Journal of the Ergonomics Society of Korea
Vol. 26, No. 1 pp.63-69, February 2007

캐릭터 디자인을 위한 감성 및 선호 분석

정 광 태

한국기술교육대학교 디자인공학과

Sensibility and Preference Evaluation for Character Design

Kwang Tae Jung

Department of Industrial Design Engineering, KUT, Cheonan, 330-708

ABSTRACT

One of the most important aspects to succeed in character industry is to develop a character that it can sensibly satisfy customers. For this, sensibility evaluation has to be carried out for some important characters and its characteristics for character design have to be analyzed, firstly. In this study, sensibility evaluation using multi-variate analysis was performed for some humanized characters. From the factor analysis, sensibility factors were extracted and sensibility characteristics for characters were analyzed by those factors. Preference for those characters was evaluated and was analyzed in relation to those sensibility characteristics. Finally, a direction of character design was proposed from those results.

Keyword: Character, Sensibility, Preference, Character design

1. 서 론

2005년 문화산업통계 조사에 따르면 2004년 기준으로 우리나라 문화산업 부문의 총 매출규모는 전년대비 13.3% 증가한 50조 601억원으로 조사되었다(문화관광부, 2006). 문화산업은 문화콘텐츠를 기획, 제작하고 유통하는 사업 분야로 협의의 의미로는 영화, 방송, 음악, 게임, 애니메이션, 캐릭터, 출판만화 등 오락적 성격이 강한 부문으로 정의되나, 광의로는 출판, 인쇄(신문, 잡지), 광고, 공연, 미술(디자인), 전통문화 등도 포함된다고 볼 수 있다(정광태와 송복희, 2006).

이처럼 막대한 경제규모를 갖고 있는 문화산업 분야 중에서, 캐릭터 산업은 그림 1에서 볼 수 있는 것과 같이 문화콘텐츠 산업의 중심에 놓여 있다. 즉, 애니메이션, 게임, 만화, 영화, 방송, 음반 등의 문화산업에 있어 캐릭터의 활용은 상당히 중요하다고 할 수 있다(정광태와 송복희, 2006).

특히, 2005년을 기준으로 약 50조원에 이르는 문화산업의 규모 중에서, 캐릭터 산업이 차지하는 비중은 4조 2,193억원으로 전체 문화산업 규모의 8.4%를 차지하고 있다(문화관광부, 2006).

캐릭터(character)란 쉽게 말해 인물을 의미하는 것으로, 사람처럼 성격과 개성을 가진 애니메이션에서의 등장인물이나 그림을 일컫는 것이다. 캐릭터란 한마디로 말해, '고유한 디자인 요소(점, 선, 면의 세 가지 요소)로 구성되어 있으며, 이러한 요소들이 결합해 고유한 메시지(즐거움)를 담고 있고, 그러한 이미지들로 인해 형성된 정체성(매력, 개성)으로 생명력이 생긴 결합체'라 할 수 있다(심명자, 2005).

캐릭터 산업의 성공에 있어 가장 중요한 측면은 고객들을 감성적으로 만족시킬 수 있는 캐릭터를 개발하는 것이다(정택상, 2001). 이를 위하여 캐릭터에 대한 고객들의 니즈를 분석하여 캐릭터 디자인에 반영하여 줌으로써 좀 더 고객지향적인 캐릭터를 개발할 수 있고, 이를 통하여 고객들을 감성적으로 만족시킬 수 있는 가능성을 높여줄 수 있을 것이

교신저자: 정광태
주 소: 330-708 충남 천안시 병천면 가전리 307, 전화: 041-560-1197, E-mail: ktjung@kut.ac.kr

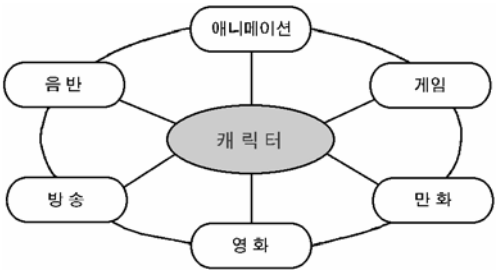

그림 1. 문화콘텐츠 산업과 캐릭터

다. 그러한 측면에서 캐릭터에 대한 고객들의 의견을 다양한 방법으로 분석하고 이를 캐릭터의 개발과정에 반영하는 것이 캐릭터 산업에서의 성공을 결정하는 중요한 단계임을 알 수 있다.

