금 상당의 금액을 부당하게 취득하고 있습니다. CGV·롯데시네마·메가박스는 주된 상품인 3D 영화 상영서비스에 대한 표를 판매하면서 종된 상품인 3D 영화용 안경을 포함시켜 판매하는 행위는 공정거래법 제23조 제1항 제3호 및 같은법 시행령 제36조 제1항 관련 [별표 1] 불공정 거래행위의 유형 및 기준 제5호 가목에서 규정하고 있는 부당한 거래강제 행위 중 끼워팔기에 해당합니다.

(3) 부당한 광고 상영 : 거래상 지위남용행위

“당사자가 처하고 있는 시장 및 거래의 상황, 당사자간의 전체적 사업능력의 격차, 거래의 대상인 상품 또는 용역의 특성, 그리고 당해 행위의 의도, 목적, 효과, 영향 및 구체적인 태양, 해당 사업자의 시장에서의 우월한 지위의 정도 및 상대방이 받게 되는 불이익의 내용과 정도 등에 비추어 볼 때 정상적인 거래관행을 벗어난 것으로서 공정한 거래를 저해할 우려가 있는지 여부를 판단하여 결정”(대법원 2000두9359 판결)

- 위 대법원의 판단기준에 따르면, ① 오늘날 영화는 인터넷과 IPTV 등의 보급으로 디지털 온라인 매출이 발생하기는 하나, 영화진흥위원회의 2014년 한국 영화산업 결산에서 보는 바와 같이 2014년도 기준 극장 매출이 1조 6,641억원인데 반하여 디지털 온라인 매출은 2,971억원에 불과하여 여전히 극장을 통한 유통이 일반적이라는 점, ② 피신고인들은 자신들이 운영하는 각 상영관에서 자신들이 상영

할 영화를 선택하고 상영시간(길이), 상영 시간대, 상영 조건을 일방적으로 결정하고 소비자들은 이에 수동적으로 선택을 할 수 밖에 없는 구조라는 점, ③ 피신고인들이 극장에서 상영하는 광고에 대하여 피신고인들이 광고업자로부터 광고료를 받는다는 점, ④ 일반적으로 디지털매체를 이용하는 경우에 광고를 보는 경우에는 무료로 이용할 수 있고, 광고가 없는 경우에는 유료로 이용한다는 점, ⑤ 소비자들이 피신고인들로부터 구입하는 영화관람권에는 광고를 보는 것이 계약 내용에 포함되어 있지 않다는 점 등의 사정을 종합하면, CGV·롯데시네마·메가박스는 영화 상영 관련 소비자에 대하여 거래상 우월적 지위에 있으며, 그 우월적 지위를 부당하게 이용하고 있다는 것입니다. 따라서 이 멀티플렉스 3사는 상영시간, 상영 시간대와 같은 상영 조건을 일방적으로 정할 수 있는 거래상지위를 남용하여 소비자들에게 영화 상영시간에 상업적 광고를 포함시켜 상영하는 방법으로 영화 상영서비스 거래를 이행하는 과정에서 소비자들에게 불이익을 제공한 것입니다.

(4) 포인트 주말 사용 제한 금지 : 거래상지위남용행위

- 메가박스는 영화관람을 하고자 하는 소비자로 하여금 주말에는 포인트를 사용하지 못하도록 하는 행위는 거래상의 우월적 지위를 이용하여 소비자들에게 불이익이 되도록 거래조건을 설정 또는 변경하거나 그 이행과정에서 불이익을 주는 행위를 하였습니다. 메가박스 이용약관 및 인터넷홈페이지 등의 공지사항에 포인트의 사용과 관련하여 주중예매에는 사용이 가능하나, 주말예매에는 사용이 가능하지 않다는 내용을 명시한 바 없음에도 불구하고, 실제 영화예매 시에는 앞서 살핀 바와 같이 예매 일시에 따른 차별적 행위를 하고 있습니다. 이와 같은 행위는 거래상의 우월적 지위를 남용하여 주말에는 포인트를 사용해 영화를 예매한 후 영화를 관람하려는 소비자에게 대하여 현금성 지급수단 대신 포인트를 예매의 수단으로 사용할 가능성 자체를 배제하는 것입니다.

2) 표시광고의 공정화에 관한 법률 위반

- 소비자들은 영화를 관람하는 경우 영화의 상영시간 및 시간대를 중요시하기 때문에 영화는 감독판과 별도로 영화의 주제를 해치지 않는 범위 내에서 적절한 편집을 가하여 상영시간을 조절합니다. 뿐만 아니라 TV 광고의 경우 광고 수익은 대부분 콘텐츠의 질적 향상으로 이어지므로 시청자들의 광고에 대한 회피 정도가 낮은 편이나 영화는 소비자들이 직접 콘텐츠에 대한 대가를 지불하게 되므로 광고 수익과 소비자에 대한 혜택의 연관성이 적으므로 회피 가능성이 높은 편입니다. 그러므로 CGV·롯데시네마·메가박스는 멀티플렉스를 운영하는 영화 상영업자들은 상영시간에 광고상영시간을 포함시켜 표시해서도 안될뿐더러, 영화 상영과 관련하여 상영시간을 소비자들에게 정확히 표시할 의무가 있음에도 영화 상영시간에 광고 상영시간을 포함시켜 표시해 소비자의 영화 선택 및 관람에 있어 지대한 혼선을 초래하고 막대한 광고수익을 취득하고 있습니다. 이 기만적인 표시·광고를 금지하는 표시광고의 공정화에 관한 법률을 위반에 해당합니다.
- 또한 전국 극장의 광고 상영 실태 및 광고 시간, 광고 수익, 상영 되는 광고 내용에 대하여 조사가 필요합니다. 영상물의 경우 등급에 따라 상영이 가능하며 TV는 이를 위해 일부 광고에 대해서는 시청 시간별로 제한이 가해지고 있습니다. 따라서 상영 등급에 따라 부적절한 광고를 하고 있다면 이에 대한 규제 또한 필요하므로 관람 영화 등급에 따른 광고 내용 현황에 대한 조사가 반영되어야 할 것입니다.

