

# 미디어 통계 그룹과제 2

미디어 201121475 박용우

소셜미디어 201621029 김지은

소셜미디어 201621072 백종철

소셜미디어 201621077 방수오

## F-test

### 첫 번째 주제

가설 : 영화의 연령 등급에서 '전체 관람가 등급'이라는 요인은 국내 영화와 외국 영화(수입된 영화)간 흥행의 영향력에서 차이를 보일 것이다.

IV : 영화의 연령 등급 중 전체 관람가 등급

DV : 영화의 흥행

가설 선정 과정 : F-test는 하나의 독립변인(factor)과 둘 이상의 집단을 대상으로 실험을 한다. 이 가설에서는 영화의 연령 등급 중 '전체 관람가 등급'이라는 속성을 독립변인으로 설정하였고, '국내영화'와 '외국영화(수입된 영화)'라는 2개의 집단을 대상으로 하였다. 이 가설을 뒷받침 하기 위해 유현석(2001). 「영화흥행 변수에 관한 연구. 순천향대학교 신문방송학과 교수.」을 참고하였다. 이 논문에서는 '영화의 연령 등급'이라는 변인 자체가 영화의 흥행에 영향을 끼친다는 것을 보였다. 이 가설에서는 '영화의 연령 등급' 중 '전체 관람가'라는 속성이 외국 영화와 국내 영화 간에 차이가 있을 것이라 보았는데, 이는 국내 영화의 경우 전체 관람가 영화는 대개 어린이 계층을 대상으로 한 SF, 애니메이션 영화가 다수인 반면에, 외국 영화의 경우는 온 가족이 함께 볼 수 있는 내용을 담은 영화가 주를 이루기 때문이다.

## 두 번째 주제

가설 : 여러 사람들과 함께 tv를 볼 때, 평소 리모컨을 자주 조작하는 사람일수록 iptv의 유료 콘텐츠 구매 빈도가 잦을 것이다.

IV : 리모컨 조작 빈도

DV : IPTV 유료 콘텐츠 구매 빈도

가설 선정 과정 : 「IPTV에서의 유료 VOD 구매 의도에 영향을 미치는 요인. 연세대학교 정보대학원 조신, 연세대학교 글로벌융합기술원 김희선」에 따르면 IPTV에서 유료VOD를 구매하는 여러 요인 중에서 능동성이라는 요인을 주장한다. 이 연구에서는 능동성을 'TV 프로그램을 탐색, 선택, 활용하는데 있어서 적극적인 정도'로 조작화 하여 연구를 실행하였다.

## Factorial ANOVA

### 첫 번째 주제

가설 1 : 한국영화의 의무 상영 일수와 투자비는 외국 영화의 흥행에 영향을 미칠 것이다.

IV : 한국 영화의 의무 상영 일수, 한국 영화의 투자비

DV : 외국 영화의 흥행도

가설 선정 과정 : Factorial ANOVA는 2개 이상의 독립변인을 가져야 하기 때문에 한국 영화의 의무 상영 일수와 한국 영화의 투자비를 독립변수로 설정하였다. 이 두가지의 독립 변인이 국내 영화와 외국 영화를 합한 전체 영화의 흥행에만 영향을 미칠 수도 있을 것이라 생각했기에 이러한 가설을 설정해 보았다. 이 가설을 뒷받침하기 위해 「한국 영화산업 발전을 위한 정부 정책 방향에 관한 연구. 대한상공회의소 연구위원 임상수」를 참고하였다. 이 논문에서는 스크린쿼터제, 한

국 영화산업을 현황 등을 설명하며 한국 영화 흥행의 악영향들에 관해 설명하고 있다.

가설 2 : 한국의 특정일의 영화 개봉시기와 영화의 명성은 수입영화의 흥행 성과에 영향을 미칠 것이다.

IV : 한국의 특정일의 영화 개봉시기, 영화의 명성

DV : 수입 영화의 흥행 성과

가설 선정 과정: 「한국 수입 영화의 흥행성과 결정요인에 대한 실증분석 : 2002년 한국영화 산업을 중심으로 고려대학교 정보통신대학 김창현 교수」에서 한 국영화 시장에서 수입되는 외국 영화의 흥행성의 결정요인으로 무엇이 있는가를 실증 분석하고 있다. 이를 통하여 한국의 특정일의 영화 개봉 시기, 영화의 명성을 독립 변인으로 두고 그 에 따른 수입 영화의 흥행 성과를 가설로 세웠다.

