

<미디어통계 과제>

201423060 박보연

201621026 전상준

201621068 홍주원

201621076 안중우

1.수입된 영화의 성공요건에 관심을 갖고 있습니다. 수입된 영화가 성공적이기 위해서는 어떤 조건이 영향을 줄 것인지 학술적으로 조사하여 가설을 세우시오. 학술적이라 함은 영화와 관련된 참고서적과 논문 등을 살펴보고 이를 참조하여 가설을 만들어야 함을 의미합니다. 따라서 가설은 가설만 제시되어서는 안되고, 왜 이 가설이 도출되었는지에 대한 설명이 포함되어야 합니다. 이 설명에는 다른 논문이나 참고서적이 인용되어야 합니다.

F-Test

가설 : 할리우드 영화에서 원작의 유무는 흥행에 영향을 미친다.

홍익대학교 이윤정, 신형덕 석사는 영화의 원작이 영화 흥행에 미치는 영향을 분석했다. 분석 결과 원작의 존재는 영화의 흥행에 유의한 정(+)의 영향을 미치고, 워작의 형태 중 소설 원작의 영화가 흥행에 유의한 정(+)의 영향을 미치며, 이러한 소설 원작의 영향력은 상업 영화에서 더욱 큰 것으로 나타났다는 연구 결과가 있다.

위에 보여지는 3가지 표에서 몇가지 신뢰되는 내용을 얻을수 있다. 첫째, 원작이 있는 영화는 그렇지 않은 영화에 비해 매출액으로 측정한 흥행이 유의하게 높았다. 둘째, 원작이 이용된 경우 그 형태에 따라 흥행성광 차별적인 영향을 미친다는 것을 발견하였다. 마지막으로 셋째, 원작의 형태와 더불어 그 원작을 이용하여 제작된 영화의 상업성 여부 또한 흥행성광에 차별적인 영향을 미친다는 것을 발견하였다.

표 1. 기술통계량

| | N | 평균 | 표준편차 |
|----------|-----|-------|------|
| 로그전국매출액 | 381 | 18.65 | 3.54 |
| 배급사 | 378 | .41 | .492 |
| 성수기 | 381 | .44 | .497 |
| 15세이상 | 381 | .61 | .487 |
| 장르 | 381 | .52 | .500 |
| 상업영화 | 381 | .50 | .501 |
| 원작있음 | 381 | .09 | .282 |
| 만화원작 | 381 | .01 | .089 |
| 소설원작 | 381 | .07 | .252 |
| 영화/드라마원작 | 381 | .01 | .102 |

표 3. 회귀 분석 결과

| | 모델 0 | 모델 1 | 모델 2 | 모델 3 |
|-------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| 상수 | 15.828** (.283) | 15.744** (.281) | 15.745** (.282) | 15.803** (.284) |
| 배급사 | 3.698** (.324) | 3.541** (.325) | 3.541** (.327) | 3.559** (.326) |
| 성수기 | .582* (.071) | .601* (.255) | .601* (.258) | .615* (.257) |
| 15세이상 가 | -.036 (.262) | -.041 (.260) | -.042 (.261) | -.051 (.260) |
| 장르 | .243 (.256) | .291 (.254) | .290 (.255) | .276 (.254) |
| 상업영화 | 1.959** (.321) | 1.955** (.317) | 1.956** (.319) | 1.833** (.326) |
| 원작있음 | | 1.367** (.452) | | |
| 만화원작 | | | 1.416 (1.427) | 1.422 (1.423) |
| 소설원작 | | | 1.372** (.501) | .225 (.833) |
| 영화/드라 마원작 | | | 1.292 (1.237) | 1.339 (1.234) |
| 소설원작x 상업영화 | | | | 1.782+ (1.034) |
| N | 378 | 378 | 378 | 378 |
| 수정된R ² | .523 | .533 | .531 | .533 |
| F | 83.628** | 72.740** | 54.262** | 48.820** |

+p<0.1, *p<0.05, **p<0.01

결과적으로, 원작이 있는 영화가 반대의 경우보다 흥행율이 높다는 궁극적인 결론과 함께 '원작의 유무가 영화 흥행에 영향을 미친다는 가설이 신뢰할수 있는 내용이다'라는 답변을 들을수 있었다.