□ 참조 : 공정위 발표 자료(2014.12.23. 보도자료)

국내 영화산업 분야별 현황

구분	특성 및 현황				
제작 시장	• 국내 영화제작은 독립 중소제작사 중심이나, 최근 대형배급사가 공동 제작방식으로 영화제작에 참여하는 경우가 증가				
배급 시장	2013년 배급시장 현황				
	순위	배급사	배급편수(개)	매출액(백만원)	
	1	CJ	42	327,543 (21.2%)	
	2	N.E.W. (독립배급사)	21	280,011 (18.1%)	
	3	롯데	36.5	225,373 (14.6%)	
	4	쇼박스 미디어플렉스	13	208,221 (13.5%)	
	5	소니	18	150,421 (9.7%)	
상영 시장	2013년 상영시장 현황				
	순위	상영관	극장수	스크린수	좌석수
	1	CJ	116(34.8%)	901(41.2%)	147,725(42.2%)
	2	롯데	96(28.8%)	657(30.0%)	108,683(31.0%)
	3	메가박스	58(17.4%)	438(20.0%)	70,891(20.2%)
	4	기타	63(19%)	188(8.8%)	22,370(6.6%)
부가 시장	• 온라인 VOD, IPTV, 케이블TV를 중심으로 매년 20%이상의 성장세 - 온라인은 시장형성 단계로 경쟁이 활발하나, 방송부문은 CJ가 영화 전문케이블을 운영하여 방송 관련 영화부가시장에서 유력한 지위				

☐ CJ CGV 일반현황

(2013.말 기준, 단위 : 백만원, 명)

설립일자	대표자	주요 사업내용	자본금	매출액	당기순이익	상시종업원수
1999.04.01	서정	영화상영, 식잡, 영화배급업	10,580	773,009	42,226	1,502

☐ CJ E&M 일반현황

(2013.말 기준, 단위 : 백만원, 명)

설립일자	대표자	주요 사업내용	자본금	매출액	당기순이익	상시종업원수
2010.09.15	강석희, 김성수	영화,방송,음악,공 연사업	193,660	1,383,730	-7,717	2,349

☐ 롯데쇼핑(주) 롯데시네마 일반현황

(2013.말 기준, 단위 : 백만원, 명)

설립일	대표자	주요사업내용	자본금	매출액	당기순이익	상시종업원수
1999.9.9	신격호 이인원 이원준	영화상영,영화배 급업	13,608	509,464	39,458	691

※ 별첨 2 : 참여연대·민변민생경제위·청년유니온이 시민들과 함께 뽑은 영화관 최악의 불만 사항 WORST 10과 이에 대한 길거리 시민 스티커 투표 결과

- 지난 2.12(목) 길거리(대학로 CGV 앞)에서 1시간 캠페인을 통해 접수된 총 293개의 스티커 투표(100~150명 정도의 시민이 2~3표씩 투표) 결과 : △팝콘, 음료, 생수 가격 폭리 59표 △무단 광고 상영 문제 43표 △멀티플렉스들의 관람료나 먹거리 가격 담합 39표 △맨 앞자리 좌석은 할인했으면 좋겠다 32표 △보다 다양한 영화를 상영했으면 좋겠다 25표 △영화관 좌석 문제 21표 △영화관 알바의 열악한 처우 개선 21표 △주말에도 시네마 포인트를 사용하고 싶다 18표 △주차장의 유료화 및 과도한 요금 18표 △3D영화관 관람료 및 3D안경 끼워팔기 문제 17표로 나타났다. 특히, 멀티플렉스들의 폭리와 일방적 횡포에 대한 시민들의 불만이 많다는 것을 알 수 있음. 이를 대기업 영화관에 그대로 전달할 예정임.

※ 별첨 3 : 지난 1월 28일부터 진행된 포털 다음 아고라와 함께하는 캠페인 경과

- 1월 28일부터 포털 다음 아고라 '이슈'코너에 캠페인 페이지 오픈
- 4.7일 현재까지 249개(기획 토론 글)의 영화관의 다종다양한 문제점에 대한 글이 올라옴.
- 또 249개의 기획 토론 글과 별도로 1천개가 넘는 의견 댓글이 달림. 계속해서 의견이 올라오고 있음.
- 시민들이 많이 지적하고 호응도 많았던 지적 내용은 아래와 같음.
△영화관의 광고(무단 상영, 성인영화 광고, 대부업 광고 등) △멀티플렉스의 독과점과 담합에 대한 문제 △팝콘, 생수 등 영화관 폭리 △보고싶은 영화를 틀지 않는 것(특히 '개를흠치는방법'영화를 제대로 볼 수 없었던 것에 대한 문제점 지적) △상영관 크기(스크린 크기가 제각각이고 이것을 사전에 안내안하는 문제) △주차장 유료화 및 과도한 요금 징수 △영화관 맨 앞좌석도 동일한 관람료를 징수하는 것 △영화관 좌석 불편 △영화관 알바 노동자들의 열악한 처우 △영화관 시네마포인트를 주말에 사용하지 못하는 문제 △크레딧이 올라가기 전 출입문개방 관행 △영화관 관람료 부담 및 관람료 차등제 제안 △시민들의 매너 있는 관람문화에 대한 지적 △조조 관람 포인트 결제 시, 일반영화 요금이 차감되는 문제 △일부 영화관 주차장 등에서 여전히 신용카드 결제를 거부하고 있는 문제 등등
- 예시 : 영화관 알바 청년 노동자들에 대한 열악한 처우에 대한 글
<http://bbs1.agora.media.daum.net/gaia/do/agora/participant/read?articleId=141136&issueBbsId=I001&bbsId=C001&issueArticleId=435&pageIndex=1>

※ 별첨 4 : 시민들의 생생한 목소리 모음(일단 대략 25개의 시민의 글을 선별하였습니다. 포털 다음 아고라 캠페인 페이지에서 조회 수나 댓글 수가 많거나 캠페인 취지에 부합하는 글들을 모았습니다. 글 내용은 작성자가 쓴 그대로입니다)

1) 'leo'님의 글

- 제목 : “우리나라 멀티플렉스는 바뀌어야한다!”
 - 작성자 : leo (le**)
 - 조회 : 25
 - 작성일시 : 15.04.04 23:23
 - 내용 : 집근처 여러 영화관 가봤는데 롯데시네마나 CGV나 영화 값 거의 똑같고(3d는 조금다르던..) 심지어 팝콘 콤보세트까지 가격이 똑같음 ㅋㅋ 강 평범한 소비자가 딱봐도 담합인데 공정위 뭐하는지... 광고도 따지고보면 쓸데없이 너무 길고. 영화 시작시간이후에도 광고나오는건 예러 아닌가.. 그리고 영화관 알바생들 너무 부려먹는단데.... 이거도좀 고쳐줬으면..
- (참고 : <http://gall.dcinside.com/board/view/?id=mcdonalds&no=49555>)

2) '빨간다라이' 님의 글

- 제목 : 광고 뿐만이 아닙니다.
- 작성자 : 빨간다라이 (nanj****)
- 조회 : 435
- 작성일시 : 15.01.27 09:22
- 내용 : 광고가 이제는 짜증날 정도로 많아 졌다는것도 문제이지만
배보다 배꼽이 크다고
영화관에서 파는 팝콘과 음료수의 폭리가 너무 심하다고 생각합니다.
애들 데리고 만화영화 한편보면은
영화비와 팝콘 음료수 등을 합하면 가격이 장난이 아닙니다. T.T