## 두 번째 주제

가설 1 : IPTV에서 비디오를 보는 횟수는 집에서 혼자 있는 시간과 집에서 영화관까지의 거리에 영향을 받을 것이다.

IV : 집에서 혼자 있는 시간, 집에서 영화관까지의 거리

DV : IPTV에서 비디오를 보는 횟수

가설 선정 과정 : Factorial ANOVA는 2개 이상의 독립 변인을 가져야 하기 때문에 집에서 혼자 있는 시간과 집에서 영화관까지의 거리를 독립변수로 설정하였다. 이 가설을 뒷받침하기 위해 「최신 영화 VOD 이용자의 선호도에 대한 컨조인트 분석. 서울여자대학교 언론영상학부 임정수 교수.」를 참고하였다. 이 논문에서는 VOD시청의 장점으로 여러 명의 가족이 동시 시청 가능, 이동시간이 필요 없음, 다른 사람의 방해받지 않음, 돌려보기 기능의 활용 가능성을 꼽는다. 이러한 장점들을 참고하여 가설을 설정해 보았다.

가설 2 : IPTV의 이용 동기와 이용 행태는 IP TV 이용 충족 정도에 영향을 미칠 것이다.

IV : IP TV의 이용 동기, 이용 행태

DV : IPTV 이용 충족 정도

가설 선정 과정 : 「 IPTV 이용동기와 충족에 관한 연구. 홍익대학교 광고홍보대학원 송은영 교수」에서 IPTV 사용자의 능동성 및 그들의 이용 동기, 이용 행태,이용 충족 등의 상관관계 살펴보고 있다. 이를 통하여 IPTV의 이용 동기와 이용 행태를 독립 변인으로 두고 그에 따른 IPTV 이용 충족 정도에 영향을 가설로 세웠다.

## Regression

첫 번째 주제

가설 1 : 인지도가 높은(인기가 많은) 배우가 출연할수록 영화가 성공할 것이다.(수입된 영화)

IV : 배우의 인지도

DV : 영화의 성공여부

가설 선정 과정: 문화정책논총 제 13집 '영화흥행 변수에 관한 연구' 에서 1940년대 갤럽의 ARI사의 조사에 따르면 스타의 출연 여부가 영화흥행성과에 16%를 좌우한다는 결과가 나와있으며 그 후 할리우드 영화제작 규모가 커지기 시작하면서 이에 관한 본격적인 연구가 진행되고 있음을 알 수 있다. 이를 통해 독립 변인을 배우의 인지도로 설정하고 이것을 영화의 성공요인으로써 작용함을 토대로 가설을 선정하였다.

가설 2 : 디지털 시각효과를 잘 활용할 수록 영화가 성공할 것이다.(수입된 영화)

IV : 디지털 시각효과의 활용도

DV : 영화의 성공여부

가설 선정 과정: 「영화에 활용된 디지털 시각효과의 선호도 연구, 서일대학 광고 디자인 박영화, 강민구 교수」 논문의 내용 중 관람객에게 영화 <괴물>의 장면에 관한 질문을 했을 때 응답자의 대다수가 현실에서 접하지 못한 장면을 가장 많이 기억하고 있으며 선호한다는 대답을 하였다. 즉, 디지털 시각효과가 들어간 장면을 말하는 것이다. 이와 관련해서 논문에서는 할리우드 시각효과 역사에서 클로즈업이나 몽타주와 같은 영화 전반에 사용하는 특수 효과들이 영화의 깊이를 더해주었다고 평가했다는 부분이 있다. 따라서 독립변인을 디지털 시각효과로 설정하여 가설을 세웠다.

## 두 번째 주제

가설 1 : 스마트 유무선 통합이 원활 할수록 IPTV의 수요도가 높아질 것이다.

IV : 스마트 유무선 통합여부

DV : IPTV의 수요도

가설 선정 과정: 배재대학교 이해수의 석사학위 논문 '스마트폰IPTV이동네트워크 구현에 관한 연구' 를 보면 IPTV에서 식별자(UID)를 이용하여 스마트폰에서의 식별체계, 인증, 금액, 위치정보 등을 알려줌으로서 스마트폰에서의 모든 영상, 문자, 그림, 영화, 드라마 등 모든 전송 가능한 정보를 아무런 제약없이 제공받을 수 있도록 한다고 되어있다. 즉, Ad-hoc 무선망에 대하여 제시되어 있는 것을 보고 현재 사람들이 이러한 요인을 중요하게 인식하고 있다고 생각해서 독립변인을 스마트 유무선 통합여부로 설정하고 가설을 세웠다.

