영화관 대기공간의 사용실태에 관한 연구

- 1990年代 이후의 수도권 내 복합영화관 사례를 중심으로 -

A Study on utilization of Waiting Areas in Cinema

- Focused on Multiplex Cinema in the Metropolitan Area -

우은영*/ Woo, Eun-Young
임채진**/ Lim, Che-Zinn

Abstract

The study intends to provide basic information about waiting area in cinema. For the purpose above mentioned, it analysis properties of waiting area in 13 multiplex cinema sited on the metropolitan area & opened since 1990's. In addition, it analysis behavior and requirements of audiences.

Among 13 multiplex cinema, it especially considered 'CGV Kang Byoun 11' & 'Goe Pyoung MMC', studying distribution charts, *circulation and behavior of audiences in waiting area.*

As a result, the prior factors to consider in planning step of design are circulation scheme considering separation of admitting & exiting circulation, and space organization according to behavior of audiences.

키워드 : 영화관, 대기공간

1. 서론

1.1. 연구의 배경 및 목적

영화관[1]은 현대 도시 서민들이 가장 쉽게 접할 수 있는 문화공간이며, 가장 많은 대중들을 흡입할 수 있는 공간 중의 하나이다.

1990년대 이후에 시설이 낙후된 기존 영화관들이 개축이 되고, 대규모의 영화관들이 신축이 되고 있다. 그 결과 시설환경이 이전에 비해 크게 개선된 것이 사실이나 영화관의 시설투자는 주로 외형이나 상영관의 좌석, 음향, 설비 시설 측면에서의 개선이 주가 되고 영화관의 대기공간은 아직도 미흡한 부분이 많다. 영화관 관리자들도 대기공간의 중요성을 인식하지만 영화관 측의 영리추구가 우선이 되어 상영관의 시설보다 대기공간의 시설투자가 부족한 실정이다.

본 연구는 우리나라 영화관의 대기공간을 중심으로 대기공간의 기본적인 분석과 대기공간의 이용자들의 행동과 요구를 분석하여 영화관 대기공간의 디자인에 대한 기초 자료를 제공하는데 그 연구 목적이 있다.

1.2. 연구의 범위 및 방법

연구의 범위는 1990년대 이후에 개관한 수도권 내 복합영화관 중 자료 수집이 가능한 13개 영화관을 조사대상으로 하여 영화관을 방문하여 얻은 자료와 수집한 도면을 중심으로 영화관 대기공간의 기본적인 것을 분석한다.

사례분석을 한 13개의 복합영화관 중 상영관이 10개 이상에 하나의 대기공간을 공유한 CGV 강변 11과 거평 MMC[2]를 선정하였다. 두 영화관 대기공간에 관객들이 분포되어 있는 현황을 파악하고자 시간대별로 관객들의 동선로와 분포도를 체크하였고 관객들이 대기공간 내에서 이떠한 행동을 하는지 관찰조사를 하였다.

* 정회원, 홍익대학교 산업대학원 실내건축설계전공 석사과정
** 이사, 홍익대학교 건축공학과 부교수, 디자인학 박사

1)우리나라에서는 극장(theater)과 영화관(cinema or movie theater)을 혼용하여 사용하고 있으며, 극장과 영화관은 관람석이 있다는 점에서는 같으나 극장이 공연을 위한 무대와 준비공간이 있는 반면에 영화관은 스크린이 있는 점이 다르다.

2)사례조사를 한 영화관 중 상영관이 10개 이상이고 하나의 대기공간을 공유한 영화관은 CGV 강변 11, 거평 MMC, 메가박스 쎄네플렉스로 세 영화관 중 CGV 강변 11과 거평 MMC만 본 연구에서 분석하고 메가박스 쎄네플렉스는 추후 연구논문에서 다루고자 한다.

영화관 대기공간의 사용실태에 관한 의식 조사를 하기 위하여 대기공간 내의 관객을 대상으로 설문조사를 하였다.