3) 'nirvana'님의 글

- 제목 : 정말 문제가 심각한것거 같아요.
- 작성자 : nirvana (khai****)
- 조회 : 4207
- 작성일시 : 15.01.27 17:06
- 내용 : 요즘 유니나라 영화 좋은 영화 많이 만들어 지고 있습니다.
그런데 문제는 이런 좋은 영화들이 나온지도 모르게 사라져 버린다는것입니다.
얼마전에도 "개를 훔치는 완벽한 방법"이란 영화가 개봉했습니다.
아이들과 보기 좋은 영화 일것 같아서 영화 예매를 할려고 근처에 있는 극장들
검색을 했는데 개봉자체를 안하고 있더라구요.
차를 타고 한참을 나가야 볼수있는곳에서 개봉을 하고 있더라구요.
걸어서 5분 차로 5분 10분 20분 먼곳이 30분거리 입니다.
극장이 이렇게 많이 있는데 개봉하는곳은 딱 한군데....어찌구니 없음.
한국영화 많이 봐달라 어쩌라 시위하고 외국영화 제한상영...이따위 시위는 왜 한건지...
우리나라 영화가 건전한 방향으로 발전해 나가길 바라는 마음에 몇자 적어보았습니다.
이외에도 정말 많은 문제들이 있겠지만...전 여기까지...

4) '정태원'님의 글

- 제목 : 우선은 영화관의 폭리 문제가 제일 큰 문제라고 생각합니다.
- 작성자 : 정태원 (leafe****)
- 조회 : 18431
- 작성 일시 : 15.01.28 00:29
- 내용 : 모두들 느끼고 있는바이지요 우리나라 영화관업계를 양분하는 그들의 수익 '창출'은
그들이 제공하는 콘텐츠에 대한 정당한 댓가 수준을 훨~~~~~씬 상회하고 있죠...
영화티켓값, 팝콘값, 음료수값, 세상에 오징어 하나 구어주는데 지불하는 어마어마한 비용과 주차비, 광로
인해 정시에 영화가 시작되지 않는 정신소모비용에 김수한무거북이와두루미삼천갑자.....
아,,, 정말 끝이없습니다.....
물론 대기업이 사업을 펼치고 이윤을 창출하는데는 두말할 여지없이 올바른 행동입니다만
기업이 소비자를 위해 최소한의 윤리적 운영을 보여주어야할텐데
그 점이 너무 부족하다고 생각합니다.
영화산업은 문화생활의 가장 보편적이고 중심적인 부분으로
이 부분이 독과점되면 정말 어마어마한 수익을 취득할 수 있는 분야이기도 하고요.
어느샌가 대한민국엔 상영영화 포스터를 때문에 큼지막하게 걸어놓고 운영하는
소규모 영화관 찾기가 힘들어졌죠.

시대에 흐름에 맞춰 세상이 변화하는 과정으로 볼 수 있지만
 그만큼 우리나라 영화관이 대기업이 양분하여 전부 가져갔다는 이야기이기도 하고요.
 사회에서 첫월급받고 어른들에게 듣는 첫번째 말이 항상
 "남의 돈 벌어 먹기 얼마나 힘들지 이제 알겠냐" 라고 하는데
 우리나라 대기업은 남의 돈 상도덕 없이 정말 널름널름 잘도 가져가는거 같아요.
 이윤을 거꾸로 뒤집으면 윤리가 되죠.
 기업이 이윤을 추구함에 있어서 윤리는 빼놓지 말아야 할 영역인데
 대학교 경영학 시간에도 기업윤리 과목이 있는데.....
 그 거꾸로 뒤집는게 너무 어려운가 봅니다.
 이렇게 윤리 눈곱만치 없는 기업의 이윤추구는 정말 막아야 된다고 생각합니다.
 그리고 이런 부분도 있죠
 우리나라는 실제로 영화불모지라고 하더이다.
 일단은 우리나라의 자랑 뚜렷한 4계절은
 영화촬영에선 어려움으로 작용하니까요(오늘 눈오니까 촬영접는다. 오늘 비오니까 촬영 접는다. 덥다 찍
 기 힘들니까 언녕 컷트하고 시마이 등등)
 그리고 크지 않은 내수시장이나
 투자자가 슈퍼갑이되어 난도질의 끝판왕이 되는 시나리오 현실..등
 뭐 큰 돈 없이는 만들기 어려운 상업영화시장의 현실은 안타깝지만
 결국 이 때문에 우리나라의 제작현실은
 곧 영화 = 돈 이고
 그 때문에 많은 감독들이 본인의 의사와 관계없이 쓰레기 영화를 만들고
 우리는 보고싶은 영화를 찾다찾다 독점되어 걸려있는 쓰레기 영화를 입소문에 흘러 보게 되는거 아니것
 습니까... 대기업의 독과점으로 산업이 큰손에 의해 좌지우지되면
 결국 피해보는건 소비자들, 예술인들인데
 예술인들은 이런 열악한 상황에서 투자자들 눈치보느라
 사실 나서기 어렵기도 하겠죠.
 그리고 이래서 법 규정이 필요한건데
 법이나 규정에 의존할수도 없잖아요?
 현 정ㅂ.....
 에이 말해서 뭐하나요... 답이 없죠.
 (대기업의) 경제활성화를 위해 규제철폐가 대세고 흐름인데
 결국 소비자들이 목소리를 모으는 수 밖에 없다고 생각합니다.
 국민의 수준이 높아지면 정부의 수준도 높아지고
 사회가 건강하게 흘러갈 것이라 믿습니다....
 돈 없어서 영화도 보기 껄끄러운 취준생의 두서없는 뉘두리였습니다.
 아래 글을 보니까 이런 운동을 이제라도 시작해서 감사하다는 글을 읽었습니다.
 저도 감사드립니다. 부디 많은 이들의 관심으로 더욱 부흥했으면 좋겠습니다.
 대한민국 영화계의 발전을 기원합니다.

