

# 감성디자인에 있어서 Favorable과 Friendly가 미치는 영향

## The Effect of Favorable and Friendly towards Sensitive Design

형성은, 장린, 홍정표  
전북대학교 예술대학 산업디자인과

**Key words:** Favorable, Friendly, Preference, Sensitive Design

### 1. 서론

감성디자인은 소비자의 감성적 측면을 디자인에 응용하는 것으로 소비자가 느끼는 감각 및 정보 자극에 대한 개인의 경험을 측정, 평가하여 보다 소비자에게 어필할 수 있는 디자인 개발하는 것이다. 그 동안 디자인 분야에 있어서 감성 연구는 다양한 연구들과 모델들이 제시되고 있다. 특히, 제품디자인 분야에서 진행된 감성과 창의성의 평가를 보면 제품에 대한 소비자의 감성 요소로는 “Favorable, Friendly”가 높은 연관성이 있는 것을 조사되었다(권중대, 홍정표, 2009). 따라서 본 연구에서는 기존의 연구에서 제시되었던 감성 요소로서 Favorable, Friendly”와 제품디자인의 상관관계를 조사하고자 한다.

### 2. 연구방법

본 연구에서는 감성 요소인 Favorable, Friendly의 관계성을 조사하기 위하여 제품디자인 분야 중에서 자동차, 핸드폰, 냉장고, 가구, mp3, 패키지디자인, 볼펜 등을 중심으로 진행하였다. 실험에 있어서는 Favorable, Friendly의 감성 항목 추출과 선호도, 디자인 요소 등을 평가하여 관계성을 조사하였다.

### 3. Favorable, Friendly 요인 추출

제품디자인의 감성요인을 추출하기 위해서 먼저 Favorable, Friendly의 감성항목을 조사하였다. 조사 방법은 실험에 참여한 피험자(30명)에게 일반적으로 감성디자인으로 평가 받고 있는 샘플들을 보여주고 샘플에서 느껴지는 Favorable, Friendly의 항목을 그룹별로 20개씩 작성하도록 하였다. 조사결과 샘플에서 느껴지는 다양한 감성 어휘들이 추출되었으며 이것을 분류해보면 다음과 같이 Favorable(9개), Friendly(9개)의 대표 감성항목이 추출되었다.

Favorable	차별화/독창성, 최신/첨단, 갖고 싶은, 귀여운, 단순/복잡, 즐거운/재미있는, 기능적/합리적, 고급스러운/세련된, 매력 있는,
Friendly	정겨운, 친근한, 재미있는, 호감 있는 귀여운, 행복한, 순수한, 부드러운, 편리한/부담 없는.

그림 1. 감성항목 추출

위의 항목을 살펴보면 Favorable, Friendly는 재미있는, 귀여운 항목이 2개의 요소에 공통적으로 포함되는 것을 알 수 있다.

### 4. 실증연구

#### 4.1. 실험방법

실험에서는 크게 2가지로 나누어 진행하였다. 먼저 1차 실험에서는 감성 제품의 샘플과 일반 제품을 대상으로 디자인 평가요소인 “조형성, 트렌드성, 컬러, 신뢰성, 심미성”을 평가하였다.

평가방법은 피험자(40명)를 대상으로 자극물에 대한 디자인을 평가하였다.



그림 2. 감성제품과 일반제품조사

표 1. 감성제품과 일반평가 결과

	조형성	트렌드	컬러	신뢰성	심미성
감성제품	5.67	5.00	5.00	4.58	5.25
일반제품	4.08	3.26	2.45	4.72	3.53

2 차 실험에서는 제품디자인 분야의 감성요소인 Favorable, Friendly 의 관계성을 알아보기 위하여 “자동차, 냉장고, 휴대폰, mp3, 가구, 패키지, 볼펜 등 다양한 항목의 평가를 진행하였다.

#### 4.2. 실험 결과

Favorable, Friendly 의 감성평가 결과는 다음과 같은 결과를 얻었다.