2. 영화관의 개념과 대기공간의 역할

영화관은 영화를 상영하는 행위와 이를 감상하기 위한 관객의 행위를 담는 그릇이다. 이러한 영화관이 한 건물에 하나의 상영관을 가지는 단독영화관에서 출발하여 다양한 욕구를 충족시키는 형태의 다중영화관으로, 또한 관객의 유도와 운영의 측면을 고려한 용도와의 복합으로 건축된 복합영화관으로 변해가고 있다. 영화관은 입·퇴장영역, 대기영역, 관람영역[3]으로 구성되고 대기공간의 역할은 다음과 같다.

(1) 매표소

현재 우리나라 영화관은 대부분 건물의 외부에서 매표가 이루어지고 있는데 이 경우 매표소는 캐노피가 없기 때문에 우천시 관객들이 매우 불편하다.

최근에는 거평 MMC, CGV 강변 11, 센트럴 6 시네마, 메가박스 씨네플렉스 등이 대기공간 내에서 매표가 이루어지고 있으며 매표 대기줄이 대기공간의 내부 동선의 흐름을 방해한다.

(2) 티켓팅

티켓팅은 대기공간의 출입구에서 이루어지는 경우와 대기공간 내에 상영관의 출입구에서 행해지는 두 경우가 있다.

대기공간 출입구에서 이루어지는 경우는 명보 프라자, 키네마, 씨네플러스, 씨네코아, 씨네월드 등이 있다.

대기공간 내의 상영관 출입구에서 티켓팅이 이루어지는 경우는 키노, 씨티극장, CGV 인천, CGV 강변 11, 거평MMC, 메가박스 씨네플렉스, 센트럴 6 시네마, 주공공이, 중앙시네마 등이 있다. 이 경우는 상영관 하나에 대기공간 하나를 공유하는 경우와 여러개의 상영관에 하나의 대기공간을 공유하는 두 경우가 있다.

(3) 정보전달

정보전달은 영화관련 팜플렛, C.C.T.V 등으로 관객들이 사용빈도가 높기 때문에 다른 시설과의 적절한 자리에 배치함으로써 대기공간의 혼잡함을 줄이는 방안이 강구되어야 한다.

(4) concession

영화관의 수익의 30%가 이 시설에서 얻어진다고 한다[4]. 그만큼 관객들의 이용빈도가 높고 여러개의 상영관에 하나의 대기공간을 공유하고 있는 영화관의 경우는 이 시설을 이용하는 관객들로 인하여 대기공간의 동선의 흐름을 막고 혼잡함을 더욱 가중시킨다.

(5) 화장실

화장실은 영화 상영전에도 이용하지만 영화 상영후에 관객들이 한꺼번에 집중되기 때문에 위치와 면적이 중요하다. 상영관 자체의 출구가 있어도 화장실 때문에 대기공간에 다시 들어오는 경우가 많다.

3. 영화관 대기공간의 사례분석

3.1. 대기공간의 규모와 특성

대기공간의 규모와 특성은 대기공간의 기능을 구체화하며 영화관의 방향을 결정하는 기본적 특성으로써 영화관 대기공간의 현황을 알 수 있다.

1) 영화관 대기공간을 구체적으로 조사해서 현재 우리나라의 영화관의 대기공간의 실태를 파악하는 관점에서 상영관과 대기공간의 면적비를 분석한다.
2) 우리나라 영화관의 대기공간내의 좌석수가 어느정도인지 파악하는 관점에서 상영관의 좌석수와 대기공간의 좌석수비를 분석한다.
3) 대기공간 내 병목현상을 유발하는 원인이 출구의 폭과의 연관성을 파악하는 관점에서 계단폭과 엘리베이터의 정원을 분석한다.

<표 1> 영화관 대기공간의 분석

no.	영화관명	상영관의 면적 대 대기공간의 면적비(%)	상영관의 좌석수 대 대기공간의 좌석수비(%)	계단폭(mm)	엘리베이터 정원(명)
1	명보프라자	31.67	6.42	1,800	24
2	키네마	38.16		1,200	15
3	키노	57.46	14.49	1,000	24
4	씨네플러스	34.12	12.44	1,800	18
5	씨네코아	26.56	5.36	1,500	15
6	씨티극장	20.57	6.13	2,400	15
7	씨네월드	25.4	11.48	1,500	15
8	CGV 인천	19.06		-	24
9	CGV강변11	25.52	4.88	1,500	24
10	메가박스 씨네플렉스	39.82	1.56	-	-
11	거평 MMC	30.27	2.1	-	15인승-6개 24인승-6개
12	센트럴 6 시네마	30.11	3.18	-	-
13	주공공이	58.19	10.92	2,100	24

3.2. 대기공간의 이용자 의식조사

대기공간의 이용자 의식조사는 관객들의 대기공간을 어떻게 이용하고 관리자들이 생각하는 관객들의 대기공간 사용과 실제 관객들의 사용이 어떠한지를 파악하고자 한다.