Factorial ANOVA

가설1:헐리우드영화에서 주연을 맡은 배우의 출연여부는 영화의 흥행에 영향을 미친다.

순천향대학교 신문방송학과 유현석 교수가 쓴 '영화흥행 변수에 관한 연구'를 토대로 보면 미국에서 1940년대부터 시작한 영화흥행요인에 관한 연구가 있다. 갤럽의 ARI 라는 영화스타의 스타파워를 조사한 후 스타의 출연여부가 영화 흥행성과에 16%를 좌우한다는 결과를 내놓았다. 더불어 kindem은 1940년대 갤럽조사의 자료를 다시 회귀 분석한 결과 스타의 출연여부는 영화흥행 변화량에 26%정도를 좌우한다고 주장

표 2. 상관관계표

| | 전국 매출 | 배급 사 | 성수 기 | 15 세 이상 | 장르 | 상업 영화 | 원작 있음 | 만화 원작 | 소설 원작 | 기타 원작 |
|-----------|----------|---------|---------|---------------|------|----------|----------|----------|----------|----------|
| 전국 매출 | 1.00 | | | | | | | | | |
| 배급사 | .69** | 1.00 | | | | | | | | |
| 성수기 | .13** | .04 | 1.00 | | | | | | | |
| 15세 이상 | .08* | .11* | -.05 | 1.00 | | | | | | |
| 장르 | .07* | .03 | .16** | -.06 | 1.00 | | | | | |
| 상업 영화 | .60** | .61** | .07* | .14** | .03 | 1.00 | | | | |
| 원작 있음 | .24** | .20** | -.03 | .03 | -.06 | .13* | 1.00 | | | |
| 만화 원작 | .10* | .11* | .10* | .01 | .03 | .03 | -.29** | 1.00 | | |
| 소설 원작 | .18** | .14** | -.07* | .04 | -.05 | .09* | -.88** | -.02 | 1.00 | |
| 기타 원작 | .12** | .13** | .01 | -.02 | -.06 | .11* | -.33** | -.01 | -.03 | 1.00 |

+p<0.1, *p<0.05, **p<0.01
기타원작: 영화 및 드라마 원작

하였다는 연구결과가 있다.

영화배우 집단간 변량분석(ANOVA)의 결과가 <표 1>이다.

위 표에서 보면 전체 표본을 대상으로 한 결과는 예상대로 출연횟수가 많은 배우의 관객동원력이 뛰어난 것으로 나타나며, 이는 스타가 출연하면 흥행에 성공할 가능성이 높다는 일반적인 가설과 부합한다.

<표 2> 감독과 제작자 그룹에 따른 관객동원력의 변량분석

| | 전체표본 | | model I (75(↑)) | | model II (50⇔25) | | model III (25(↓)) | |
|----|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|------------------|
| | 제작사 관객 동원력 | 감독 관객 동원력 | 제작사 관객 동원력 | 감독 관객 동원력 | 제작사 관객 동원력 | 감독 관객 동원력 | 제작사 관객 동원력 | 감독 관객 동원력 |
| 가급 | M=88,068 N=110 | M=65,710 N=174 | M=191,732 N=46 | M=213,956 N=47 | M=17,411 N=48 | M=14,210 N=93 | M=2,004 N=16 | M=1,648 N=34 |
| 나급 | M=54,646 N=204 | M=59,165 N=184 | M=177,448 N=54 | M=158,191 N=60 | M=14,424 N=103 | M=15,060 N=89 | M=1,700 N=47 | M=1,565 N=35 |
| 다급 | M=50,104 N=418 | M=52,028 N=374 | M=214,270 N=83 | M=218,933 N=76 | M=13,801 N=215 | M=14,276 N=184 | M=1,598 N=120 | M=1,692 N=114 |
| | F=2.974 * | F=0.541 N. S | F=0.389 N. S | F=1.182 N. S | F=2.470 N. S | F=0.811 N. S | F=1.086 N. S | F=0.822 N. S |

