

## 제품 사용중 표출되는 사용자의 대표감성 추출 및 상관관계분석

정상훈\*<sup>†</sup>, 이건표\*

\*한국과학기술원 산업디자인학과

### Extraction and correlation analysis of user's representative emotions expressed while using a product

Sang-Hoon Jeong\*<sup>†</sup>, Kun-Pyo Lee\*

\*Department of Industrial Design, Korea Advanced Institute of Science and Technology(KAIST)

#### Abstract

본 연구에서는 사용자가 제품을 사용하는 도중에 유발될 수 있는 인간의 감성 변화를 나타낼 수 있는 대표감성들을 추출하고 이들의 상관관계를 분석해 보았다. 우선 다양한 방법을 통해 감성어휘를 수집하여 일정한 기준에 따라 삭제 또는 통합하고, 적합성 평가를 위한 두 차례의 설문조사를 실시하여 최종적으로 88개의 감성어휘를 추출하였다. 추출된 감성어휘들을 요인분석을 통해 6개 감성 카테고리로 구분하여 사용자들이 제품을 사용하면서 표출하는 대표감성을 추출하였다. 추출된 대표감성들간에 어떤 상관관계가 있는 지 알아보기 위한 분석에서는 대표감성들 중에서 유쾌성과 신규성이 다른 대표감성에 비해 상대적으로 평균이 높게 나타났고, 우수성은 다른 대표감성에 비해 상대적으로 평균이 낮게 나타났다. 본 연구를 통해 추출된 감성어휘와 대표감성은 제품을 사용하면서 표출되는 인간의 감성을 측정하는 데에 필요한 주관적 평가자료로 활용할 수 있을 것이다.

**Keyword** : emotional words, usability, user's representative emotions, using products, factor analysis, correlation analysis