

사회적 시청(Social Viewing) 유형이 1인 미디어 이용 만족도에 미치는 영향 : 아프리카 TV를 중심으로

발표자 : 이화여자대학교 커뮤니케이션미디어학과 양아정

1. 서론

(2) 1인 미디어와 사회적 시청

(3) 사회적 시청 행위 : 읽기와 쓰기

2) 사회적 시청과 이용 만족도

(1) 의사사회적 상호작용

(2) 사회적 실재감

3. 연구방법

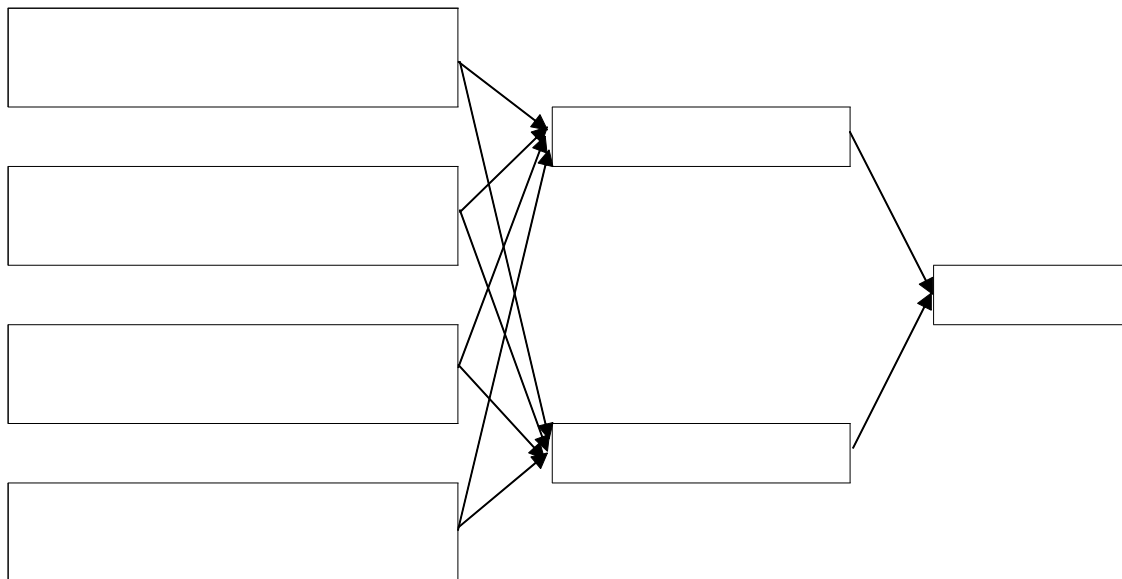
H1-1 : 사회적 시청 유형(단순 시청, 소셜 미디어를 통한 대화, 오픈 채팅창을 통한 대화)에 따라 의사사회적 상호작용이 다르게 나타날 것이다.

H1-2 : 사회적 시청 유형(단순 시청, 소셜 미디어를 통한 대화, 오픈 채팅창을 통한 대화)에 따라 사회적 실재감이 다르게 나타날 것이다.

H2 : 사회적 시청 유형(단순 시청, 소셜 미디어를 통한 대화, 오픈 채팅창을 통한 대화)에 따른 의사사회학적 상호작용과 사회적 실재감의 차이는 이용 만족도에 영향을 미칠 것이다.

H2-1 : 의사사회적 상호작용이 높을수록 이용 만족도가 높아질 것이다.

H2-2 : 사회적 실재감이 높을수록 이용 만족도가 높아질 것이다.



1) 연구대상 및 자극물 제작

2) 변인 측정

(1) 독립변인

(2) 매개변인

(3) 종속변인

3) 실험 방법

4. 연구결과(예상) 및 한계

[참고문헌]