*p<0.1

| | | | | | | | | |
|----------------------|--------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|------------------|------------------|
| 가급 (10편 이상 출연) | M=80,574 N=146 | M=87,470 N=114 | M=167,992 N=63 | M=171,913 N=52 | M=17,871 N=64 | M=22,233 N=45 | M=1,928 N=19 | M=1861 N=17 |
| 나급 (5-9편 출연) | M=109,900 N=142 | M=57,583 N=153 | M=295,321 N=49 | M=172,741 N=44 | M=16,597 N=66 | M=14,521 N=80 | M=1,468 N=27 | M=1,652 N=29 |
| 다급 (1-4편 출연) | M=32,453 N=444 | M=49,560 N=464 | M=156,789 N=71 | M=225,819 N=87 | M=12,922 N=236 | M=12,973 N=241 | M=1,660 N=137 | M=1,640 N=136 |
| | F=18.167 ** | F=3.074 * | F=5.667 ** | F=1.100 N. S | F=7.980 *** | F=16.941 *** | F=1.053 N. S | F=0.326 N. S |

*** p<0.001/ ** p<0.01/ *p<0.05

가설2:감독과 제작사가 유명하면 영화흥행에 영향을 미칠 것이다.

이 또한 가설1과 마찬가지로 ‘영화흥행 변수에 관한 연구’에 자료가 나와있다.

하지만, 이표를 보면 우리가 세운 가설이 다소 설득력이 떨어진다는 것을 볼 수있다. 이런 가설이 타당성을 갖기 위해서는 1990년대 중반이후의 흥행작들이 대거 포함된

Model I에서 나 또는 다급 감독/제작사의 관객동원력이 가급 보다 현저히 높게 나와야 하는데, 연구결과가 이를 뒷받침하지 못한다.

출처:문 화 정책논 일반논문 총 제13집(200 1) : 23 1~254

regression

가설 1:영화 등급이 낮을수록 영화흥행에 더 기여할 것이다.

영화등급은 영화연감에 표시된 상영등급을 기준으로 전체 관람가, 12세 관람 불가, 15세 관람불가, 18세 관람불가 등의 4등급으로 분류하다. <표 3>은 등급 에 따른 총 관람 수를 분석한 결과이다.

<표 3> 등급에 따른 총 관람수

<표 3> 등급에 따른 총 관람수

| | 전체 표본 | model I (75□) | model II (50⇔25) | model III (25□) |
|----------|-------------------|--------------------|-------------------|------------------|
| 전체 관람가 | M=30,488 N=80 | M=121,377 N=15 | M=13,761 N=43 | M=1,214 N=22 |
| 12세 관람불가 | M=59,052 N=55 | M=195,109 N=14 | M=16,305 N=31 | M=1,087 N=10 |
| 15세 관람불가 | M=92,492 N151 | M=263,197 N=49 | M=15,011 N=67 | M=1,824 N=35 |
| 18세 관람불가 | M=57,075 N=446 | M=178,452 N=105 | M=14,159 N=225 | M=1,744 N=116 |
| | F=4.259* | F=1.914 n. s | F=0.532 n. s | F=2.902* |

*p<0.05

전체표본을 대상으로 한 분석 결과, 15세 관람불가, 즉 고등학생 이상이 관람 할 수 있는 영화가 가장 많은 관객을 동원한 것으로 나타난다. 이는 영화관객의 대부분이 고등학생, 대학생 연령대라는 영화계의 일반적인 상식과도 부합하는 결과이다. 그 뒤로는 12세, 18세 관람불가가 비슷한 수준의 관객동원력을 보이고 있으며, 전체관람가 등급의 경우 다른 등급에 비해 2~3배 정도 적은 관객이 든 것으로 조사되었다. 한편, Model I, II 분석에서 등급별 변량분석의 차이는 유의미하지 않게 나타났으나,

Model I에서 15세 관람불가의 관객동원력이 전체관람가 등급 영화의 2배 이상이란 점은 주목할만 하다.

가설 2: 영화 개봉시기는 영화흥행에 영향을 미친다.

영화가 개봉하는 시기에 따른 관객동원력이 다를 것이라는 일반적인 가설이 다. 예컨대 여름방학, 겨울방학, 추석, 크리스마스에 개봉한 영화에 보다 관객에 많이 몰린다 하여 제작자들은 개봉시기에 민감한 반응을 보인다. 특히 개봉 초창기의 흥행성적이 전체 흥행결과에 미치는 영향이 큰 영화산업의 특성상, 흥행 을 노린 블록버스터 영화들은 이 시기에 많이 개봉한다. 개봉월별 관객동원수를 분석한 결과가 <표 4>이다.