하지만, 캐릭터의 성공여부를 결정하는데 있어 고객의 감성적 욕구를 충족하는 것이 가장 중요한 요소의 하나임에도 불구하고, 캐릭터의 디자인에 대한 감성적 분석 연구는 쉽게 발견할 수 없다. 박수진(2000)은 얼굴의 물리적 특징을 분석하고 이를 얼굴 관련 감성어휘와 연계하여 해석하고자 하였고, 심명자(2005)는 애니메이션에서 활용되는 캐릭터의 눈썹 동작에 따른 감성적 특징을 분석하는 연구를 수행한 바 있다. 하지만, 이들의 연구는 캐릭터의 특정 부위에 대한 부분적 연구이고 전체적인 캐릭터 이미지에 대한 감성분석의 연구, 특히 감성적 특징을 고객의 선호도와 연계하여 해석함으로써 이를 디자인에 활용하고자 하는 측면에서의 연구는 없었다.

따라서 본 연구에서는 국내외에서 상품화된 대표적인 캐릭터들을 대상으로 다변량 분석 방법을 적용하여 감성 및 선호도 분석을 수행하였고, 이를 토대로 이들의 감성적 특성을 알아보고자 하였다. 요인분석(factor analysis), 군집분석(cluster analysis), 다차원척도(multidimensional scaling)과 같은 다변량 분석 방법은 감성의 분석(박경수, 2001), 인간의 내적 개념모델 평가(Coury, 1987), 인간 수행도 차원의 규명(Parker, 1967), 얼굴의 감성특성 분석(박수진, 2000), 캐릭터 눈썹 동작에 대한 감성분석(심명자, 2005) 등에서와 같이 인간의 감성이나 개념모델 등의 평가나 분석에 효과적으로 적용되어 왔다. 따라서 본 연구에서도 캐릭터 디자인에 대한 감성분석과 선호도 분석, 그리고 감성과 선호도를 연계한 분석 등을 위하여 여러 가지의 다변량 분석 방법을 적용하였다. 이를 통하여 각 캐릭터의 감성적 특성을 규명하고, 이러한 특성을 각 캐릭터의 선호경향과 연계하여 해석함으로써 캐릭터의 선호도에 주요한 영향을 주는 감성적 특성과 향후의 디자인 방향 등을 제시하였다.

2. 캐릭터의 감성특성 분석

본 연구에서는 캐릭터 감성분석을 위하여 한국, 미국, 일본에서 개발된 주요한 캐릭터들을 대상으로 하였다. 분석하고자 하는 캐릭터를 대상으로 SD(semantic differential)법을 활용하여 각각의 감성어휘에 대한 주관적 의견을 수집하였고, 요인분석을 통하여 그에 대한 데이터를 분석함으로써 최종적으로 각 캐릭터의 감성이미지를 도출하였다.

2.1 감성어휘 추출

본 연구에서는 캐릭터에 관한 감성어휘 추출을 위하여 대학생 14명이 참여하였다. 감성어휘의 추출은 2단계의 과정을 통하여 진행되었다. 첫 번째 단계에서는 14명을 3개 조(5명, 5명, 4명)로 나누어 각 조별로 감성어휘를 추출하도록 하였다. 각 조에서는 감성공학 관련 논문 및 서적, 캐릭터 관련 잡지 등의 문헌검토와 브레인스토밍의 방법을 통하여 각각 50개씩의 감성어휘를 일차적으로 추출하였으며, 그 후에 각 조별로 조원들 간의 협의를 통하여 최종적으로 25개의 어휘를 결정하였다.

두 번째 단계에서는 3개 조에서 각각 선정된 25개의 어휘를 통합하여 최종적으로 24개의 어휘를 결정하였다. 최종적으로 선정된 어휘는 중복어휘 제거, 유사어휘 통합, 부적절한 어휘 제거, 감성평가에서의 중요도를 고려하여 중요도가 낮은 어휘 제거 등의 과정을 통하여 결정되었다. 이상의 과

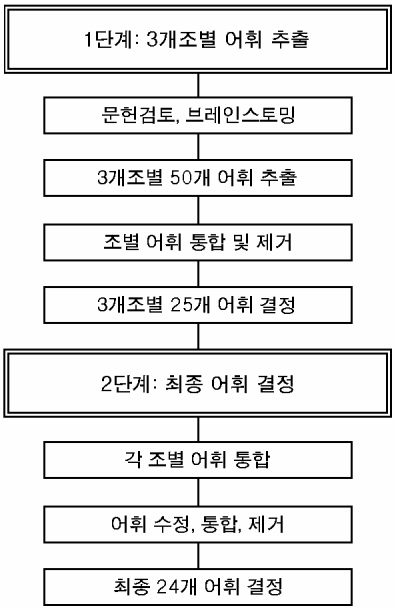

그림 2. 감성어휘 추출과정

정은 그림 2와 같이 요약된다. 이와 같은 과정을 통하여 최종적으로 선정된 어휘는 다음과 같다(가나다 순).

