
미디어통계

19 / 20조

F-Test, Factorial ANOVA, Regression, Multiple Regression 가설 피드백

학과	미디어학과
20조	201222714 이혜린
	201021233 정주영
	201621081 김유빈
	201621083 나영윤

수입된 영화의 성공요건관련 f-test

- 가설1

수입된 영화의 성공 요건과 감동의 명성 및 마케팅 역량, 사업경험 수준, 수입국 간의 문화적 거리, 개봉시기, 영화의 장르는 상관관계가 있을 것이다 라는 가설에서 F-test 가설 임에도 불구하고 독립 변수를 다양하게 잡은 점이 인상깊다. 하지만 수입된 영화의 성공 요건이라는 변수의 기준이 명확하지 않은 점이 아쉬웠다.

- 가설2

관계에 대한 자세한 예시로 특정 영화를 든 것이 가설에 대한 타당성을 높여주었다. 사람들의 수입영화에 대한 인식이라는 독립 변수는 좋은 것 같다. 보통 생각하는 것을 실증적으로 테스트하는데 쓰는 것이 쉽지 않았는데 이 가설은 잘 설정된 느낌이다. 그런데 어떤 방식과 어떤 수준으로 측정되는지에 대해 정확한 정의가 부족한 것 같다.

수입된 영화의 성공요건관련 factorial ANOVA

- 가설1

아카데미상의 내용은 영화의 흥행 성공에는 제작비와 유명한 스타의 출연의 상관관계가 있을 것 이란 가설에 대한 적합성에 의문이 들지만 나머지 근거들의 내용은 타당하고 충분한 것 같다. 유명한 스타가 출연하면 제작비도 함께 상승하니 Factorial ANOVA 에서 각 factor 들 간의 연관관계를 살펴보기에도 좋을 것 같다.

가설에 대한 설명 중에 아카데미상은 마이너 영화사보다는 메이저 영화사에, 외국인보다는 미국인에게, 더 좁게는 특별한 경우를 제외하고는 비회원보다는 회원에게 상을 주려고 노력한다.->에 대한 근거가 부족하다. 나아가 이 가설을 뒷받침하기 위해 아카데미 상을 근거로 쓴 것 또한 연결성이 부족한 듯 하다. 즉 연계 가설이 되는데, 영화의 흥행 성공<-- 제작비와 유명한 스타의 출연의 관계를 설명하기 이전에 제작비와 유명한 스타의 출연<--아카데미상의 여부의 관계를 먼저 규명해야 할 것이다.

- 가설2

참신한 가설에 충분한 근거를 댄 것 같다. 근거의 내용 탄탄해서 가설에 대한 이해가 쉬웠다. 여러 학술적 논문과 실제 영화의 예시들 잘 들었다.

수입된 영화의 성공요건관련 regression

- 가설1

상영 등급이라는 변수가 섹달랐다. 변수간의 관계에 대한 상반된 주장이 있는 근거를 써서 가설에 대한 흥미가 높아지게 만들었다.

- 가설2

가설 설정이유가 설정된 가설에 대해 더 생각해보게 만들고, 적합한 근거를 사용했다고 생각한다. 예시로서 든 할리우드 영화라는 국적이 영화 감상에 영향을 미쳤던 경험을 미루어 봤을 때 타당한 가설인 것 같다.

수입된 영화의 성공요건관련 Multiple regression

- 가설1

수입된 영화의 성공 요건에는 감독의 명성 및 마케팅 역량, 사업경험 수준, 수입국간의 문화적 거리, 개봉시기, 영화의 장르, 주연 배우 등과 상관관계가 있을 것이다. 라는 가설을 설정했는데 독립 변수를 나열하는 과정에서 '등과' 라고 작성한 점이 제대로 된 가설이 아니라고 생각된다. 좀 더 분명하게 명시해줄 필요성이 있다.