<표 4> 개봉월별 관객동원수

| | 전체 표본 | model I (75 ⁺) | model II (50 [⇔] 25) | model III (25 ⁻) |
|-----|--------------------|----------------------------|-------------------------------|------------------------------|
| 1월 | M=48472 N=42 | M=194070 N=8 | M=18155(2) N=26 | M=1401 N=8 |
| 2월 | M=86632(1) N=52 | M=263880(2) N=15 | M=18002(3) N=30 | M=946 N=7 |
| 3월 | M=31209 N=62 | M=126544 N=12 | M=11317 N=35 | M=1353 N=15 |
| 4월 | M=58746 N=61 | M=333313(1) N=9 | M=15207 N=37 | M=1400 N=15 |
| 5월 | M=53188 N=64 | M=166444 N=17 | M=16151 N=34 | M=1948 N=13 |
| 6월 | M=51458 N=56 | M=136180 N=19 | M=11732 N=23 | M=1740 N=14 |
| 7월 | M=76981(3) N=54 | M=225352 N=17 | M=113125 N=23 | M=1724 N=14 |
| 8월 | M=52567 N=55 | M=188121 N=13 | M=14206 N=30 | M=1619 N=12 |
| 9월 | M=77292(2) N=71 | M=154385 N=32 | M=18220(1) N=29 | M=1904 N=10 |
| 10월 | M=47621 N=73 | M=211141 N=14 | M=13103 N=37 | M=1614 N=22 |
| 11월 | M=44432 N=81 | M=258189(3) N=12 | M=11145 N=40 | M=1894 N=29 |
| 12월 | M=62667 N=61 | M=231272 N=15 | M=14168 N=22 | M=1745 N=24 |
| | F=0.698 N. S | F=0.781 N. S | F=2.095 * | F=0.820 N. S |

*p<0.05, ()는 순위

먼저, 전체표본을 대상으로 한 조사에서 통상 설날과 추석이 들어있는 2월과 9월의

관객동원수가 다른 시기에 비해 조금 앞서는 것으로 나타난다. 그러나 예상과는 달리 전체 표본을 대상으로 한 분석에서 개봉 월에 따른 관객동원력은 유의미하지 않게 나타났다. 흥행에 성공한 영화를 기준으로 한 Model I에 서 4월-2월-11월 순으로, 즉 통상 비수기로 여겨지는 4월과 11월에 관람객의 수가 많이 나온 점은 개봉시기를 흥행성공에 결정적인 변수로 고려하는 것을 제약한다.

출처:문화 정책논 일반논문 총 제13집(200 1) : 23 1~254

multi regression

가설1:영화 흥행성은 스타의 출연여부, 감독의 숙련도, 제작사의 영향력뿐만 아니라 상영일수에도 영향을 미친다.

순천향대학교 신문방송학과 유현석 교수가 쓴 ‘영화흥행 변수에 관한 연구’를 분석했다. 상영일수와 영화흥행이 밀접한 관계가 있다는 사실은 상식적 사항이다.

<표7>수입영화 흥행성과 회기분석(상영일수 포함)

| 변수 | B | Beta | t | 유의미도 |
|--------------------------------|-------------|--------|---------|------|
| 상수 | - 18028.733 | | - 4.850 | .000 |
| 남자더미 | 27785.831 | .093 | 5.126 | .000 |
| 장르더미 | - 11761.705 | - .029 | - 1.546 | .122 |
| 등급더미 | 15005.437 | .041 | 2.280 | .023 |
| 상영일수 | 713.531 | .860 | 46.725 | .000 |
| 종속변수: 총 관객 수 F=603.518 p<0.001 | | | | |

<표8>조사대상 기간의 외부요인 상관관계

하지만 표7과 표8을 참고해보면 우리가 세운 가설은 설득력이 없다는걸 알수가 있는데 이러한 가설이 타당성이 없는 이유는 관객점유율이 낮은 영화라 할지라도 배급사의 파워에 의해 많은 극장에서 동시에 상영된다면, 관객점유율과는 별개로 총 관객 수는 높아질수 있다는 사실을 의미한다. 결국 영화흥행의 변수가 영화의 흥행성공에 결정적인 변수가 배급에 의해 좌우될 수 있다는 측면임을 알 수 있다.