5) '웅이아부지'님의 글

- 제목 : 광고가 너무 길다
- 작성자 : 웅이아부지 (lsd****)
- 조회 67
- 작성일시 : 15.01.28 08:52

- 내용 : 영화감상을 자주 하는데
얼마 전 부터 광고가 너무 길어 짜증이 날 정도다
영화상영시간이 오후2시라고 나와 있어 허겁지겁
달려갔는데 계속 광고만 하고 있고 2시15분이 되어서야
본 영화를 감상할 수 있었다
정말 짜증스럽고 불쾌하다 빨리 시정되어야한다

6) 'kyunghye'님의 글

- 제목 : 과자표시성분처럼 영화티켓에도 분배표시를~
- 작성자 : kyunghye (yamashit****)
- 조회 : 8728
- 작성일시 : 15.01.28 19:40
- 내용 : 전 모바일로 예매를 하지만 여전히 영수증처럼 생긴 티켓을 많이들 이용하는 것 같아요. 저는
취미가 티켓모으는거라 자르고 앨범에 꺼넣으면서 본의 아니게 티켓을 조금 더 들여다보곤 하는데, 예매
정보, 가격에 대한 부가세와 주차정보 광고 등 많이 실리잖아요?
부가세를 보면서 느꼈는데
영화관 비싸다고 다들 체감하는만큼
그 티켓비 만원 중 얼마큼이 어디로 가는지
명시를 해준다면 좋겠어요.
이렇게 기획해서 이끌어주셔서 감사드립니다..!!!
감동받았어요... ㅏㅏ

7) 'akrkfpt'님의 글

- 제목 : 나이 제한 없는 예고편
- 작성자 : akrkfpt (may****)
- 조회 : 50036
- 작성일시 : 15.02.04 19:58
- 내용 : 애들 데리고 애니메이션 보러 가면 늘 걸러지지 않는 성인예고편.. 잔인하거나 선정적이거나 폭
력적인 것..항의했더니 영화사자체적으로 편집을 안 하니 지방 극장도 어쩔 수가 없단다..아이들 끔찍히
위하는 부모들이 왜 이런 것에는 목소리를 높이지 못하는 걸까?

8) 'shinjun'님의 글

- 제목 : 크레딧이 올라가기 전 출입문 개방도 싫습니다
- 작성자 : shinjun (shin****)
- 조회 : 35102
- 작성일시 : 15.02.02 19:43
- 내용 : 예전 성룡 영화때부터 현재 마블시리즈 등 크레딧 중에 쿠키영상이 있는 경우가 많죠
그게 아니더라도 마지막장면에서 크레딧 넘어갈 때 까지 여운이 남아 그 감동을 간직하고 싶을 때가 있
습니다 근데 대형멀티플렉스관은 늘 마지막장면 중 스텝이 들어와 대기하고 있다 크레딧이 시작되기도
전에 문을 열더군요 그러면 이내 실내등이 켜지구요
스텝이 들어올 때부터(보통 스크린 옆 출입문이라) 신경이 쓰이구요 문을 열자마자 나가는 관객들로인해
방해를 받습니다
문을 조금만 늦게 연다면 관객들도 우루루 만나갈텐데요..문화생활을 즐기게 아닌 상업품에 돈쓴 느낌밖
에 안들어 영화가 좋았어도 늘 마지막 느낌이 안 좋았습니다

그 2,3분의 여유가 많은 관객들에게 영화관에 대한 좋은 기억을 줄 수 있게 할텐데요..늘 이 점이 아쉽습니다

9) '양진석'님의 글

- 제목 : 영화별,극장별 자율(차등)요금제로..

- 작성자 : 양진석 (ken***)

- 조회 : 5712

- 작성일시 : 15.02.05 01:31

일년에 300편 정도 영화를 봅니다.

영화 보러 극장 갈때마다 느끼는 건데...

모든 영화가 왜 같은 요금을 받는 지 궁금합니다.

공산품은 들어가는 원재료비가 다르고 시장수요에 따라 가격도 천차만별인데 영화뜻값은 고정입니다.

여기서 하는 뜻값은 극장에서 자기들 편의에 따라 정해놓은 조조, 평일, 주말 요금을 말하는 게 아니라 돈 많이 들어간 영화와 저예산 독립영화를 공히 예를 들어 평일 오후에 9000원합니다.

사람들은 이왕 같은 값이면 잘 알려지고 광고 많이 하는 영화를 선택하겠죠.

전에 극장 관계자에게 사람이 잘 안드는 영화면 좀 할인해서 박리다매(?)로 가면 안되냐고 물었더니 단 한번도 그런 생각을 해본 적이 없고 현실적으로 안된다는 말만 합니다.

또 모든 극장, 상영관이 다 같은 조건도 아닙니다. 어느 극장은 쾌적한 반면 같은 극장임에도 어떤 일부 상영관은 협소하고 쿼퀴한 냄새도 나는데 거기도 같은 값입니다. 영화상영이 극장 마음인지라 상영관 변경은 안되는 거죠. 배급사가 원하면 5천원도 받을 수 있게 해서 더 많은 사람들이 작은 영화지만 좋은 영화를 볼 수 있게 하면 좋을텐데..

극장이 불편해서 안할 거라고요?? 각 극장 홈페이지에 가면 요금 시스템은 잘 되어 있습니다. 그러니 좀 다양한 요금으로 영화를, 극장을 선택해서 볼 수 있으면 하네요.

10) '카메라맨'님의 글

- 제목 : 상영관크기

- 작성자 : 카메라맨 (par****)

- 조회 : 1804

- 작성일시 : 15.02.06 01:51

- 내용 : 요즘은 멀티플렉스가 되어서 극장 규모는 커졌지만 막상 스크린은 작아졌죠.

물론 아이맥스나 스타리움같이 큰곳도 있습니다.

하지만 이런 상영관은 가격도 비싸고 큰걸 미리 알고 들어가는 경우고요,

일반 상영관은 좌석수를 미리 체크하지 않으면 규모를 알 수 없습니다.

분명 큰 스크린과 뽕뽕한 음향을 느끼기 위해 비싼돈내고 극장에 오는건데

100석 조금 넘는 아담한 규모에 실망하는 경우가 많죠.

그런데 극장측은 각 상영관이 어느정도 크기인지

쉽게 알수 없도록 해는 경우가 많습니다.

10개의 상영관이 있는 극장이라면

상식적으로 1관이 제일크고 그다음 2관 이런식으로 정해놓으면

쉽게 판단할 수 있을텐데

어떤곳은 2관이 제일 작고 9관이 제일크고 뭐 중구난방 입니다.

스크린 크기의 표기가 제대로 되면 좋겠습니다.

11) '가지않은길'님의 글

- 제목 : 15세 이상 관람가의 어린이 동반
- 작성자 : 가지않은길 (befree****)
- 조회 1600

- 작성일시 : 15.02.05 14:57

- 내용 : 요즘 15세 이상 관람가는 선정적인 장면이나 폭력적인 장면이 꽤나 많습니다.

