**가설**

연구문제1. Group과 Treatment가 물리적현존감(RealImm)에 주는 영향은 무엇인가?

가설1. AI일 때 보다 Human일 때 RealImm이 (높을/낮을) 것이다.

가설2. 게임에서 졌을 때 보다 이겼을 때 RealImm이 (높을/낮을) 것이다.

가설3. Group과 Treatment는 RealImm에 상호작용효과를 가질 것이다.

연구문제2. Group과 Treatment가 사회적현존감(CoPresence)에 주는 영향은 무엇인가?

가설4. AI일 때 보다 Human일 때 CoPresence가 (높을/낮을) 것이다.

가설5. 게임에서 졌을 때 보다 이겼을 때 CoPresence가 (높을/낮을) 것이다.

가설6. Group과 Treatment는 CoPresence에 상호작용효과를 가질 것이다.

연구문제3. Group과 Treatment가 브랜드 이미지(BP)에 주는 영향은 무엇인가?

가설7. AI일 때 보다 Human일 때 BP가 (높을/낮을) 것이다.

가설8. 게임에서 졌을 때 보다 이겼을 때 BP가 (높을/낮을) 것이다.

가설9. Group과 Treatment는 BP에 상호작용효과를 가질 것이다.

연구문제4. 게임에서의 경험은 브랜드이미지(BP)에 유의미한 영향을 줄 것이다.

가설10. Enjoyment는 BP에 긍정적인 영향을 준다.

가설 11. RealImm은 BP에 긍정적인 영향을 준다.

가설 12. CoPresence는 BP에 긍정적인 영향을 준다.

**결과보고**

본 연구의 가설 검증을 위해 혼합요인 분산분석(Mixed ANOVA)을 시행하였다. 연구문제1은 Group과 Treatment가 물리적 현존감에 대해 주는 영향을 모색하였다. 그 결과, Group은 물리적 현존감에 유의미한 영향을 주지 않는 것으로 나타났다(p = ). 따라서, 가설 1은 기각되었다. Treatment는 물리적 현존감에 유의미한 영향을 주지 않는 것으로 나타났다(p = ). 따라서, 가설 2는 기각되었다. Group과 Treatment는 물리적 현존감에 상호작용 효과가 있는 것으로 나타났다(p = ). 구체적으로, AI 그룹에서 이겼을 때(M = , SD = ) 보다 졌을 때(M = , SD = ), 물리적 현존감이 높은 것으로 나타났다. 따라서, 가설 3은 일부 지지되었다.

연구문제2는 Group과 Treatment가 사회적 현존감에 대해 주는 영향을 모색하였다. 먼저, Group은 물리적 현존감에 유의미한 영향을 주지 않는 것으로 나타났다(p = ). 따라서, 가설 4는 기각되었다. Treatment는 사회적 현존감에 유의미한 영향을 주지 않는 것으로 나타났다(p = ). 따라서, 가설 5는 기각되었다. Group과 Treatment는 사회적 현존감에 상호작용 효과가 있는 것으로 나타났다(p = ). 구체적으로, HUMAN 그룹에서 이겼을 때(M = , SD = ) 보다 졌을 때(M = , SD = ), 물리적 현존감이 낮은 것으로 나타났다. 따라서, 가설 3은 일부 지지되었다.

연구문제 3은 Group과 Treatment가 브랜드 태도에 대해 주는 영향을 검증하였다. Group은 브랜드 태도에 유의미한 영향을 주지 않는 것으로 나타났다(p = ). 따라서, 가설 7은 기각되었다. Treatment는 브랜드 태도에 유의미한 영향을 주지 않는 것으로 나타났다(p = ). 따라서, 가설 8은 기각되었다. Group과 Treatment는 사회적 현존감에 상호작용 효과가 있는 것으로 나타났다(p = ). 구체적으로, 게임에서 졌을 때, Human 그룹(M = , SD = )에 비해 AI 그룹(M = , SD = )의 브랜드 태도가 낮은 것으로 나타났다. 따라서, 가설 9는 일부 지지되었다.

연구문제 4는 게임에서의 즐거움이 브랜드 이미지에 주는 영향을 살펴보았다. 이를 위해 회귀분석(Regression Analysis)를 진행하였다. 실험에서 승리 혹은 패배의 각 회차에 따른 결과값의 평균값을 구한 후, 이 값간의 관계를 검증하였다. 그 결과, Enjoyment는 BP에 유의미한 긍정적 영향(β = 0.47, p < .001)을 주는 것으로 나타났다. 따라서, 가설 10은 지지되었다. Enjoyment는 BP에 유의미한 긍정적 영향(β = 0.40, p < .001)을 주는 것으로 나타났다. 따라서, 가설 11은 지지되었다. Enjoyment는 BP에 유의미한 긍정적 영향(β = 0.31, p < .001)을 주는 것으로 나타났다. 따라서, 가설 12는 지지되었다.