| | | | | |
|--------------------------------|----------|-----------|----------|------|
| | 총 관객 수 | 일 평균 관객 수 | 개봉관 수 | 상영일수 |
| 총관객 수 | 1.00 | | | |
| 일 평균 관객 수 | .365(**) | 1.00 | | |
| 개봉관 수 | .494(**) | -.134(**) | 1.00 | |
| 상영일수 | .870(**) | .058 | .730(**) | 1.00 |
| ** p < 0.01 level (2- tailed). | | | | |

가설2:영화 흥행성은 배우,등급,장르에 의해 영향을 받을 것이다.

순천향대학교 신문방송학과 유현석 교수가 쓴 '영화흥행 변수에 관한 연구'를 분석했다. 이러한 연구결과를 놓고 볼때, 한국영화의 흥행성과는 주로 배우,등급,장르에 의해 영향을 받는다고 추정할 수 있다.

이러한 요소들이 영화 흥행성과의 어느정도를 설명하는지 조사했다.

<표6>한국영화 흥행성과 회귀분석(배우,등급,장르 변수)

| 변 수 | B | Beta | t | 유의미도 |
|-------------------------------|-----------|------|-------|------|
| (상수) | 14024.980 | | 1.733 | .084 |
| 남자배우더미 | 54236.412 | .181 | 4.968 | .000 |
| 여자배우더미 | 17855.919 | .059 | 1.606 | .109 |
| 장르더미 | 61387.059 | .149 | 4.075 | .000 |
| 등급더미 | 29363.531 | .081 | 2.236 | .026 |
| 종속변수: 총 관객 수 F=15.111 p<0.001 | | | | |

다음 표6은 영화흥행과 관련한 것으로 조사된,배우,등급,장르 변수를 더미화하여 회귀분석을 시도한 것이다.

이 모델의 Adjusted R²값은 0.072로 우려했던 대로 매우 낮았으며, 또한 추정된 회귀계수의 유의확률을 보면 유의수준 5%하에서 상수항, 여자배우더미가 유의미하지 않음을 알 수 있다. 이는 결국 이 연구가 흥행성과에 영향을 끼치는 결정적인 변수를

고려하지 못했다는 것과 회귀식이 타당하지 않다는 것을 의미한다. 따라서 이 가설은 타당하지 않음을 알 수 있다.

2. 또한 IPTV나 Cable TV에서 사람들이 비용을 지불하고 비디오를 보는 것에 대해서도 관심을 갖고 있습니다. 이에 대한 가설 또한 세우시오.

F-Test

가설 : 모바일 IPTV를 구매하여 사용하는 사용자들은 만족도 면에서 콘텐츠를 중요한 요인으로 생각한다.

<표 4> 변수측정과 관련 연구

| 변수 | 개념적 정의 | 조작적 정의 | 관련 연구 |
|---------|---|--------|-------------------|
| 반응성 | 모바일 IPTV 서비스의 메뉴 조작 시 반응에 대한 사용자가 인식하는 정도 | RE1 | 메뉴 조작시 즉각 반응함 |
| | | RE2 | 메뉴 조작시 멈출이 없음 |
| | | RE3R' | 메뉴 조작시 반응이 늦음 |
| 콘텐츠 만족도 | 모바일 IPTV 서비스의 제공 콘텐츠 이용에 따른 사용자의 만족 정도 | C1 | 제공 콘텐츠에 전반적으로 만족 |
| | | C2 | 만족스런 콘텐츠를 제공 |
| | | C3R' | 제공하는 콘텐츠의 불만족 |
| 가격 만족도 | 모바일 IPTV의 서비스 대비 이용 가격에 대한 사용자의 만족 정도 | P1 | 사용요금의 전반적 만족 |
| | | P2 | 서비스 대비 가격 만족 |
| | | P3R' | 서비스 대비 가격 불만족 |
| 디자인 심미성 | 디자인에서 서비스 화면의 인식을 용이하게 해주는 정도 | A1 | 서비스 화면의 깔끔한 디자인 |
| | | A2 | 서비스 화면의 최신식 디자인 |
| | | A3 | 서비스 화면의 균형 있는 디자인 |
| 만족도 | 모바일 IPTV 서비스에 대해 사용자가 인지하는 전반적인 만족도 | SF1 | 전반적으로 만족함 |
| | | SF2 | 서빙이 즐거움 |
| | | SF3 | 전반적으로 긍정적 |