그런데 부모를 동반할 경우 나이제한 없이 입장이 가능하여 유아나 어린이를 동반하고 관람하는 경우가 있더군요. 영화를 보는 내내 피칠갑을 하는 장면이나 살인, 성폭행 장면이 나올때 좌석에 있는 아이가 신경쓰여 도저히 영화에 집중을 할 수가 없더군요. 무섭다고, 졸리다고 칭얼대는 것도 들어야 했구요. 영화가 끝나고 나서 15세 관람가인데 어린이가 어떻게 입장을 하느냐고 물었더니, 부모 동반하면 괜찮다고 합니다. 물론, 부모가 먼저 이런 장면이 포함된 영화에 아이들을 데려오지 않는 자세도 필요하겠지만, 제도적으로도 부모 동반 여부와 무관하게 입장연령을 제한해야 하지 않을까요?

정말 연령제한이 있음에도 불구하고 자녀와 함께 보고싶은 영화는, 부모가 먼저 본 후에 DVD를 통해 집에서 지도하에 볼 수도 있지 않을까?

12) '국민주권'님의 글

- 제목 : 영화관 맨 앞자리, 앞 부분 맨 옆자리는 꼭 할인해줘야해요!!
- 작성자 : 국민주권 (ngo****)
- 조회 12136

- 작성일시 : 15.02.08 17:17

- 내용 : 영화관 개서선 캠페인 좋습니다~

읽어보니 공감이가는 내용이 많네요!!

일단 저는 제가 영화관 다니면서 친구들과 가족들과 다녔을 때 제일 불편하고 힘들었던 부분을 말하라면, 당연히 팝콘 폭리였던 적도 있지만, 어쩔수없이 영화관 맨 앞자리, 맨 옆자리에 앉는 경우가 아니었을까 생각해봅니다. 그 영화를 보기 위해 어쩔수없이 시간대에 맞춰 맨 앞자리, 맨 옆자리 앉는 것까지는 감수하겠는데요... 주말에 똑같이 1만원 내라고 하니 좀 억울하게 느껴지더라고요. 대부분의 관람시설도 보면 좋은 자리에, 보통의 자리 등 간에 가격 차이를 두고 있지 않나요.

서민들에게 주말 1만원도 부담스러운 돈이지만, 영화와 좋은 문화생활이고 그나마 부담없이, 큰 시간 안 들이고 볼수 있어서 가는 거잖아요... 근데 맨 안자리에, 그리고 맨 앞자리 부근 맨 옆자리등은 정말 영화 보기 힘들고, 목도 아프더라고요... 그래서 그런 좌석에 앉는 이들을 위해 2~30%라도 할인해서 좌석을 판매하면 어떨까 싶습니다. 매우 공정하기도 하고, 1만원이 부담스러운 분들에게 선택의 기회도 드리는 것 같고요. 그렇다고해서 다른 좌석의 관람료를 올리고, 맨 앞자리는 1만원으로 받는 꼼수나 역발상은 안됩니다....^^ 서민들에게 1만원도 무지 큰 부담입니다. 언젠가 오를 때가 있겠지만, 지금은 그정도 선에서 유지하고 맨 앞자리는 확실히 할인하는 게 맞습니다... 꼭 그렇게 되면 좋겠네요~ 시민단체들도 더 노력 부탁드립니다!! 좋은 캠페인 감사드리고요~~

13) '이진아'님의 글

- 제목 : 한번쯤 이러한 생각들을 하시진 않았나요?
- 작성자 : 이진아 (jinara****)
- 조회 5911

- 작성일시 : 15.02.09 00:45

- 내용 : 영화관은 즐거움을 안겨주는 곳이다.

그런데 그 안에 펼쳐져있는 무언가가 영화관에 대해 한번쯤 다시 생각해בוד록 만든다.

표를 사기 위해 상영시간표를 보고 있자니 한 영화가 상영관 반이상을 차지하는 바람에 다른 영화들은 시간대가 다양하지 못해 상영전까지의 시간을 기다릴까, 말까 고민하게 하고.

모바일 예매 또한 한 영화의 상영관 차지로 인해 다음으로 미루적이 참 많다.(대부분 그런 영화는 공통점이 있는듯 하다.) 기다리며 영화관 내 매점을 가면 팝콘, 탄산음료, 핫도그, 오징어 등등 터무니 없이 비싼 가격들이 날 기다리고 있다.

더 황당한건 그 당시 상영하는 애니메이션영화의 캐릭터들이 인쇄되어진 탄산음료컵이나 캐릭터가 달려있는 빨대가 무슨무슨 콤보라고 불리며 비싼 값을 주고 아이들의 마음을 빼앗고 있다.

상영시간이 지나도록 보고싶지 않은 광고를 주구장창 틀어대고, 영화가 끝나면 한 곳에 담겨진 쓰레기를 정리하는 어르신들의 모습을 볼수있다. *이곳에 버려주세요. 분리수거는 저희가 정리하겠습니다.*뭐 이런 식의 문구와 함께. 내가 사서 내가 먹은 쓰레기 내가 분리수거를 못하겠는가. 이것이 진정한 고객만족의 서비스이며 고객의 마음에 와닿는다고 생각한단 말인가. 이것을 정리하는 아르바이트생들. 특히 청소하시는 어르신들은 어떠할까.. 분리수거해서 버린 통의 주위를 정리하는 것과 마구잡이로 집어 넣은 것들을 모두 꺼내어 분리수거하는것은 천지차이 일텐데 말이다.

해당 영화관 관계자들이 고객의 진심을 울리는 서비스가 무엇인지 알아주길 바란다.

14) '빼딱한시선'님의 글

- 제목 : 저는 포인트 사용이 불만입니다

- 작성자 : 빼딱한시선 (bos****)

- 조회 322

- 작성일시 : 15.02.13 11:09

- 내용 : 다들 아시다시피 조조 요금은 좀 싸입니다.

예전에 조조요금을 포인트로 결제 했더니 조조요금이 아닌 일반요금으로

포인트 결제가 되었더라구요. 조조 5천원. 일반 8천원인데

5천점이 아닌 8천점이 포인트로 결제가 된거죠.

그래서 흥피에 따졌더니 자기네 회사 규칙이 이라나....

현금처럼 쓰는 포인트라더니 3천점 모으려면 영화를 몇 편을 봐야하는데....

15) '김재중'님의 글

- 제목 : 3D안경은 다음고객을 위해 퇴장시 반납하합니다 ㅠㅠ

- 작성자 : 김재중 (kjj-****)

- 조회 2847

- 작성일시 : 15.02.23 14:17

- 내용 : 연휴동안 MBC, KBS 시사 프로그램을 통해서 한국영화의 문제, 아니 영화자체의 문제라기 보다는 영화가 만들어진 이후의 배급과 유통에 있어서 힘의 논리가 얼마나 한국 영화의 무한한 잠재력을 죽이고 있는가를 여실히 볼 수있었을 겁니다. 물론 하루이틀된 문제는 아닙니다.