설문조사 결과 관객은 영화관에 갈 때 시설수준을 보고 선택하는 경우가 많았다(42.83%). 관객은 영화표를 구입할 때 예매보다 당일 표를 구입하는 경우(98.29%)가 대부분으로 대기공

3)입·퇴장영역은 입구, 매표소, 엘리베이터/계단, 로비, 복도 등으로 구성되며 대기영역은 상영관 앞의 대기공간과 concession, 티켓팅공간, 화장실 등으로 구성되고 관람영역은 관람실, 스크린과 영사실, 기계실 등으로 구성된다. 최근에는 입·퇴장영역과 대기영역의 구분이 모호해지는 경향이 나타난다.

4)98 씨네플렉스 시대원년. 씨네 21. 98.4.

간 내에 매표소를 공유하는 경우 매표소 대기줄로 인하여 대기공간이 더 혼잡하다는 분석이 나온다.

영화관 대기공간은 항시 오후 3시 이후에는 관객들의 이용빈도가 높다(56.5%).

영화 상영전까지 관객들의 대기시간은 20~30분(42.1%), 30~40분(21%), 40~50분(14%)분 순으로 기다린다고 나타나 관객의 대부분이 20분 이상 대기공간 내에 지체된다.

대기공간 내의 가장 필요한 시설은 대기공간 내의 좌석(41%), 영화홍보자료(23.2%), 오락시설(12.5%) 순으로 나타나 영화관 대기공간 내의 좌석이 부족하다고 파악된다.

영화 관람 후 하는 행동은 관객의 반이상이 화장실에 간다(52.46%)로 나타나 상영관의 입·퇴장 동선이 분리가 되어도 대기공간 내에 화장실이 있는 경우 동선의 중복으로 인하여 대기공간이 혼잡할 수밖에 없는 이유를 뒷받침 해 주고 있다.

영화관을 주로 이용하는 관객의 남녀 비율은 1:3.6으로 여성이 주 관객이고, 연령층은 20대(58%), 30대(19.15%), 10대(14.5%) 순으로 나타나 20대가 주 관객으로 분석되었다.

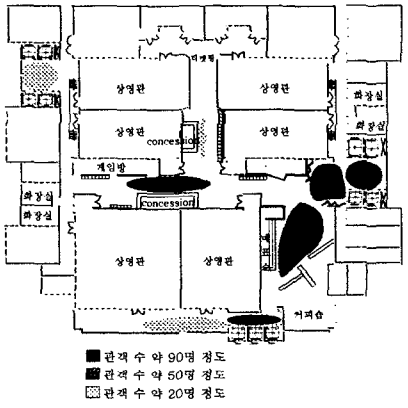
4. 영화관 대기공간의 사용실태

영화관 대기공간 내의 관객을 관찰조사하고 관객의 동선로와 분포도를 분석하여 영화관 대기공간의 공간구성과 관객의 동선로와 혼잡도와의 연관성을 조사한다.

4.1. 대기공간의 사용자 분포현황

(1) 거평 MMC

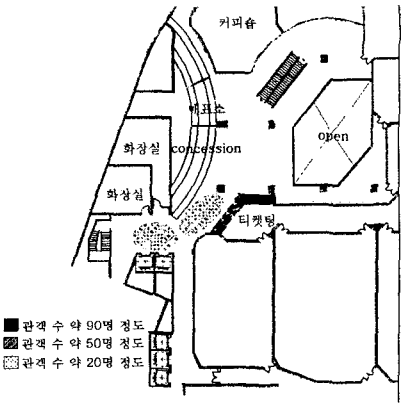
관객이 가장 많이 대기공간 내에 정체되는 시간은 오후 4시경이다. 대기공간 형태가 복도식이라 입퇴장하는 관객들의 동선의 중복과 매표소와 concession의 대기줄로 인하여 통행이 불가능할 정도가 된다.(그림 1)