표 2. 회귀분석 결과

**Favorable** R 제곱(0.615)

모형	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의 확률
	B	표준오차	베타		
(상수)	0.483	0.491		0.9841	0.328
자별화/독창성	0.113	0.093	0.141	1.2174	0.226
매력	0.049	0.114	0.054	0.4261	0.671
즐거움/재미	0.150	0.100	0.195	1.4994	0.137
갖고 싶은	0.299	0.078	0.356	3.8548	0.000
귀여운	0.019	0.074	0.024	0.2644	0.792
심플한	0.194	0.063	0.225	3.0695	0.003
고급스러운	-0.111	0.071	-0.131	-1.5678	0.120
최신제품	0.189	0.067	0.221	2.8045	0.006
기능성/합리성	0.057	0.076	0.052	0.7430	0.459

**Friendly** R 제곱(0.660)

모형	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의 확률
	B	표준오차	베타		
(상수)	1.017	0.431		2.359	0.020
친근한	0.266	0.074	0.269	3.584	0.001
정겨운	-0.191	0.089	-0.202	-2.153	0.034
부담스러움	-0.069	0.063	-0.075	-1.083	0.281
재미있는	0.225	0.073	0.260	3.078	0.003
귀여운	0.147	0.066	0.189	2.242	0.027
행복한	-0.046	0.088	-0.047	-0.525	0.601
부드러운	-0.127	0.063	-0.154	-2.020	0.046
호감	0.588	0.074	0.609	7.985	0.000
순수함	0.024	0.074	0.026	0.325	0.746

회귀분석 결과 Favorable 의 감성 평가항목 중에서 유의수준(.05 이하)에 포함되는 항목은 “갖고 싶은, 심플한, 최신/제품” 의 요인이 추출되었다. 또한, Friendly 의 감성 평가에서는 “친근한 정겨운, 재미있는, 귀여운, 부드러운, 호감 있는” 항목이 추출되었다.

감성의 선호도 평가 결과에서는 Favorable가 높은 분야는 휴대폰(5.17)과 가구(5.92) 패키지가 높게 나타났으며, Friendly는 볼펜(5.42), 휴대폰(5.67), 가구(6.17)로 나타났다. 따라서

Favorable, Friendly와 관련이 깊은 샘플은 휴대폰과 가구 제품이 높은 것으로 조사되었다. 또한, 전체적인 선호도에서도 가구와 자동차, 휴대폰이 높게 나타났다.

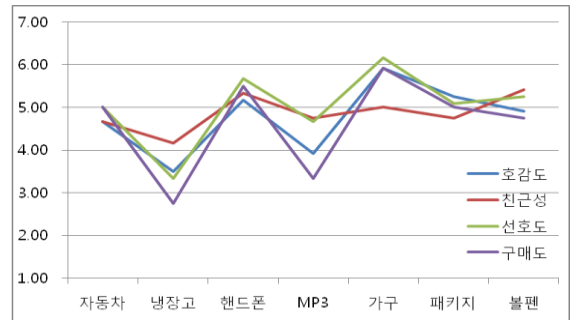


그림 3. 감성 선호도 평가

디자인 요소 평가에서는 조형성은 자동차와 가구, 트렌드는 휴대폰과 가구, 컬러의 적합성은 가구와 패키지, 신뢰성은 자동차와 휴대폰, 심미성은 가구와 자동차 패키지 등이 분야별로 높게 나타났다.

표 3. 디자인 요소 평가

	디자인요소평가				
	조형성	트렌드	컬러	신뢰성	심미성
자동차	5.42	4.83	3.83	5.25	4.42
냉장고	3.33	3.67	3.67	4.25	3.92
휴대폰	4.17	6.25	2.75	5.17	4.08
MP3	4.42	2.75	3.92	3.58	3.92
가구	6.58	5.42	5.58	4.58	5.92
패키지	4.42	4.92	5.42	4.33	4.75
볼펜	4.33	4.17	5.00	4.17	4.08

#### 5. 결론

위와 같이 본 연구에서는 감성요소인 Favorable, Friendly 의 관계성을 조사하기 위하여 회귀분석을 통해 Favorable(갖고 싶은, 심플한, 최신/제품), Friendly(친근한 정겨운, 재미있는, 귀여운, 부드러운, 호감 있는)이 감성항목과 관련 있는 것을 밝혔다. 또한, 각 제품디자인 분야에 대한 호감도, 친근성, 선호도, 구매도의 관계를 분석하였으며 각 디자인 요소와의 관계성도 조사되었다.