누군가 천만관객은 하늘이 내려주는거라고 했던가요? 천만관객은 당연히 영화의 주제선정, 출연진, 연출진, 시기의 적절성 등 완성도에 따라 자연스럽게 관객의 호응을 얻게되는거라 생각하시죠,, 물론 그거 틀린말 아닙니다만, 그 내면을 들여다보면 추악한 경제논리가 관객수조차 좌지우지한다는걸 쉽게 알수 있었습니다. 씁쓸한 기분을 뒤로하면서도 전 아이들과 CGV를 찾았죠, 얼마전 '한수진의 SBS전망대'에서 참여연대 안진걸 사무처장께서 하신 인터뷰에서 봤던 기억이 있고 일부 기사에서도 봤지만 수많은 대형극장의 문제들 중에서 3D안경값이 이미 지불되었는데 극장들이 아직도 안경회수를 한다는걸 알았는데,, 여태까지도 버젓이 3D안경 회수요청 안내문이 버젓이 붙어있더군요,, "다음 고객을 위해 반납하십시오"... 3D안경회수시 보증금을 돌려주든지 해야하는거 아닐까 싶은데, 문제의식의 공유가 안된 행정의 미숙인건지, 아니면 공정위 조사를 받아야 바꿀것인지....

16) '김태훈님'의 글

- 제목 : 상암동cgv 주차장개편
- 작성자 : 김태훈 (kob****)
- 조회 104
- 작성일시 : 15.02.09 01:32

상암동CVG 원래 이렇게 막장인지요?

주차장입구서 어떻게왔냐고 물어보길래 영화보러왔다고 했더니 1600원 내랍니다

대놓고 돈내라길래 너무 황당해서 영화공짜로 보는것도 아닌데 주차비를 왜내냐고 했더니 요즘은 다 유료랍니다. 요즘은다? 요즘은 다 망할 주차비 받죠 하지만 영화다보고 나갈때 받던가 늦게영화가 끝나면 안받고 그냥나가죠 이렇게 대놓고 입장할때 돈내라고 하나요?

영화가 2시간짜리가 있고 3시간짜리가 있는데+광고10분~15분이죠 거기에 시간마침가려고 10분 20분먼저 들어가서 먹을것도 사고 화장실도 가고 그러니까 어쩔수 없이 2시간 무료주차시간을 초과하는데 이건 주차장비용으로 돈벌이 하려는건가 싶더군요

상암CGV는 대놓고 주차비 내고 영화 보라는거에 화가나더군요

황당하고 기가막혀서 몇마디 했지만 뒷차들도 기다리고 해서 1600원내고 입장합니다

주차장가관입니다. 전부 실외주차장 그것도 자리가 없어서 몇몇차들은 개구리 주차 시전합니다.CCTV따위 없습니다. 블랙박스2채널이지만 혹시나 차에 테러당하면 어디다 하소연하지부터가 생각나더라구요 이게 말이 됩니까? 세명에서 할인없이 보는영화를 주차비까지내고 주차장 자리도없습니다.

장애인 자리에 2자리 있더군요—— 할수없이 개구리 주차했습니다. 왜만하면 실외주차는 안하는편인데 영화보러와서 실외주차에 개구리 주차라니 기가막히더군요

주차장 시설개선이나 하고 돈을받던지 정말...

우리나라 대기업영화관 정말 막장입니다. 해도해도 너무합니다.

예전엔 대중교통이용으로 가보고 몇년만에 상암동CGV가서 보는건데 정말 어이없네요

보기싫은 광고는 10분이 넘어도 끝나질않더라구요

대기업 영화관들 변해야합니다 정말 이걸 아니에요 독과점도 적당히 해야지요

17) 'pronto'님의 글

- 제목 : 배급사 독과점 반대합니다 [0]
- 작성자 : pronto (blui****)
- 조회 20
- 작성일시 : 15.02.08 15:11

- 내용 : 거시적으로 판단 좀 하시길

문화가 총체적으로 발달해야 파이가 커지는 것도 모릅?

온 국민이 선택의 여지도 없이

영화를 선택하는 거랑

통일주체국민회의던가 100% 동의로 대통령 뽑는 것과 뭐가 다름?

돈 중에서도 코앞의 돈

문화보다는 돈

이런 기업들은 문화사업에서 손 떼고 사대강 바닥이나 파시길

18) 'flskdjaprlldkgsldkxurht'님의 글

- 제목 : 요즘 극장 광고는 정말 심각한 수준입니다
- 작성자 : flskdjaprlldkgsldkxurht (j_str****)
- 조회 3383
- 작성일시 : 15.02.05 10:18

- 내용 : 영화 상영 전에 너무 많은 광고를 끼워 넣는 것은 정말 큰 문제라고 생각합니다.
 예전에는 길어야 광고 2~3편, 또는 예고편 1~2편이 전부였고 그마저도 티켓에 명시되어 있는 영화 시작 시간 전에 끝나고는 했는데요. 요즘은 광고만 10분 이상인데다가 티켓에 나와 있는 상영 시간이 지나서 계속 나오다보니 영화가 시작하기를 기다리는 관객 입장으로서는 어쩔거나 계속 앉아서 볼 수밖에 없는 상황이지요. 말 그대로 관객들은 영화를 위해 자기 돈을 내고도 10분 이상 강제로 광고를 보고 있는 겁니다. 소규모 극장들이 그런다면 멀티플렉스한테 수익 면에서 밀리기 때문에 어쩔 수 없다고 차라리 이해라도 하겠는데 극장들 다녀 보면 대형 체인들이 오히려 더 심하더군요. 주위에도 이런 불만 가지고 있는 사람들이 많은데 정작 문화체육관광부에서는 사람들의 민원에 소극적으로 대응하고 있는 것으로 알고 있습니다. 지금부터라도 극장들의 강제적인 광고 상영을 법적으로 규제하던지 아니면 적어도 정확한 영화 상영 시각을 티켓에 명시하도록 할 필요가 있지 않을까요?

19) 'tutu3457'님의 글

- 제목 : CGV가 마스킹 하지 않는 것에 대해 안 화나나요? [0]

- 작성자 : tutu3457 (eos****)

- 조회 133

- 작성일시 : 15.01.28 23:37

- 내용 : CGV가 마스킹 하지 않는 것에 대해 안 화나나요?

길게 쓰면 어짜피 읽지 않으실테니 최대한 짧게 쓰겠습니다.

영화 비율에는 1.85:1(이하 비스타) 과 2.35:1(이하 와이드스크린)이 있습니다.

대부분 아래 사진과 같은 비율의 모니터나 TV를 쓰고 계실텐데, 비스타 영화는 화면에 꼭 차게 나오고, 와이드스크린 영화는 사진처럼 위 아래가 남아 검은색 공간이 생깁니다. 이것을 레터박스라고 부릅니다. 와이드스크린 영화가 대다수이기에, 다들 영화볼때 경험해보셨을 거라 생각합니다.