개성적인/평범한, 고급스러운/값싸보이는, 귀여운/귀엽지않은, 날렵한/둔한, 단순한/복잡한, 대중적인/대중적이지않은, 동양적인/서양적인, 동적인/정적인, 매력적인/매력적이지않은, 명랑한/우울한, 모던한/고전적인, 미래지향적인/과거지향적인, 생동감있는/생동감없는, 세련된/촌스러운, 신비로운/신비롭지않은, 예쁜/예쁘지않은, 유아틱한/어른스러운, 인공적인/자연적인, 재미있는/재미없는, 조화로운/조화롭지않은, 차가운/온화한, 참신한/참신하지않은, 친숙한/친숙하지않은, 화려한/수수한

2.2 캐릭터 선정 및 감성요인 결정

본 연구에서는 감성분석의 대상으로 한국, 미국, 일본에서 개발된 캐릭터 중에서 대중적이고 상품화된 캐릭터 34개를 선정하였다. 평가를 위한 캐릭터의 선정에는 대학생 14명이 참여하였다. 이들 캐릭터를 대상으로 24개의 감성어휘에 대한 느낌을 주관적으로 평가하도록 하였다. 피설문자는 디자인 전공 대학생 30명(남 9명, 여 21명)이었으며, 평균연령은 23세였다. 피설문자를 디자인 전공 대학생으로 구성한 것은 이들이 캐릭터의 고객이자 미래의 디자이너이기 때문에 고객관점에서의 측면과 디자인관점에서의 측면을 함께 반영하고자 하는 의미에서였다.

피설문자에 의하여 평가된 데이터에 대하여 요인분석(factor analysis)(정충영, 2001)을 수행하였고, 이를 통하여 다음 표 1와 같은 어휘의 그룹핑과 각 그룹에 대한 대표요인을 결정하였다. 대표요인은 그룹별로 그룹핑된 감성어휘들의 전체적 특성과 대표요인과의 상관계수를 고려하여 결정되었다.

표 1. 캐릭터 분석을 위한 감성요인

그룹	감성어휘	대표요인 (음의방향)
1	귀여운, 단순한, 대중적인, 예쁜, 유아틱한, 친숙한	유아성
2	모던한, 미래지향적인, 인공적인, 차가운, 화려한	인공감
3	개성적인, 재미있는, 참신한	참신성
4	날렵한, 동적인, 명랑한, 생동감있는	역동성
5	고급스러운, 매력적인, 세련된, 조화로운	고급감
6	동양적인, 신비로운	동양성

각각의 추출된 감성(대표)요인들의 요인점수에 대하여 캐릭터의 국가별 구분에 의한 영향이 존재하는지를 분석한 결과, 유아성, 인공감, 참신성, 역동성, 고급감은 국가별 구분에 의한 유의한 영향이 없었지만, 동양성은 유의한 영향이 있는 것(p=0.00<0.05)으로 나타났다. 국가별 캐릭터의 요인점수에 대한 상세한 검토 결과, 미국에서 개발된 캐릭터는 서양적인 느낌이 많고, 한국과 일본에서 개발된 캐릭터는 동양적인 느낌이 있는 것으로 나타났다. 이러한 사실은 캐릭터를 동양과 서양으로 구분하여 분석한 결과에서 확실히 나타나는데, 동양성은 동양과 서양의 구분에 따라 유의한 영향(p=0.00<0.05)을 받는 것으로 나타났다. 그 외에 유아성도 동양과 서양의 구분에 따라 유의한 영향(p=0.041<0.05)을 받는 것으로 나타났는데, 서양에서 개발된 캐릭터에 대해서는 성인적 느낌, 동양에서 개발된 캐릭터에서는 유아적 느낌