- 가설2

'관객의 심리적 변인, 경제적변인, 주연배우의 흥행성적'(IV)과 '상영 시간'(DV)의 관계가 잘 짜여져 있는 것 같다. 여기서 데이터로 쓴 것이 한국에서 개봉한 한국영화와 외국영화 392편과 남녀의 설문조사임으로 실증적임을 알 수 있다. 나아가 참고한 논문 제목이 '심리적 변인 활용을 통한 영화 흥행 예측의 정교화: 1주차 흥행실적을 중심으로'인데, 심리학적인 소양과 실증적 주제가 만나서 내용이 풍부해 진 것이 느껴진다.

- 가설3

단순히 처음 가설을 봤을 때는 가설 검증의 필요성이 있을까라고 생각했지만 곱씹어 생각할 수록설정한 가설의 검증 필요성이 크다고 느꼈다. 가설을 세우는 과정에서도 미국의 예를 들어 우리나라와 비교해보려는 것 역시 타당하다고 느꼈다.

IPTV나 Cable TV의 유료 VOD이용관련 F-test

IPTV나 Cable TV에서 사람들이 비용 지불하는 것과 요금, 채널 수, 지상파 시청 가능여부, VOD 및 양방향 서비스 브랜드는 상관관계가 있을 것이다 라는 가설에서 각 독립 변수들의 설정이유는 어느 정도 예측이 되고 타당하다고 생각 되지만 학술적 뒷받침이 부족한 것처럼 보인다.

IPTV나 Cable TV의 유료 VOD이용관련 Factorial ANOVA

- 가설 1

IPTV 유료 콘텐츠 이용에 대한 가설을 작성할 때 서비스 측면에서만 생각 했었는데 사용자의 연

결과 이용동기 측면에서 살펴본 것이 흥미로웠다.

IPTV나 Cable TV의 유료 VOD이용관련 Regression

- 가설1

IPTV 이용에 관련된 개인적인 경험에 미루어 봤을 때 가족구성원 간의 친밀도라는 독립 변수가 유의미하다고 예상되고 실제 연구 결과가 궁금하다.

- 가설2

처음엔 TV시청과 SNS이용빈도와 상관계수에 대한 의문이 들었는데 이유를 살펴보니 그 콘텐츠를 시청하도록 유도하는데 기여하는 것 같아 이해가 됐다. 독립 변수와 종속 변수 모두 빈도로 측정되어 숫자이므로 Regression에 타당할 것 같다.

IPTV나 Cable TV의 유료 VOD이용관련 Multiple regression

- 가설1

VOD구매에 영향을 미치는 변수로 요금, 이용기기, 채널브랜드, 최근성이 설정된 이유가 명확하지 않아 아쉽다. 설명에는 연구의 결론만이 언급되었고 이 가설이 도출되기까지의 학술적 조사가 부족한 듯 하다. '전체 표본을 분석한 결과, 변수들의 중요도는' 이 본문에 있던 내용이다. 여기서 전체 표본에 대한 정보가 부족하다. 중요도를 측정하는 방법과 그것이 명시된 자료에 대한 정보 제공이 필요한 것 같다. 그리고 참고 논문 제목은 텔레비전 콘텐츠 VOD에 대한 이용자 선호도와 속성 변수의 컨조인트 분석인데, 가설과 뒷받침 내용에 컨조인트에 대한 언급이 없다.

- 가설2

각 변수들의 설정이유가 타당하다. Multiple Regression에서 서비스 품질, 즐거움, 관여도, 태도를 어떻게 숫자로 측정할지가 중요할 것 같다.

- 가설3

가설의 내용이 상투적이어서 아쉬웠지만 이를 뒷받침하는 논문 조사 등이 제대로 된 것 같다. 가설 실증에 대해 '본 연구는 통합기술수용이론(UTAUT)을 적용하여 IPTV이용자의 VOD 구매에 영향을 미치는 요인을 실증연구를 통하여 밝혔다'는 구절로 정리하는 것으로 보아 통합기술수용이론(UTAUT)이 어떤 것인지 궁금해서 논문을 찾아봤고 유익했다.