<그림 1> 거평 MMC 대기공간 내 관객분포(피크타임 오후 4시)

(2) CGV 강변 11

엘리베이터에서 내려 매표소로 가는 경우에 concession을 지나야 한다. concession 앞이 티켓팅 하는 곳이라 그곳이 가장 관객들이 밀집되어 있다. 대기좌석은 이미 관객들이 꽉 차 있는 상태이고 대기 좌석의 부족으로 인하여 티켓팅 하는 앞 부분의 계단에도 관객들이 모두 앉아있다.(그림 2)

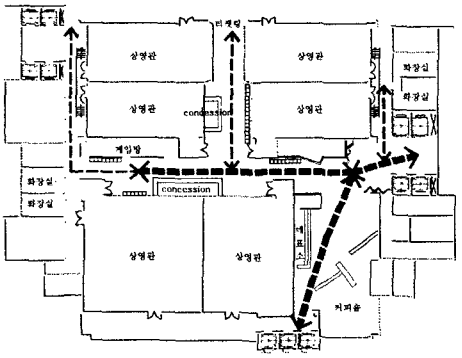


<그림 2> CGV 강변11 대기공간 내 관객분포(피크타임 오후 4시)

4.2. 대기공간 내에서의 동선유형

(1) 거평 MMC

이 영화관 평면계획은 상영관의 입·출구가 분리되어 있고 상영관 각각의 출구쪽 엘리베이터도 있기 때문에 평면상으로 보면 대기공간 내에서 관객의 입·퇴장 동선이 중복되지 않을 것이라 예상을 한다. 하지만 실제로 관객들의 반이상이 영화 상영후 바로 퇴장하지 않고 화장실에 가기 때문에 대기공간 내에서 입·퇴장 동선의 중복으로 인하여 혼잡하게 된다.(그림 3)



<그림 3> 거평 MMC 관객 주 동선로

① 관객들의 입장동선

<표 2> 거평 MMC 대기공간 내 관객 입장동선

1	엘리베이터→	매표소→포스터공간→대기좌석→concession→	대기좌석→티켓팅 →상영관
2	엘리베이터→	포스터공간→매표소→화장실→concession→	대기좌석→티켓팅 →상영관
3	엘리베이터→	포스터공간→매표소→concession→	대기좌석→티켓팅 →상영관
4	엘리베이터→	매표소→대기좌석→concession→	대기좌석→티켓팅 →상영관
5	엘리베이터→	매표소→	티켓팅 →상영관

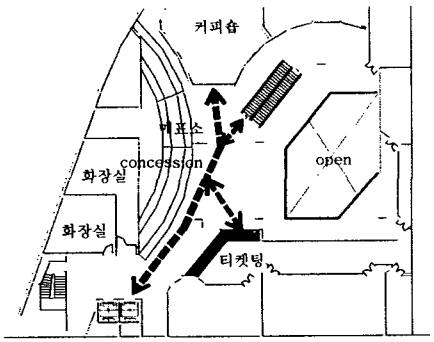
② 관객들의 퇴장동선

<표 3> 거평 MMC 대기공간 내 관객 퇴장동선

1	상영관→	대기공간 → 화장실 → 엘리베이터
2	상영관→	엘리베이터

(2) CGV 강변 11

영화관 출구가 여러개 있어도 주 사용 엘리베이터만 관객들이 이용을 하기 때문에 입·퇴장 동선이 중복이 되고, 주 사용 엘리베이터 앞에 화장실이 배치되어 있어 많은 혼잡과 병목현상을 유발한다.(그림 4)



<그림 4> CGV 강변 11 관객 주 동선로

① 관객들의 입장동선

<표 4> CGV 강변 11 대기공간 내 관객 입장동선

1	엘리베이터/ 에스컬레이터→	매표소 → 대기좌석 → concession →	대기좌석 → 티켓팅 → 상영관
2	엘리베이터/ 에스컬레이터→	매표소 → 화장실→게임방→concession→	대기좌석 → 티켓팅 → 상영관
3	엘리베이터/ 에스컬레이터→	매표소 → concession →	대기좌석 → 티켓팅 → 상영관
4	엘리베이터/ 에스컬레이터→	매표소 → 대기좌석→ concession →	대기좌석 → 티켓팅 → 상영관
5	엘리베이터/ 에스컬레이터→	매표소 →	티켓팅 →상영관