표 2. 미국 캐릭터의 감성특성

캐릭터	감성특성
	유아틱하고 고급스러우며, 서양성이 강함, 약간 역동적 느낌이 있고 참신성은 별로 없음
	약간 서양적 느낌
	저급하고, 서양적 느낌이 강함. 다소 자연스런 느낌이 있음
	정적인 측면이 강하고, 다소 저급하며 서양적 느낌이 있음
	성인적이고 자연스러운 느낌이 강함, 역동적이고 참신성과 고급감은 다소 없으며 다소 서양적 느낌이 있음
	역동적이고 고급스러운 느낌이 있음
	유아틱하고 자연감 있음, 다소 서양적 느낌이 있음
	역동적임. 다소 참신하지 않고 서양적 느낌이 있음
	인공감과 참신성이 있음
	다소 성인적이고 고급스러움
	다소 자연적이고 역동적이며 저급하고 서양적 느낌이 있음
	유아적이고 정적인 느낌이 강함, 고급스럽고 서양적 느낌이 있음
	성인적 측면이 아주 강함, 자연적이고 참신성있음. 고급스럽고 동양적 느낌이 아주 강함
	성인적 느낌이 있고, 참신성이 아주 강함, 다소 서양적 느낌이 있음
	성인적이고 고급스러우며 서양적 느낌이 있음
	성인적이고 인공감이 아주 강함, 고급스러우며 서양적 느낌이 있음
	약간 성인적이고 약간 참신성 있음. 정적이고 서양적임
	유아적이고 약간 자연적이며 약간 참신하지 않음. 역동적 느낌을 줌

이 있는 것으로 나타났다.

2.3 캐릭터의 감성이미지 분석

요인분석을 통하여 추출된 6개의 대표적 감성요인에 대한 캐릭터들의 요인점수를 기반으로 34개의 캐릭터에 대한 감성특성을 분석하였다. 표 2-표 4는 그 결과를 보여주고 있는데, 예를 들어 미키마우스는 '유아틱하고 고급스러우며, 서양성이 강하고, 약간 역동적 느낌이 있고 참신성은 별로 없는 느낌', 왕눈이는 '자연적이고 동양적 느낌을 주며 고급스럽지 않은 느낌', 둘리는 '유아적, 자연적, 역동적 느낌이 약간 있으며 동양적 느낌'이 있는 것으로 나타났다.

표 3. 일본 캐릭터의 감성특성

캐릭터	감성특성
	자연적이고 아주 고급스럽지 않으며 동양적 느낌을 줌
	성인적이고 아주 인공적이며 참신한 면은 없고 저급함
	참신하지 않고 약간 동양적인 느낌을 줌
	인공적 느낌을 주고 역동적이며 고급스러움. 약간 참신한 면과 약간 동양적 느낌을 줌
	유아적이고 역동적이며 동양적 느낌을 주고 저급함. 인공적 느낌이 강함
	유아적이고 자연적이며 참신함. 약간 역동적이고 저급하며 동양적임
	자연적이고 참신함. 정적이고 동양적임. 고급스러운 느낌이 강함
	유아적이고 참신하며 역동적임. 약간 고급스럽고 동양적임
	유아적이고 참신하지 않음. 정적인 느낌이 강하고 약간 고급스러움

2.4 감성에 따른 캐릭터 분류

감성요인 분석을 통하여 얻어진 요인점수를 토대로 캐릭터에 대해 소비자들이 느끼는 감성특성에 따라 34개의 캐릭터들을 4개의 그룹으로 그룹핑하였다. 이와 같은 작업을 위하여 군집분석(cluster analysis)(정충영, 2001)을 활용하였는데, 군집분석을 통하여 그림 3과 같은 덴드로그램(dendrogram)을 구하였다. 덴드로그램을 볼 때, 네 개의 그룹 분류에 대한 상대적 거리가 가장 크게 나타났기 때문에 본 연구에서는 네 개의 그룹으로 캐릭터들을 그룹핑하였다. 표 5는 이와 같은 과정을 통하여 그룹핑된 결과이다. 각 그룹의 감성특성을 분석하여 보면, 1그룹은 주로 인공감이 있는 캐릭터, 2그룹은 주로 자연적이고 다소 역동적이며 저급

표 4. 한국 캐릭터의 감성특성

캐릭터	감성특성
	약간 유아적이고 자연적임. 약간 역동적이고 동양적임
	참신하고 아주 정적이며 저급하고 동양적임
	약간 참신성 없고 저급하고 동양적임
	약간 인공적이고 약간 저급하며 약간 동양적임
	약간 역동적이고 약간 고급스러우며 동양적임
	약간 유아적이고 약간 참신성은 없음. 정적임
	인공감이 있음

한 캐릭터, 3그룹은 주로 정적인 느낌이 강한 캐릭터, 4그룹은 주로 자연적이고 고급스러우며 성인성과 동양성이 아주 강한 캐릭터로 그룹핑된 것으로 분석된다.