*역으로 코딩 되었음

<표 6> 확인적 요인분석 결과 및 측정항목 특성

| 변수 | 항목 | 요인 적재량 | F-값 | 크론바 α | 합성신뢰도 | 평균분산추출 |
|---------|-------|--------|--------|--------|-------|--------|
| 반응성 | RE1 | 0.887 | 28.445 | 0.600 | 0.831 | 0.711 |
| | RE2 | 0.797 | 12.057 | | | |
| | RE3R' | - | - | | | |
| 콘텐츠 만족도 | C1 | 0.857 | 31.517 | 0.720 | 0.838 | 0.636 |
| | C2 | 0.874 | 29.991 | | | |
| | C3R | 0.641 | 6.261 | | | |
| 가격 만족도 | P1 | 0.851 | 22.798 | 0.7323 | 0.835 | 0.633 |
| | P2 | 0.879 | 26.991 | | | |
| | P3R | 0.634 | 5.932 | | | |
| 디자인 심미성 | A1 | 0.853 | 31.505 | 0.739 | 0.851 | 0.657 |
| | A2 | 0.747 | 10.836 | | | |
| | A3 | 0.826 | 25.977 | | | |
| 만족도 | SF1 | 0.822 | 26.646 | 0.730 | 0.846 | 0.647 |
| | SF2 | 0.750 | 13.281 | | | |
| | SF3 | 0.837 | 26.703 | | | |

* 요인적재량이 기준보다 낮아 제외되었음

한국정보시스템학회의 장은진, 김정균, 신용호 연구자들의 연구지를 보면 반응성, 콘텐츠, 가격, 디자인들을 성별과 세대별로 나눠 어떤 요인이 IPTV 사용 만족도에 영향을 주는지(통계적으로 유의미한지), 또 어떤 것이 가장 큰 만족도를 주는지를 알아보기 위해 데이터 분석을 했다. 표에서 알수 있듯이 시스템적 측면에선 통계적으로 유의하진 않지만, 콘텐츠와 디자인적 부분은 유의하게 작용된다는 것이 보여진다. 모바일 기기는 태생적으로 화면크기와 인터페이스 장치의 제약이 있어서 IPTV의 장점인

상호작용성을 높이기 쉽다. 특히 기존 PC 기반 인터페이스와 대화면의 IPTV에 익숙한 사용자는 이질감과 불편함을 느낄 가능성이 크다. 단순히 기존 IPTV에서 모바일로의 서비스 확장이 아니라 모바일 기기의 제약을 보완하여 편리성을 높이고 동시에 심미성을 느낄 수 있는 인터페이스 설계가 중요하다. 모바일 IPTV 사용자 만족에 디자인 심미성(경로계수 0.331)이 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다.

Factorial ANOVA

가설1: 영화관에서 영화를 보는 것보다 IPTV에서 영화를 보는 것을 선호하는 사람들은 다른 비용들을 아끼기 위함이다.

집에서 iptv를 시청하는 사람들은 영화관까지 가는 시간 비용을 아끼기 위함일 수 있다. 또한 영화관에서 나가는 비용인 영화표나 그 주변에서 판매되는 것들에 대해 비용을 아낄 수 있다. 그렇기에 이 가설은 타당성이 높다.

가설2. IPTV나 케이블TV는 선택의 폭을 넓혀줄 것이다.

IPTV나 케이블TV의 최대 장점은 옛 콘텐츠나 시간이 맞지 않아 보지 못했던 콘텐츠 등을 다시보기로 시청할 수 있으며, 영화관에서 상영이 끝난 영화부터 최신 콘텐츠, 최신 영화까지 보고싶은대로 시청할 수 있다는 것이다. 그러기에 선택의 폭을 넓혀 준다는 가설은 타당하다고 볼 수 있다.

regression

가설1 : IPTV에서 시청자들의 SNS이용성격이 IPTV시청빈도에 영향을 줄 것이다.

