미디어통계

21조

|  |
| --- |
| 수입된 영화의 성공요건에 관심을 갖고 있다. 수입된 영화가 성공적이기 위해서는 어떤 조건이 영향을 줄 것인지 학술적으로 조사하여 가설을 세우시오 |
| F-test |
| **1. 수입영화의 흥행력은 마케팅전략(실험집단:해당나라의 상황에 맞춰 제작된 홍보물,비교집단:번역만 한 홍보물,통제집단:마케팅을 하지 않음)에 따라 차이가 있다.**  출처: 영화 수입 및 마케팅에 관한 연구 : <센과 치히로의 행방불명>사례를 중심으로  학위논문(석사)-- 중앙대학교 첨단영상대학원 : 영상예술학과 영화이론전공 2003.8 |
| -설명-  F검정은 F분포를 이용하여 상이한 셋 이상의 집단 평균 차이를 검증할 때, 분산을 이용하여 실시하는 가설검증 절차이다. 독립변인을 세집단으로 나눴다. 독립변인을 명목척도로 나타내고, 종속변인은 등간척도이상으로 나타내어 가설을 설정하였다.  마케팅전략(1,2,3집단)에 따라 수입영화 흥행성에 차이가 있다.  A집단- 해당나라의 상황에 맞춰 제작된 홍보물 (1)  B집단: 해당나라에 맞게 번역만 한 홍보물 (2)  C집단: 마케팅을 하지 않음 (3)  사례를 들면 6월 19일 신문은 온통 한국팀의 8강 진출 기사로 도배, 이때 센과 치히로의 행방불명 '돌출광고', 월드컵과 같은 거대 이벤트를 상황에 맞게 잘 활용했고 당시 월드컵의 열기로 'Be the Reds!'라는 붉은색 셔츠가 전국을 뒤덮고 있을 때 붉은옷의 치히로를 이 열기과 연결 시키려는 마케팅 전략이 있었다. 이와 같이 상황에 맞춰 제작된 홍보물과 해당나라에 맞게 번역만 한 홍보물, 마케팅을 아예 하지 않은 통제집단간에는 흥행성에 차이가 나타났다. |
| Factorial ANOVA |
| **1.**  **- 영화의 제작비에 따라 흥행에 차이가 있을 것이다.**  **- 영화의 배급사에 따라 흥행에 차이가 있을 것이다.**  **- 영화의 제작비와 배급사의 상호작용에 따라 흥행에 차이가 있을 것이다.**  박승현, 장정헌(2014), 한국만화애니메이션학회 논문, 「할리우드 영화의 장르별 수용 : 한국 영화시장에서의 문화적 할인현상을 중심으로1」  **2.**  **-대기업 자본의 공급 여부에 따라 수입영화 흥행에 차이가 있을 것이다**  **.(영화제작 자본의 공급)**  **-.상영관들의 수에 따라 수입영화 흥행에 차이가 있을 것이다.**  **-자본공급과 상영관들의 수의 상호작용에 따라 수입영화 흥행에 차이가 있을 것이다.**  외국영화 직배 이후의 한국영화산업 발전 연구33쪽 |
| -설명-  1.  위 논문의 연구 대상은 2008년부터 2010년 사이의 미국에서 큰 성과(1백만 불 이상)를 거둔 영화 512편이다. 첫번째 독립변수는 영화의 제작비이고, 두번째 독립변수는 영화의 배급사이다. 종속변수는 흥행력이다. 해당 논문의 결과로, 제작비를 많이 들인 영화일 수록 한국에서 개봉될 가능성이 높으며, 흥행력도 가지고 있음을 나타냈고, 이는 배급사에서도 비슷한 결과를 초래했으며, 둘의 상호작용에 의해서 흥행력에 차이가 있었다.  2.  독립변수가 2개 이상일때 독립변인이 상호작용을 하여 종속변수에 영향을 미치는지 분석하였다.  한 변수의 변화가 변수의 결과에 미치는 영향이 다른 변인의 수준에 따라 달라지는가 하는 것이 상호작용효과이다. 대기업들은 비디오 소프트웨어에 적극적으로 관심을 표방하기 시작했고  이들은 미국의 메이저 영화들의 판권을 선구매하는 방식으로 영화 제작업에 참여하였다. 투자와 배급은 대기업이나 투자회사,배급 투자사가 맡아서 대기업은 극장까지 소유함으로써 제작에 투자하여 판권을 소유한 후 자체 배급과 상영까지 할 수 있는 시스템을 갖췄다. |
| Regression |
| **1.영화의 수상경력과 주변인의평가 간에는 상관관계가 존재 할 것이다.**  **2.영화의 제작비와 전문가의 평가 간에는 상관관계가 존재 할 것이다.**  김창헌(2003),「한국 수입영화의 흥행성과 결정요인에 대한 실증분석:2002년 한국영화 산업을 중심으로」, 고려대학교 석사학위 논문, 38~40쪽  한화성(2015), 「국내 수입 프랑스영화의 흥행성과에 관한 연구」, 전북대학교 박사학위 논문, 42~44쪽 |