CGV 같은 멀티플렉스의 경우 거의 대다수 관이, 집에서 쓰는 모니터같은 비스타비율입니다(더 많은 관을 집어넣을 수 있기에 이렇습니다). 이 비스타관에서 와이드스크린 영화를 틀 때는 위에서 검은 막이 내려와서 상영을 합니다. 그래야 위아래 레터박스가 보이지 않고 온전히 상영되기 때문이지요.

그런데 2013년부터 CGV가 이 마스킹을 안하고 그냥 상영하기 시작합니다. 결국 극장에 비싼 돈 주고서는, 집에서 모니터로 다운받아 영화보는 것 마냥 위아래 레터박스가 생긴 채로 봐야하는 것입니다.

그나마 모니터의 레터박스는 완전 검은색인데 반해, 극장 스크린의 레터박스는 회색 빛을 띠기 때문에 눈에 매우 거슬립니다. 게다가 어두운 장면이 나오게 되면 레터박스와 영화화면이 섞여버려 망합니다. 화면비율은 감독의 중요한 연출 포인트인데, CGV가 마스킹을 안한 탓에 이것이 망가지는 것입니다.

CGV가 마스킹을 안하는 이유는 다름 아니라 인건비 절감이라고 생각합니다. 마스킹하는 버튼 누르는 인력에 쓰는 돈조차 아까운거죠. 이에 대해 마스킹을 안해야 화면이 더 좋다는 둥 변명하는데 말도 안되는 소리죠. CGV는 이미 독과점과 수직계열화로 한국 영화판에서 무수히 돈을 빨아들이면서도, 이 같은 기본적인 인건비조차 절감하려 합니다. 이렇게 아낀 돈을 가지고 더욱 자기네들 독과점을 공고히 해나가겠죠. 현대차가 내수용만 부품 절감해 폭리 챙기는 것에 대해 사람들이 엄청 화내고 있죠. 근데 왜 CGV가 마스킹 하지 않는 것에 대해서는 사람들이 무관심한걸까요? 양자가 똑같은 상황이라고 생각합니다. CGV가 마스킹을 안하며 인건비를 절감하니, 이에 질 수 없으니 메가박스과 롯데시네마도 마스킹을 안하기 시작했습니다. CGV가 원흉인거죠.

20) '임팩터'님의 글

- 제목 : 한국 영화관의 가장 쓰레기 같은 점

- 작성자 : 임팩터 (teo****)

- 조회 167 15.01.27 22:00

- 내용 : 바로 히트작이나 계열사 작품을 지나치게 몰아준다는 겁니다.

덕택에 다른 작품들이 관객과 만나보지도 못하고(보기 힘든 상영시간대 배치 및 너무나 적은 상영횟수 등등) 얼마 안 가 종영되어버리는 경우가 수도룩합니다. 멀티 플렉스들 나올 때 '많은 상영관에서 다양한 영화를 틀어준다는 장점이 있다'라고 했었죠. 근데 결과는 이 모양이지요. 덕택에 영화의 다양성이 악화되고, 관객들도 선택권을 빼앗기니. 작년 겨울쯤에는 극장들의 횡포로 일부 극장에서만 상영된 작품들도 꽤 많았죠. 레고 무비라든가, 호빗2 등등. 이 꼬라지만 봐도 멀티 플렉스의 의의과는 완전히 반대잖아요.

21) '매너짱선수'님의 글

- 제목 : 개선할게 한두가지가 아닙니다
- 작성자 : 매너짱선수 (big****)
- 조회 : 76
- 작성일시 : 15.01.27 20:41

저예산 영화, 독립영화도 작품성있는 영화 많던데 상영도 좀 하고
팝콘 콜라값이 바가지 수준임
광고야 좀 참을 수 있지만 없었으면 좋겠고
참 "카트"나 "개를 훔치는 ..."왜 상영횟수가 적냐?

22) 'SOAR'님의 글

- 제목 : 극장 오직 이코노미 클래스. 영화보고 나면 다리가 아파. [0]
- 작성자 : SOAR (pl**)
- 조회 67
- 작성일시 : 15.01.27 15:13

- 내용 : 영화 짧게는 90분 길게는 2시간 10분 정도 정말 긴 영화는 3시간까지 됩니다. 짧다면 짧고 길다면 길 수 있는 시간인데 이런 시간동안 자리가 좁아서 불편하고 영화를 보고 나오면 다리가 아픈 경우가 대부분입니다. 좌석간의 간격을 좁혀서 더 많은 사람들에게서 관람료를 받으려는 것인데 적지않은 돈을 내고 영화를 보는 관객은 영화를 보는 내내 불편함에 신경이 쓰여서 영화를 관람하기에 좋지 않습니다. 이렇게 좌석 간격이 좁다보니 앞 사람과의 시비도 발생하고 몸을 뒤척거리게 돼 다른 사람의 영화관람을 방해하게 되기도 합니다. 영화가 끝나고 일어났을 때의 느낌은 마치 KTX나 비행기의 이코노미클래스를 이용한 후의 느낌과 흡사합니다. 1만2천원의 돈을 내고 광고란 광고는 다 보고 좁은 좌석에 몸을 구겨 앉아 영화를 본다는 것은 어쩐지 엄청나게 홀대를 받는다는 기분이 듭니다. 마치 이런 것이 싫다면 극장에 와서 안 봐도 그만이라는 식 같습니다.

23) '온천거북'님의 글

- 제목 : 영화관 여러문제의 해결

- 작성자 : 온천거북 (bak***)
- 조회 61
- 작성일시 : 15.01.27 14:55

- 내용 : 안녕하세요. 저도 영화를 즐겨보는 일반 관객입니다. 영화관에 대해 여러 불만들이 많지만 어떤것이 문제이고 어떤것은 아니며 문제인것은 어떻게 개선해야할지 말씀드립니다.

영화관 상영전 광고 : 영화관에서는 표에 표시되어 있는 시간보다 보통 10분 늦게 영화가 시작됩니다. 그 10분동안 영화관에서는 광고를 틀지요. 영화관에서는 영화시간보다 늦게들어오는 관객때문이라고 핑계를 댑니다만 그래서 광고강제시청 문제가 발생했습니다. 좋은 해결책은 원칙대로 하는 것입니다. 정시에 영화를 시작하는 것이지요. 정시에 시작하고 영화가 시작된 이후에는 입장을 받지 않으며 입장 못한 관객은 환불을 해주면 됩니다. 이것도 일부 몰지각한 관객에 의해 악용될 수 있으므로 영화시작 30분이내에

만 환불해주는걸로 하면 될 것입니다. 이 제도를 법적으로 만들기보다는 공정위가 표준약관으로 만들어서 영화관에게 계도하면 될 것입니다.