가설 2 : IPTV 이외에 다른 기기를 이용해서 유료 VOD 구매 횟수가 많은 사람일수록 IPTV의 유료 VOD 구매 빈도도 높을 것이다.

IV : IPTV 이외에 다른 기기를 이용해서 유료 VOD 구매 횟수

DV : IPTV의 유료 VOD 구매 빈도

가설 선정 과정 : 「IPTV에서의 유료 VOD 구매 의도에 영향을 미치는 요인. 연세대학교 정보대학원 조신, 연세대학교 글로벌융합기술원 김희선」에 따르면 이용 경험(EXP)을 'IPTV 이외의 다른 미디어 기기를 통해 VOD를 시청 또는 구매한 경험의 정도'로 조작화 하여 실험을 한 결과를 수록해 놓았다. 이를 활용하여 이러한 가설을 작성해 보았다.

## Multiple Regression

### 첫 번째 주제

가설 1 : 관람가능등급, 개봉전후 온라인 평점, 그리고 3d 4d 상영이 수입된 영화 흥행에 영향을 미칠 것이다.

IV : 관람가능등급, 개봉전후 온라인 평점, 3d,4d 상영여부

DV : 영화흥행, 영화매출

가설 선정 과정 : 「영화흥행 영향요인 선택에 관한 연구. 김연형, 흥정한 한국 통계학회」, 「영화 흥행 변수에 대한 연구. 순천향대학교 신문학과 유현석 교수」 논문에 의하면 흥행의 정도를 매출액에 따라 보고 있는데 매출액에는 국적, 장르, 등급, 감독 효과, 배우 효과, 배급사 파워, 스크린 수, 상영 포맷, 온라인 평점, 온라인 빈도 등이 포함되기 때문에 영향을 미치게 된다. 조사결과 관람가능등급, 온라인 평점 및 3d 4d 상영 여부가 매출액에 상당한 영향을 미친다는 연구결과가 나왔고 이를 활용하여 가설을 설정하였다.

가설 2 : 장르, 스크린 수, 온라인 빈도(개봉 후), 배급사 파워가 해외영화(수입된 영화) 매출액(흥행)에 영향을 미칠 것이다.

IV : 장르, 스크린 수, 온라인 빈도(개봉 후), 배급사 파워

DV : 영화 매출액

가설 선정 과정 : 「IPTV이용자의 VOD구매에 영향을 미치는 요인에 관한 연구, 단국대 정보미디어대학원 박찬호」 논문에 따르면, 매출액이 흥행과 관계가 있다고 두고 각 변인들이 영향을 미치는 정도를 조사를 했더니 스크린 수> 온라인 빈도> 배급사 파워 순으로 해외 영화의 매출액에 영향을 미친다는 결과가 나왔다.

## 두 번째 주제

가설 1 : 서비스가 다양할수록, 유용성(편의성)이 높을수록 IPTV 지불의사가 높아진다.

IV : 서비스의 다양성, 유용성

DV : IPTV의 지불 의사

가설 선정 과정: IPTV의 장점으로 서비스의 다양성과 유용성을 생각했다. 김동우, 유재영, 정원조의 논문 '모바일 IPTV 서비스에 대한 지불의사 결정 요인 연구' 에서 모바일 IPTV 지불의사에 미치는 요인으로서 다양성과 반응성, 품질을 선행변인으로 활용하여 이들이 유용성과 용이성에 어떠한 영향을 미치는지 분석하였다. 또한 유용성과 용이성이 모바일 IPTV를 이용하는 태도와 만족이 지불의사에 미치는 영향을 분석하였다. 분석결과가 각각의 요인들과 서로 연결되어 영향을 미침으로써 가설을 뒷받침할 수 있었다.

가설 2 : 주변의 주관적 인식, 가격의 합당성에 따라 vod 구매에 영향을 미친다

IV : 주변의 주관적 인식, 가격의 합당성

DV : iptv vod 구매

가설 선정과정: 마찬가지로 세 개 이상의 독립 변인 관계를 알아보는 방식이 다. 한 가설은 '주변의 주관적 인식이 iptv vod 구매에 영향을 미칠 것이다.' 이고 다른 가설은 'vod 가격이 합당할수록 vod를 구매하는 경향이 있을 것이다.'를 세운 다음 이들의 관계를 알아본다.