| -설명-  단순회귀분석(regression)은 독립변인이 종속변인에 영향을 미치는지 알아보고자 할때 실시하는 분석방법이다. 영향을 주는 변수가 1개일때를 단순회귀분석이라고 한다. 판권범위에 따라 영화의 흥행성은 상관관계가 있다라고 설정하였고, 가설 설정시 영향을 주고(독립변인) 받는(종속변인) 변수들을 모두 연속형 자료로 구성하였다.  영화의 성공 여부를 결정하는 많은 요인은 크게 객관적인 요인들과 주관적인 요인들로 나뉠 수 있다. 이 중 주변인들의 평가는 주관성에 해당한다. 객관적인 주변인들의 평가를 바탕으로 주관적인 평가를 내릴 수 있으나, 평가 자체가 수상경력과 같은 객관적인 사실에 의존해서 내릴 수 밖에 없는 구조임으로 수상경력과 주변인의 평가 간에는 상관관계가 존재 할 것으로 가설을 세울 수 있다. 전문가의 평가 역시 객관적인 기준으로 작용 할 수 있으나 평가라는 요인 자체가 객관적 사실에 의해서 나올 수 밖에 없기에 같은 이유로 제작비라는 요인과 상관관계가 있을 것으로 가정을 세웠다. |
| Multiple regression |
| **1.영화의 수상경력과 주변인의 평가는 영화의 흥행력과 상관관계가 존재 할 것이다.**  **2.영화의 제작비와 전문가의 평가는 영화의 흥행력과 상관관계가 존재 할 것이다.**  출처:  한화성(2015), 「국내 수입 프랑스영화의 흥행성과에 관한 연구」, 전북대학교 박사학위 논문, 42~44쪽 ,김창헌(2003),「한국 수입영화의 흥행성과 결정요인에 대한 실증분석:2002년 한국영화 산업을 중심으로」, 고려대학교 석사학위 논문, 38~40쪽 |
| -설명-  다중회귀분석(Multiple regression)이란 하나의 종속변수의 영향을 미치는 독립변수가 2가지 이상이라고 생각되는 경우 이 영향을 알아보기 위해 실시하는 분석방법이다.  단순회귀분석에서 설명했던 것처럼 영화의 성공여부를 결정하는 많은 요인들은 크게 객관적, 주관적 요인들로 나눌 수 있는데 이들은 앞서 얘기했던 것 처럼 서로간의 상호작용 역시 존재한다.  그리고 이러한 모든 요인들은 하나하나 영화의 성공여부에 해당하므로 영화의 흥행력과 상관관계가 존재 할 것으로 가설을 세울 수 있다. |

|  |
| --- |
| IPTV나 Cable TV에서 사람들이 비용을 지불하고 비디오를 보는것에 관심을 갖고 있다.  이에 대한 가설을 세우시오 |
| F-test |
| **1.**  **이용목적(정보나 지식을 습득하려는 집단 , 오락성 집단 , 습관적 미디어 집단)에 따른 케이블TV,IPTV의 이용량에 차이가 있을 것이다.**  A집단: 정보나 지식을 습득하려는 집단  B집단: 오락성 집단  C집단: 습관적 미디어 집단  인터넷 영화 사이트 이용자의 이용동기와 행위에 관한 연구-  유세경·이화여자대학교 언론홍보영상학부 교수  김미선·이화여자대학교 신문방송학과 대학원 석사 |
| -설명-  IPTV시청을 통해 정보나 지식을 습득하려는 집단(실험) , 오락을 추구하는 집단(비교) , 습관적 미디어 집단(통제) 이렇게 3가지로 나누어 F검정을 실시하였다. 개인적 차원의 정보나 지식을 습득하려는 동기가 있을 경우 이용정도가 더 높게 나타났다. 오락성은 이용자의 즐거움,습관적 미디어 이용동기를 가진 이용자들은 기분전환이나 시간을 보내기 위해 이용하였다.  따라서 각각의 이용동기에 따라 케이블TV,IPTV의 이용량에 차이가 있을 것이다. |
| Factorial ANOVA |
| **1.**  **- 시기에 따라 IPTV의 VOD이용에는 차이가 있을 것이다.**  **- HIT수에 따라 IPTV의 VOD이용에는 차이가 있을 것이다.**  **- 시기와 HIT수의 상호작용에 따라 IPTV의 VOD이용에는 차이가 있을 것이다.**  **(HIT수 : 시청빈도)**  이문행(2001), 한국콘텐츠 학회 논문, 「IPTV 수용자의 프로그램 시청 행태」  **2.**  **1.정보나 지식을 습득하려는 동기에 따른 케이블TV,IPTV의 이용량에 차이가 있을 것이다.**  **2.이용자의 능동성에 따라 케이블TV,IPTV의 이용량에 차이가 있을 것이다.**  **3. 정보나 지식을 습득하려는 동기와 이용자의 능동성의 상호작용효과에 케이블TV,IPTV의 이용량에 차이가 있을 것이다.**  인터넷 영화 사이트 이용자의 이용동기와 행위에 관한 연구-  유세경·이화여자대학교 언론홍보영상학부 교수  김미선·이화여자대학교 신문방송학과 대학원 석사 |
