**미디어 통계 그룹과제 3**

 미디어 201121475 박용우

 소셜미디어 201621029 김지은

 소셜미디어 201621072 백종철

소셜미디어 201621077 방수오

주제1

F-test

수입된 영화의 장르는 영화 성공에 영향을 미칠 것이다.

 -> F-test의 IV, DV의 조건이 모두 일치하고 인용한 논문과의 연관성도 높아 잘 설정된 가설이라 생각되었다.

Factorial ANOVA

1. 지속적으로 시리즈를 이어나갈 소재의 여부와 투자자의 유무에 상호의존적인 관계에 따라 영화의 흥행성에 차이가 있을 것이다.

 -> 주제가 국내영화보다는 수입 된 영화에 초점이 되어있어서 수입된 영화에 대한 가설을 세워야 한다고 생각 한다.

2. 주연 배우의 명성과 영화의 명성 사이의 상호의존적인 관계에 따라 수입영화의 성공에 차이가 있을 것이다.

 -> 주제인 ‘수입된 영화가 성공적이기 위해서는 어떤 조건이 영향을 줄 것인지’에 잘 부합하였고 논문에서 가설을 뒷받침 해줄 예시들을 잘 찾아 가설을 세웠다.

Regression

1. 스크린수가 수입영화관객수에 영향을 미칠 것이다.

 -> 단순히 생각하기에도 이 가설은 맞는 말이라고 생각이 된다. 이를 뒷받침 할 근거가 되는 논문 역시 잘 인용되어 있어 잘 설정된 것 같다.

2. 소셜미디어 (해당 검색어 문서건수)가 수입영화관객수에 영향을 미칠 것이다.

 -> 해당 검색어 문서건수, 즉 소셜미디어가 단지 수입된 영화에서만 해당되는 것이 아니라 한국영화에 대해서도 적용될 수 있다고 본다. 논문에서도 대상을 수입된 영화로 한정하고 있지 않기 때문에 과제에서 제시된 '수입된 영화에서’ 의 조건을 충족하기 어려울 것 같다.

Multiple Regression

1. 개봉 전 네티즌평점,뉴스기사 노출횟수가 수입영화관객수에 영향을 미칠것이다.

 -> 논문을 통해 한국 영화와 외국 영화의 흥행 요인의 차이점을 잘 드러내 주었다.

2. 네티즌 리뷰수,관람등급은 수입영화관객수에 영향을 미칠것이다.

 -> 두 독립변인 모두 종속변인에 영향을 준다는 것을 여러 논문을 통해 잘 설명한 것 같다. 가설을 설정함에 있어서 딱히 문제가 될 것 같아 보이지 않았다.

주제2

F-test

IPTV의 VOD의 연령 등급은 그 VOD의 구매율에 영향을 미칠 것이다.

 -> 가설에대한 도출이유에서 ` 영화의 연령 등급이 영화의 흥행에 영향을 미쳤다는 연구 결과를 고려할 때 부가 시장인 IPTV에서도 VOD의 연령 등급이 구매율과 유관하다.` 라고 했는데 영화의 흥행이 vod 구매에 영향을 미치는 이유 부분이 부족해서 출처가 있어야할 것 같다고 생각 된다.

Factorial ANOVA

1. 비디오의 응답속도와 저장 기간 사이의 상호의존적인 관계는 비디오 구매량에 영향을 끼칠 것이다.

 -> 독립 변수 2개가 잘 나타나 있고 특히 응답속도와 저장 기간에 관련된 비디오 구매 심리를 논문을 통해 자세히 설명해주었다.

 2. 홀드백 기간과 일인당 지불 비용의 상호작용에 따라 비디오 구매량이 달라질 것이다.

 -> 홀드백 기간과 지불 비용의 상호작용을 자세히 설명해 주었지만 ‘영화가 비디오로 출시되면 사람들은 극장에 가는 대신 집에서 비디오로 영화를 보고자 한다’ 에 대한 이유가 부족하다.

Regression

1. 연령대가 유료 vod이용률에 영향을 미칠것이다.

 -> 가설을 `연령대가 유료 vod이용률에 영향을 미칠것이다.` 라고 썼고 이에대한 도출이유를 정확한 자료통계 및 정확한 논 문 출처를 잘 적어 주었다. 또한 독립변수와 종속변인도 잘 적어 주었다.

2. 가구소득수준이 유료 vod이용률에 영향을 미칠것이다.

 -> 가설에 대한 연구 결과가 논문에 의해서 굉장히 명확하게 명시되어 있다. 이외에 IV나 DV의 형태도 오류가 없어 좋은 가설인 것 같다.

Multiple Regression

1. 광고노출횟수,가구소득수준은 유료 VOD이용률에 영향을 미칠 것이다.

 -> 가구소득 수준에 관련해서는 논문에서 제시한 구체적인 수치를 인용하여 확실이 종속변인에 영향을 미치는 지 인식이 되는데 광고노출횟수에 대해서는 그러한 뒷받칠 수 있는 내용이 없어서 더 자세한 설명이 필요해 보인다. 일단, 소비자는 광고나 구전을 통해서 정보를 얻고, 시간에 흐름에 따라 제품에 대한 새로운 정보를 계속적으로 축적한다고 밝혔는데 이 부분에서 가구소득수준처럼 노출횟수에 따른 결과를 정확한 수치로 설명한다면 이해도를 높이고 신뢰도가 높아질 수 있을 것 같다.

2. 이용요금, 주시청 시간대는 유료 VOD이용률에 영향을 미칠 것이다.

 -> 도출이유 중 VOD시청에 영향을 미치는 요인에 주시청 시간대가 포함되지만 마지막 줄에 유료 VOD 이용률에 영향을 미치는 요인 중에는 주시청 시간대는 포함되어 있지않고 ‘시청률은 높고 이용요금은 낮은 프로그램일수록’ 부분을 보면 오히려 독립변인으로 이용요금과 시청률이 더 적합해 보인다.