

<미디어 통계 Assignment9>

15조

201221085 미디어학부 정하늬 201521042 소셜미디어 손민정
201621060 소셜미디어 김명수 (강민재 학생은 휴학입니다.)

<주제 1>

1. F-test 가설

가설 : 광고(홍보)의 정도(유무)에 따라서 수입 된 영화의 성공정도에 차이가 있을 것이다.

참고서적 : 장병희 - 영화 흥행 요인을 보면 광고(홍보)가 있는 영화가 그렇지 않은 영화보다 더욱 성공할 확률이 높다는 내용이 기술되어 있습니다. 이 내용을 토대로 위와 같은 F-test 가설을 세울 수 있습니다.

2. Factorial ANOVA 가설

가설 1 : 영화 제작비와 스크린 수(또는 두 요인의 상호작용)에 따라서 수입 된 영화의 성공정도에 차이가 있을 것이다.

학술지 논문 : 영화의 흥행성과 제작비 규모와의 관계 : 2011년 한국영화의 흥행결정요인 분석 = The Determinants of Motion Picture Box Office Performance: Evidence from Korean Movies Released in 2011 - 박승현 송현주 (사회과학연구, Vol.51 No.1, [2012])[KCI등재]

이 학술지 논문을 보면 영화 제작비가 영화의 흥행에 영향을 미친다는 것을 기술하였습니다. 또한 스크린 수도 영화의 성공에 영향을 미친다는 것을 간접적으로 드러내고 있습니다. 따라서 이를 토대로 위와 같은 Factorial ANOVA 가설을 세울 수 있습니다.

가설 2 : 영화이야기(줄거리)와 장르(또는 두 요인의 상호작용)에 따라서 수입 된 영화의 성공정도에 차이가 있을 것이다.

학술지 논문 : 영화<테이큰>의 상업적 흥행성과 가능성에 관한 연구=Analysis of Factors of the commercial Success in the domestic film market on the French film, Taken(2008)-한화성 김건 김양식, 만화애니메이션연구, 293-315(KST)

이 학술지 논문을 보면 프랑스 영화임에도 불구하고 영화이야기(줄거리)와 장르가 국내 관객의 영화선택 선호도와 잘 떨어졌기에 국내에서 영화 흥행에 성공되었다는 내용이 있습니다. 따라서 이를 토대로 위와 같은 Factorial ANOVA 가설을 세울 수 있습니다.

3. Regression 가설

가설 1 : 온라인상의 영화에 대한 평점과 수입 된 영화의 성공정도에 상관관계가 있을 것이다.

① 학위논문 : 개봉 전 온라인 네티즌 리뷰가 영화흥행에 미치는 영향 - 이정화, 추계예술대학교, [2008] [국내석사]

② 이상호 (2014). 지상파 VOD 다시보기 홀드백연장과 TV 콘텐츠 시청행태에 관한 시계열 추세 연구. 한국디지털콘텐츠학회논문지, 15(5), 643-650.

을 보면 개봉 전과 후의 온라인 네티즌 리뷰가 영화 흥행에 영향을 미친다는 내용이 있습니다. 즉 네티즌 리뷰가 긍정적일수록 영화의 성공에 많은 영향을 주는 상관관계가 있음을 실험하는 내용이 나옵니다. 이를 토대로 위와 같은 **Regression** 가설을 세울 수 있습니다.

가설 2 : 뉴스(기사)노출 횟수와 수입 된 영화의 성공정도에 상관관계가 있을 것이다.

학위논문 : 영화의 흥행성과의 분석과 예측-뉴스와 웹사이트 데이터 이용- 권선주, 문화경제연구, 17(1),35-55(KST)

을 보면 외국 영화는 뉴스(기사)노출 횟수가 통계적으로 영화 흥행에 유의하다는 내용이 있습니다. 즉, 뉴스(기사)에 많이 노출될수록 관객 수가 늘어나서 영화의 성공에 영향을 미친다는 것입니다. 이를 토대로 위와 같은 **Regression** 가설을 세울 수 있습니다.

4. Multiple regression 가설

가설 1 : 스타지수(스타의 몸값), 영화감독의 인지도와 수입 된 영화의 성공정도에 상관관계가 있을 것이다.