② 관객들의 퇴장동선

<표 5> CGV 강변 11 대기공간 내 관객 퇴장동선

1	상영관→	대기공간 → 화장실 → 엘리베이터
2	상영관→	대기공간 → 화장실 → 대기공간→에스컬레이터
3	상영관→	엘리베이터/에스컬레이터

5. 종합고찰 및 결론

영화관 대기공간의 사례분석과 관람객들의 의식조사와 관찰조사를 통하여 얻은 결론은 다음과 같다.

첫째, 상영관의 면적 대 대기공간의 면적비는 평균 33.57%로 대기공간이 가장 작은 영화관(19.06%)과 대기공간이 가장 큰 영화관(58.19%)의 편차가 크고, 상영관의 좌석수와 대기좌석의 비는 평균 7.17%로 좌석수가 가장 적은 영화관(2.1%)과 좌석수가 가장 많은 영화관(14.49%)의 편차가 크다고 분석되었다.

둘째, 관객들은 영화관의 시설수준을 보고 영화관을 선택하고, 영화표는 예매보다는 당일 매표소 구입이 더 많았다. 영화관은 특정 요일과 상관없이 이용하고, 주로 이용시간은 3시 이후로 분석이 되었다. 영화 상영전까지의 대기 시간은 관객의 대부분이 20~30분이상 기다리고, 영화관 대기공간 내에 가장 필요한 시설은 대기공간의 좌석이라고 분석이 되었다. 영화관람 후 하는 행동은 관객의 반이상이 화장실을 이용하고, 영화관의 주 관객은 20대 여성이라고 분석되었다.

셋째, 관객들이 주로 분포되어 있는곳은 매표소, concession, 엘리베이터 앞 순이고 여러개의 상영관에 하나의 대기공간을 공유하는 경우에는 매표소, concession, 엘리베이터의 위치에 의해 동선의 중복과 혼잡함을 유발함으로 공간구성시 각각의 배치를 고려해야 한다.

넷째, 기존 영화관보다는 상영관의 입장과 퇴장 동선의 분리가 일반화되고 있으나 관객의 행태를 고려하지 않은 공간구성으로 인하여 여전히 대기공간 내에서의 동선의 재 충돌이 발생한다.

본 연구에서 영화관 대기공간의 사용실태 조사는 국내 복합영화관 13개관 사례에 국한시킨 관계상 국내 영화관의 대기공간의 현황을 대변한다고는 볼 수 없고 관객들이 한번에 대규모로 집중되기 때문에 관찰조사에 한계가 있었다.

향후 보다 많은 자료조사와 분석을 통한 체계적인 연구가 지속되어야 할 것이다.

참고문헌

1. 이태은·유길준, 한국현대 공연장의 이용특성에 관한 연구, 대한건축학회논문집 16권 10호, 2000. 10.
2. 김선영, 공연문화의 복합기능, 한국실내디자인학회, 2000. 12.
3. 이형석, 1990년대 이후의 국내 멀티플렉스영화관의 현황 및 건축공간 구성방식에 관한 연구, 한양대 석사학위논문, 2000.
4. 최봉기, 우리나라의 現代的 復合 映畵館 計劃에 관한 硏究, 고려대 석사 학위논문, 1998.
5. 이상임, 복합영화관 건축계획에 관한 연구, 홍익대 석사학위 논문, 1996.
6. 이준수, 한국의 영화관 실태와 영화배급에 관한 연구, 단국대 석사학위논문, 1996.
7. 김정계, 복합영화관의 로비공간 디자인 연구, 홍익대 석사학위논문, 1992.
8. 小用利和·勝又英明, 劇場·ホールのロビー·ホワイエにおける公演時以外の利用に關する調査硏究, 일본건축학회계획계논문집, 2001. 1.
9. 岩下將務, 遊び環境における障害兒と健常兒居合あす場面の考察, 일본건축학회계획계논문집, 2001. 2.