TV환경에서의 SNS 기능요소 추출을 위하여 FGI를 실시하였다. 지상파를 비롯하여 케이블, 위성TV, IPTV 등 다양한 TV 채널을 제공하고 있는 상태에서 주 사용자를 선택함에 있어 국내 TV 실시간 시청자의 분포도를 중심으로 하였다. 최근 방영된 드라마 및 뉴스의 시청자 분포도를 보면 50대 에서 30대까지의 시청자가 주 시청자이다.6) 10대에서 20대까지의 시청자가 실시간 TV시청보다는 VOD나 다운로드를 통한 시청을 주로 하는 실정으로 이 연구에서는 실시간 시청 중심으로 진행하기 위해 50대 에서 30대까지의 남녀 시청자를 표본으로 FGI를 구성하였다. FGI결과 시청프로그램 별로 SNS 기능에 대한 요구사항이 다르게 나타나는 것을 발견할 수 있었다. 또한 시청자의 몰입도에 따라서도 다르게 나타났다. 시청프로그램의 종류와는 상관없이 관심 정보 제공과 관련된 SNS 니즈가 가장 큰 것으로 나타났고, 프로그램 유형별로는 스포츠에서 현장감 공유 항목이 주요 요소로 나타났고, 프로그램의 성격 상 뉴스에서는

관심정보의 제공과 더불어 의견개진이 주요항목으로 도출되었다. 프로그램의 성격이 SNS 니즈에 따라 다르게 나타나는 것을 알 수 있었다. 몰입도 또한 SNS 니즈에 영향을 미치는 주요항목으로 발견되었다. 몰입도가 높을 경우 실제로 SNS의 니즈가 발견되지 않았지만 특이하게도 스포츠의 경우는 현장감 공유라는 항목이 높게 나타났다.

Research on Possibilities of Social Network Services through IPTV IPTV를 통한 SNS 가능성에 관한 연구 김현석 (홍익대학교 시각디자인과) ; 김소현 (홍익대학교 영상학과)

가설 2: 소비자의 융합형 서비스의 편리성 요구 정도가 IPTV에서 비용을 지불하여 사용하는 데 영향을 미칠 것이다.

지금까지 소비자들은 전화, 초고속 인터넷, 방송을 다른 사업자들로부터 다른 기술을 통해 제공받고 각기 다른 요금 통지서를 받아 봤지만, 초고속 인터넷이 가정에 필수적인 인프라가 되면서 전화(VoIP)까지 한꺼번에 제공받을 수 있게 되었고 여기에 방송까지 구현되는 IPTV가 제공 되면 통합빌링, 가격 할인, 원스탑 A/S까지 제공 받을 수가 있어 소비자들의 편리성은 한층 더 제고 될 것이며 이러한 Needs는 더욱 커질 것으로 예상 된다. (정경희 등,2008)

IPTV를 통한 HealthcareService품질이 만족도와 사용의도에 미치는 영향에 관한 연구 - 단국대학교 대학원

multi regression

가설1: IPTV나 cable tv에 비용을 지불하는 사람들은 원하는 시간에 콘텐츠를 선택해서 시청할 수 있을 뿐만 아니라 다양한 지역 특화 콘텐츠를 접할수 있을 것이다.

사람들이 IPTV나 cable tv에 비용을 지불하는 이유는 시청하지 못했던 프로그램이나 콘텐츠를 원하는 시간대에 시청할 수 있고, 그 지역만의 특화된 콘텐츠를 접할 수 있기 때문에 그러므로 이 가설은 타당하다.

가설2: IPTV나 cable tv에 비용을 지불하는 사람들은 영화관까지 가는 시간 절약뿐만 아니라 다양한 장르를 접할 수 있을 것이다.

사람들이 굳이 영화관에 가지 않고 IPTV나 cable tv에 비용을 지불하는 이유는 영화관에 가는 시간과 비용을 줄이고 영화관에 상영되지 않는 다양한 장르와 분야를 접할수 있기 때문에 그러므로 이가설은 타당하다.