① 참고서적 : 장병희 - 영화 흥행 요인

② 학술지 논문 : 영화의 흥행성과와 제작비 규모와의 관계 : 2011년 한국영화의 흥행결정 요인 분석 = The Determinants of Motion Picture Box Office Performance: Evidence from Korean Movies Released in 2011 - 박승현 송현주 (사회과학연구, Vol.51 No.1, [2012])[KCI등재]

③ 학위논문 : 개봉 전 온라인 네티즌 리뷰가 영화흥행에 미치는 영향 - 이정화, 추계예술대학교, [2008] [국내석사]

을 보면 배우의 몸값이 높을수록 영화의 성공에 대체로 긍정적인 영향을 미치고, 영화감독의 인지도가 높을수록 영화 흥행의 확률이 높아짐을 알 수 있습니다. 따라서 이를 토대로 위와 같은 **Multiple regression** 가설을 세울 수 있습니다.

가설 2 : 수입배급사의 경쟁우위, 개봉시기의 적합성(측정 수준을 수치로도 가능하므로 interval로 할 경우)과 수입 된 영화의 성공정도에 상관관계가 있을 것이다.

학술지 논문 : 자원준거관점에 입각한 한국영화산업의 경영성과 결정요인에 관한 실증연구 -국내 대 수입영화 비교연구=An Empirical Study on the Determinants of the Firm 's Performance in Korean Film Industry based on the Resource-based

view-이장로 박지훈 김창현,국제경영리뷰,9(1),1-26(KST)

을 보면 수입배급사의 경쟁우위가 높을수록 즉, 마케팅 역량과 사업경험수준이 높을수록 경영성과가 높은 것(영화 흥행 성공)으로 나타났고, 개봉시기의 적합성이 높을수록 영화의 흥행성공에 영향을 미친다는 것을 알 수 있습니다. 따라서 이를 토대로 위와 같은 **Multiple regression** 가설을 세울 수 있습니다.

<주제 2>

1. F-test 가설

가설 : 이전 유료 VOD 구매 경험 횟수(또는 유무)에 따라서 사람들의 IPTV나 Cable TV에서 비용을 지불하고 비디오를 보는 것의 수치가 차이가 있을 것이다.

박찬호, 권혜정, 박현 (2014). IPTV 이용자의 VOD 구매에 영향을 미치는 요인에 대한 실증적 연구. 한국정보기술학회논문지, 12(11), 153-163.

을 보면 이전에 유료 VOD 구매 경험이 다음 유료 VOD 경험에 대해 영향을 준다는 내용이 있습니다. 따라서 이 내용을 토대로 위와 같은 **F-test** 가설을 세울 수 있습니다.

2. Factorial ANOVA 가설

가설 1 : 프로그램의 시청률과 IPTV, Cable TV의 화질 정도(또는 두 요인의 상호작용)에 따라서 사람들의 IPTV나 Cable TV에서 비용을 지불하고 비디오를 보는 것의 수치가 차이가 있을 것이다.

학위논문 : 인터넷기반 VOD 창구에서의 유료영화 이용에 관한 연구 : IPTV VOD 및 인터넷 다운로드를 중심으로 - 김형만, 연세대학교 언론홍보대학원,[2010] [국내석사]

이 학위 논문을 보면 방송되는 프로그램의 시청률이 높을수록 사람들이 다시 보기를 원하고, 또한 IPTV, Cable TV등의 유료 서비스들의 화질이 좋을수록 사람들이 인식이 좋다는 내용이 기술 되어 있습니다. 따라서 이를 토대로 위와 같은 **Factorial ANOVA** 가설을 세울 수 있습니다.

가설 2 : 프로그램의 연령등급과 프로그램의 장르(또는 두 요인의 상호작용)에 따라서 사람들의 IPTV나 Cable TV에서 비용을 지불하고 비디오를 보는 것의 수치가 차이가 있을 것이다.