영화관 스낵값이 비싸다 : 이것은 문제가 아니라고 봅니다. 오히려 영화관은 놀이공원에 비해 장점이 있습니다. 놀이공원은 입장하면 나갔다가 들어오려면 다시 입장료를 내야합니다. 영화관은 그렇지 않지요. 홍보가 잘 안되었을 뿐이지 영화관내 외부음식물 반입은 허용된 상태입니다. 관람객은 영화를 보기 직전까지는 밖에서 음식을 사오거나 영화관에서 살 수 있으므로 문제되지 않습니다. 이것은 소비자가 현명하게 처신해야 할 문제라고 봅니다.

주차비가 비싸다 : 되도록 대중교통을 이용하는것이 우선이겠지요. 차를 가지고 오는것은 각자 자기 편의에 의해 가지고 오는 것이므로 주차비는 문제가 될 수 없다고 봅니다. 대부분의 영화관이 건물에 세들어 들어와있고 주차장의 주차비도 건물주와의 계약관계로 결정되는 것이므로 주차료를 싸게 하는것은 영화관에서도 더 바라는 바일 것입니다. 다만 영화관이 임신부,노약자,장애자 등의 약자에 대해서 주차편의를 제공해 주는것은 필요하다고 봅니다.

특정 영화에 편중 : 이것은 심각한 문제인데요, 현재 영화시장이 심하게 왜곡되어 있는 상태지요. 영화재벌들은 제작-보급-상영의 모든 단계를 잡아서 자기네가 제작한 영화만을 주로 상영하고 있습니다. 이 문제의 해결은 쿼터제로 특정 영화만을 과다상영하는것을 금지하는 법규를 제정해야 합니다.

좌석 위생 : 영화관이 어두워서 잘 모르는데 실상은 의자가 무척 더럽다고 합니다. 의자에서 엄청난수의 세균 및 집먼지진드기가 나온다고 합니다. 의자가 그러는데 공기질도 좋지 않을 것입니다. 보건당국은 주기적으로 위생점검을 나가 계도하고 위반시 운영중지 처벌을 내려야 합니다.

영화관 포인트 사용불편 : 귀찮더라도 힘들게 포인트를 모으셨을텐데 정작 사용하려면 포인트 사용에 제한이 많습니다. 평일에만 사용가능하다든지 일정금액이상이 안되면 못쓰게 하지요. 이것도 공정위가 표준약관으로 제시하여 개선해야 합니다. 포인트는 현금과 등가로서 제한없이 사용되도록 바뀌어야 할 것입니다.

이런 기존 문제외에 추가로 제안이 있습니다. CGV가 IMAX를 독점하고 있는 상황인데요, IMAX이면 영화관이 엄청크고 영화관마다 스크린크기가 동일할것으로 예상합니다만 IMAX영화관마다 상영관 크기가 다릅니다. 관객은 동일 요금을 내고서 다른 스크린 크기의 영화를 보고 있지요. 영화관 상영관 앞에 상영관 사양을 자세하게 표시하는 것을법적으로 의무화 해야합니다. 스크린 크기는 제가 모든 TV,모니터에도 적용되길 바라는 논리인데 대각선길이가 아니라 면적단위로 표시하여야 합니다. 영화관은 관객이 상영관을 고르는 편의를 제공해 주어야 합니다. 이 제도는 상영관의 기술적인 발전도모를 할 수 있고 영화관은 상영관에 따라 가격을 다르게 매길 수 있는 정확한 근거가 될 것입니다. 정책당국이 기업보다는 국민의 소리를 듣고 반영을 해주길 바랍니다. 그러기 위해서 국민이 할 수 있는 방법은 자발적인 건의와 선거철에 하는 투표입니다. 투표에 참여하여 올바른 투표를 하여 주십시오. 감사합니다.

24) 'zfkflre'님의 글

- 제목 : 영화관 외부음식 반입 허용 된다는걸 아십니까? [0]

- 작성자 : zfkflre (sig-****)

- 조회 278

- 작성일시 : 15.01.27 13:47

- 내용 : 영화관 불만 게시글에 팝콘이 너무 비싸다는 글이 올라오는데요.

저는 영화관 갈때 밖에서 아예 팝콘과 음료를 싸들고 당당하게 영화를 관람합니다.

영화관 외부음식 반입허용에 대해 모르는분들이 많더군요.

영화관 매점매출이 엄청납니다..그래서 외부음식 반입이 허용된다는걸 홍보를 안하는거죠.

2008년 공정거래위원회가 음식물 반입 실태에 관해 조사를 하자 영화관은 그동안 금지해오던 외부 음식물 반입을 전면 허용키로 했다고 공정위에 통보했지만 이 내용을 알리는 영화관은 거의 없었던 것.

특히 영화관은 매점의 매출이 전체 매출의 5분의 1 정도가 되고 티켓 수익은 대부분 운영비로 모두 사용하기 때문에, 실제로는 매점 수익에 크게 의존하고 있고. 이 때문에 근처 편의점 보다 두배 이상의 가격에 먹을 거리를 팔고 있는 영화관의 상술로 관람객들이 비싼 돈을 지불하고 있는겁니다.

공정거래위원회에서 반입 금지 권고하는 음식물에는 강한 냄새로 불쾌감을 제공한다고 보이는 햄버거, 피자, 순대, 김밥 등이 있고 안전사고 발생의 우려가 있는 병 제품 , 덮개 없는 뜨거운 음료 등이 있다.

<http://www.dailiang.co.kr/news/articleView.html?idxno=66899>

위 음식물만 제외하곤 영화관 음식물 반입이 허용이 됩니다.

당당하게 영화관에서 비싸게 싸먹지말고 편의점에서 음식물 싸가지고 먹읍시다!!~

25) '제임스본인'님의 글

- 제목 : 광고 안볼려고 10분뒤에 입장 했습니다. 그런데... ㅠ.ㅠ

- 작성자 : 제임스본인 (hsw****)

- 조회 : 268

- 작성일시 : 15.03.19 00:59

- 내용 : 이런 된장 영화가 이미 시작되었더군요.

평소 10분 정도는 광고를 하던데.

광고시간 들쭉날쭉 하게 해서

광고 안볼수 없게 잔머리까지?

정말 진저리 납니다.

좌석이 많이 비면

관객들 한쪽으로 몰아서 배정합니다.

지네들 청소, 관리하기 좋게.

덩치,머리 큰 사람이 앞좌석에 앉으면

영화 안보여 열받습니다.

자리는 텅텅 비었는데. ㅠ.ㅠ

영화를 정말 좋아 하지만

이런 극장의 만행(?)때문에

두번가면 한번은 기분나쁜일 겪어

자주 가지는 않게되죠.