| -설명-  1.  실험대상은 IPTV를 이용하여 영화VOD를 감상하는 가입자이다. 첫번째 독립변수는 시기이다. 여기서 언급한 시기란 수기와 비수기를 뜻하는데 예를 들어, 추석이나 설 연휴, 여름, 겨울방학같은 시기이다. 그리고 두번째 독립변수는 HIT수인데, 이것은 실제로 클릭하여 재생되는 빈도를 의미하며 동일 프로그램의 중복 건수가 포함되어있는 측정값을 의미한다. 종속변수는 IPTV의 VOD이용이다. 수기에 따라 사람들의 이용횟수가 많았으며, HIT수가 높은 VOD일 수록 사람들이 많이 이용하였다.  2.  이용자의 개인적 특성과 동기요인에 따른 이용행위의 차이를 살펴보면, 능동적인 사람일수록  정보추구 행동을 많이 보이는 경향이 있고 , 상호작용의 성향이 높은 이용자가 더 많은 이용정도를 보였다. 또한 정보나 지식을 습득하려는 이용동기를 가진 사람들이 이용을 했다. |
| Regression |
| **1.** **IPTV의 VOD 가격과 이용량에 상관관계가 존재할 것이다**  강철원(2009), 연세대학교 석사논문, 「IPTV VOD 영화 이용에 관한 연구」  **2. 상호작용의 성향에 따라 이용량에 상관관계가 존재할 것이다**  인터넷 영화 사이트 이용자의 이용동기와 행위에 관한 연구-  유세경·이화여자대학교 언론홍보영상학부 교수  김미선·이화여자대학교 신문방송학과 대학원 석사 |
| -설명-  1.  본 논문의 연구대상은 IPTV가입자이다. 영화 VOD 서비스가 본격화되면서 오히려 영화에 대한 소비 비중이 예상과 다르게 작아졌다. 그 이유는 유료화의 영향인데, 초기 IPTV의 VOD이용은 무료로 이뤄졌으며, 2008년 후부터 본격적인 유료화가 시작되었다. 높은 가격과 사람들의 인식 또한 부정적이기 때문에 유료화가 시작된 이후의 이용정도가 10배가량 떨어진 것을 확인 할 수 있다. 즉, 위의 자료를 통하여 IPTV의 VOD가격이 이용에 영향을 미친다고 결론 내릴 수 있다.  2.  논문을 통해 이와 같은 내용을 설명할 수 있다. 이용자는 매체 및 이용자간의 상호작용을 통해 다양한 커뮤니케이션 과정을 생성 및 중단할 수 있는 조절 능력을 가지고 있고 이렇게 개인적 욕구가 강하게 반영되는 특성을 가진 IPTV,케이블TV는 그들의 욕구가 충분히 충족되면 적극적인 이용행위를 보이게된다. |
| Multiple regression |
| **1.매체의 매력성과 지각된 유용성은 케이블TV의 이용량과 상관관계가 있을것이다.**  이주훈(2009), 「디지털케이블TV의 이용의도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구」, 성균관대학교 석사학위 논문, 53~61쪽  **2.시청행위의 편리성과 이용자의 능동성은 케이블TV의 이용량과 상관관계가 있을것이다**.  인터넷 영화 사이트 이용자의 이용동기와 행위에 관한 연구-  유세경·이화여자대학교 언론홍보영상학부 교수  김미선·이화여자대학교 신문방송학과 대학원 석사 |
| -설명-  1. 매체의 매력성이란 디지털 케이블 TV를 이용하는 행위에 대한 호기심과 흥미를 유발하는 정도로 정의한다. 지각된 유용성은 디지털, 케이블TV를 이용하면서 얻어지는 효율과 효과에 대해 이용자가 인식하는 정도를 의미한다. 또한 디지털 케이블 TV를 사용함으로서 자신의 노력을 덜 기  울일 수 있다고 믿는 정도로 정의한다. 이들 각각은 디지털 IPTV나 케이블TV를 이용하는 동기들로 파악되기에 비용을 지불하고 이를 이용하는 행위와 상관관계가 있을 것으로 생각된다.  2.연구결과를 통해 시청행위의 편리성이 이용자의 이용동기에 영향을 미쳤다는 것을 알수있었다,  문항은 시간과 공간의 구애가없어서,혼자서 관람이 가능하기 때문에,기분전환,지루할때,시간을 보내려고,비용이 저렴해서 등이 있었다. 이들은 디지털 IPTV나 케이블TV를 이용하는 동기들로 파악되기에 편리성이 이를 이용하는 행위와 상관관계가 있을 것으로 생각된다. |