학위논문 : 인터넷기반 VOD 창구에서의 유료영화 이용에 관한 연구 : IPTV VOD 및 인터넷 다운로드를 중심으로 - 김형만, 연세대학교 언론홍보대학원,[2010] [국내석사]

이 학위 논문을 보면 영화의 연령등급(전체관람,12세,19세) 등등과 영화의 장르에 따라서 사람들이 VOD로 영화를 구매하는 수치가 차이가 있음을 설문지로 조사한 내용이 있습니다. 이는 영화에 한정되어 있지만 다른 프로그램에서도 충분히 적용하여 생각해 볼 수 있으므로 이 내용을 토대로 위와 같은 **Factorial ANOVA** 가설을 세울 수 있습니다.

3. Regression 가설

가설 1 : 사람들의 시공간 제약의 정도(측정 수준을 수치로도 가능하므로 interval로 할 경우)와 사람들의 IPTV나 Cable TV에서 비용을 지불하고 비디오를 보는 것의 수치는 상관관계가 있을 것이다.

학위논문 : 개봉 전 온라인 네티즌 리뷰가 영화흥행에 미치는 영향 - 이정화, 추계예술대학교, [2008] [국내석사]

를 참조해 보면 시간적으로 공간적으로 제약이 많은 사람들은 제약이 적은 사람들보다 상대적으로 영화관과 같은 곳에 가기 힘들고 이에 따라 집에서 TV나 VOD 또는 인터넷을 통해 시청을 하려 하는 경향이 많다는 내용이 있습니다. 이를 참조하여 위와 같은 Regression 가설을 세울 수 있습니다.

가설 2 : 다채널 유료 방송의 초기 가격과 사람들의 IPTV나 Cable TV에서 비용을 지불하고 비디오를 보는 것의 수치는 상관관계가 있을 것이다.

학위논문 : 다채널 유료 방송 서비스의 소비자 선택에 관한 연구 : 규제 가격과 시장 경쟁 가격이 소비(수요)에 미치는 영향을 중심으로 - 이상기

를 참조해 보면 다채널 유료 방송 서비스는 '가입자 수' 및 그들이 '지불하는 요금 (subscription fee)'에서 주된 재원이 마련되므로, 초기에 소비자들을 많이 확보해 놓아야 합니다. 이를 참조하여 위와 같은 Regression 가설을 세울 수 있습니다.

4. Multiple regression 가설

가설 1 : 스타의 출현, 구전/온라인 정보의 유무와 사람들의 IPTV나 Cable TV에서 비용을 지불하고 비디오를 보는 것의 수치에 상관관계가 있을 것이다.

학술지 논문 : 온라인 VOD 영상콘텐츠 흥행요인 분석 -Analysis of Factors of Success on Online VOD Contents- 안재현 김미경 민병현, 청운대학교 방송영상학과
을 보면 이들은 온라인 VOD의 흥행요인을 1차적으로 시청률, 구전 및 온라인 정보, 드라마 유형, 스타출현으로 분류하여 조사하였으나 분석 결과 시청률과 드라마의 유형이 온라인 VOD의 흥행에 영향을 미칠 것이라는 가설을 증명하지 못했습니다. 하지만 구전 및 온라인 정보가 많이 존재할수록, 배우의 몸값이 높을수록 소비자들 이 유료 온라인 VOD를 더 많이 구매할 수 있다는 것을 유추할 수 있는 내용이 논문에 존재하므로 위와 같은 Multiple regression 가설을 세울 수 있습니다.

가설 2 : 프로그램의 채널 수, 프로그램의 질과 사람들의 IPTV나 Cable TV에서 비용을 지불하고 비디오를 보는 것의 수치에 상관관계가 있을 것이다.

학술지 논문 : 온라인 VOD 영상콘텐츠 흥행요인 분석-다채널 유료 방송 서비스의 소비자 선택에 관한 연구:규제 가격과 시장 경쟁 가격이 소비에 미치는 영향을 중심으로 - 이상기
을 보면 소비자들은 채널 수 보다는 프로그램의 질을 더 중시하지만, 위의 연구를 보면 채널 수와 프로그램의 질 모두가 유료 VOD 구매율에 영향을 주는 것을 알 수 있습니다. 프로그램의 질이 높을수록, 채널 수가 많을수록 소비자들 이 더 많은 유료 VOD를 구매하므로 위와 같은 Multiple regression 가설을 세울 수 있습니다.