**19조 / 20조 Discusion**

아주대학교 미디어학부 소셜미디어 전공

201323168 김 준 영

201621028 황 지 훈

201620996 김 유 지

201621003 지 혜 민

<수입 영화의 성공요건>

F-test 1: “해외 수입 영화 중 우리나라의 애국심에 반(反)하는 정서는 결과가 성공적이지 못할 것이다.” 라는 부정적 가설을 제시하면서 이에 대한 근거를 설명하며 결국 긍정적인 가설을 도출해낼 것이라는 결론을 내렸고 애국심이라는 정서가 수입영화의 성공에 영향을 미친다는 사실이 흥미로운 점이었으며 외국에서 우리나라로 영화를 수출할 때 이런 특성을 알고 애국심이 들어간 영화를 제작하면 우리나라의 단결력이 더 높아지는 좋은 효과를 가져올 수도 있을 것 같다는 생각이 들었다.

Factorial ANOVA 1: 할리우드 영화의 장르별 개봉 비율을 나타내는 표를 첨부해 가설이 더 타당하게 뒷받침 된다고 생각한다.

Factorial ANOVA 2: 상영관과 배급사가 서로 반대되는 입장이라, 배급사와 상영관의 관계에 따라 영화의 성공 여부가 영향을 받는다는 가설은 수입영화뿐 만 아니라 국내의 영화에도 해당 될 것 같다는 생각이 든다.

Regression 1: 영화의 개봉 스크린 수가 많을 지라도 그 영화의 관람객 수가 그 만큼 충족되지 않는다면 예외가 발생 할 것이고, 결국 흥행영화라고 할 수 없을 것이다.

Regression 2: 온라인 평가가 안 좋을 경우에도 톱스타 배우가 대거 출연하는 영화나 배급사의 평판이 좋을 경우라면 흥행 영화가 될 수 있을 것이다.

Multiple Regression 1: 수입 영화의 성공요건 첫 번째 가설로 "수입 영화 국적과 한국 문화의 유사성, 주연배우의 명성, 영화 개봉 시기, 영화의 명성, 수입 영화의 장르가 그 영화의 흥행성에 영향을 미칠 것이다" 라고 설정하였고 다중회귀 분석인 하나의 종속변인과 다른 독립변인들 간의 관계에 대한 분석으로 독립변인(문화의 유사성, 주연배우의 명성, 영화 개봉 시기, 영화의 명성, 장르)과 종속변인을 수입 영화의 흥행성이라 설정하였다. 각각의 변인들을 설정 후 그에 대한 이유를 명확하게 설명하여 상대방이 접근하기 쉽고 이해하기 쉬웠지만 참고문헌이나 논문의 출처가 명확하지 않아 근거에 대한 자세한 내용을 찾아볼 수 없는 점이 조금 아쉬웠다.

Multiple Regression 2: 독립변인 중 하나를 마케팅 비용의 비율로 설정하였다면 마케팅 비용의 비율이 높을 수록 수입 영화가 더 흥행했다라는 비율을 나타내주는 척도가 필요할 것 같다. 현재 내용에 제시된 척도는 평균 총 제작비와 마케팅 비율의 척도인데 위와 같은 척도가 수입 영화가 더 성공적인 요건으로 작용했다는 근거를 뒷받침하는 내용으로는 빈약한 것 같다.

<IPTV, Cable TV 컨텐츠 구매>

F-test 1: 컨텐츠 구매여부에는 사람들의 부의 정도가 관여할 것이라고 생각했었는데 컨텐츠 구매하지 않는 사람들은 뉴스를 선호하는 경향이 있었다는 논문내용을 보고 부의 정도보다는 성향이 많이 관여한다는 것을 알게 되었다.

Factorial ANOVA 1: 방송 프로그램 시청 행태와 TV프로그램 유형별 시청 방식에 관한 표 등을 첨부해 이해하기도 쉽고, 가설을 더 타당하게 뒷받침할 수 있는 것 같다.

Factorial ANOVA 2: 독립변인인 관객수와 가격이 당연히 VOD 구매에 영향을 끼칠 거라고 생각했는데, 실제로는 큰 상관이 없고 얼마 영향을 끼치지 않는다는 결과가 놀라웠다.

Factorial ANOVA 3: 가설을 처음 읽을 때, 독립변인인 지각된 시스템의 품질과 지각된 컨텐츠의 품질이라는 것이 정확히 무엇인지 몰랐는데 이유에서 이에 대한 설명을 해주어 읽는 사람이 이해할 수 있도록 해준 것이 좋았다.

Regression 1: 시청자들은 TV뿐만 아니라 다양한 매체를 통해서 본 방송 외에도 다양한 컨텐츠를 접할 수 있고, 따라서 IPTV 사용자가 늘어 날 것이라는 20조의 생각에 공감한다.

Regression 2: IPTV의 채널 수가 늘어나면 못 보던 채널도 뒤늦게 볼 수 있을 것이고 따라서 이용자수가 늘어 날 것이다. 20조의 통계자료는 좀 더 신뢰 할 만 하다.

Multiple Regression 1: IPTV 의 유료 VOD를 구매할 때 VOD의 유용성, 사용 용이성, 주관적 규범, 가격이 영향을 미칠 것이다 라는 가설에서 독립변인으로 제시된 촉진요인/가격에 대한 근거가 부족한 것 같다. "가격이 너무 비싸다고 생각하면 구매하지 않을 것이다" 가격이 저렴해질 때까지 구매를 연기할 것이라고 단정지어 결론짓기에는 변인자체가 너무 광범위하고 명확한 자료가 불충분하다고 생각된다.

Multiple Regression 2: 가설에 따른 종속변인인 VOD 시청과 재생 가능 기간, 검색 용이성, 극장과 상영 동시성의 독립변인들 설정과 이에 대한 근거로 PPV 속성별 만족도 그래프를 보여주고 모델링 분석 결과를 제시해 줌으로서 이 요소들이 만족도에 가장 큰 영향을 미치고 향후 시청과 관련이 있음을 확인 가능하게 주었다. 결론적으로 가설을 제시하고 이에 대한 근거로 그래프를 뒷받침하여 보는 이가 쉽게 이해하도록 잘 표현해 주었다.