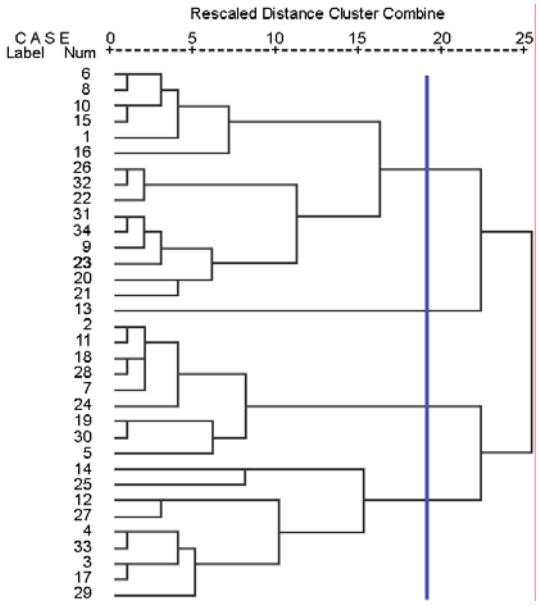

그림 3. 캐릭터 군집을 위한 덴드로그램

3. 캐릭터 디자인의 선호경향 분석

캐릭터의 감성특성에 따라 선호도가 어떠한 영향을 받는지, 그리고 그러한 결과를 디자인에 활용하기 위한 목적으로

표 5. 캐릭터의 감성특성에 따른 그룹핑

그룹	캐릭터
1	미키마우스, 피터팬, 벅스바니, 스폰지밥, 핑크팬더, 우디, 버즈, 마징가, 밍키, 소닉, 아톰, 피카츄, 딸기, 뿌까, 뽀로로
2	도널드, 타잔, 스누피, 톰, 제리, 왕눈이, 짱구, 둘리, 호돌이
3	구피, 피노키오, 푸우, 슈렉, 가필드, 토토로, 키티, 마시마로, 블루베어
4	뮬란

감성분석이 수행된 34개의 캐릭터에 대한 선호도를 평가하고 그에 대한 분석을 수행하였다. 선호도 평가는 감성평가를 수행하였던 30명의 피설문자들을 대상으로 7점 척도로 평가하였다.

3.1 캐릭터별 선호도 분석

34개의 캐릭터 각각에 대한 선호도 평가 결과를 토대로 분산분석(analysis of variance)(정충영, 2001)을 수행한 결과를 보면, 유의수준 0.05에서 캐릭터 간에 유의한 차이를 보이는 것(p=0.00<0.05)을 알 수 있다(표 6). 따라서 캐릭터의 선호도 평균을 비교하여 캐릭터의 선호경향에 대한 우선순위를 정하는 것은 의미가 있다고 볼 수 있는데, 각 캐릭터의 선호도 평균을 나타낸 그림 4를 보면 토토로 >슈렉 ,푸우>뿌까>뽀로로>블루베어 >...의 순서로 선호도가 높게 나타난 것을 알 수 있다.

표 6. 캐릭터 선호도에 대한 분산분석

	Sum of Squares	df	MS	F	Sig.
Between Groups	371.766	33	11.266	4.963	.000
Within Groups	2238.011	986	2.270		
Total	2609.776	1019			

선호하는 캐릭터들을 우선순위별로 분석하여 보면, 유아성, 인공감, 역동성, 동양성의 요인들은 서로 상반되게 나타나는 경우가 있지만, 참신성, 고급성이 선호하는 캐릭터에서 주로 일관되게 나타나는 요인들임을 알 수 있었다.

3.2 국가별 캐릭터 선호도 분석

캐릭터를 국가별로 구분하여, 국가별로 선호도를 분석한 결과를 보면, 국가별 구분은 캐릭터의 선호도에 있어 유의한 영향을 주지 않는 것으로 나타났다(p=0.058>0.05). 또한 캐릭터를 동양과 서양으로 구분하여 선호도를 분석한 결과

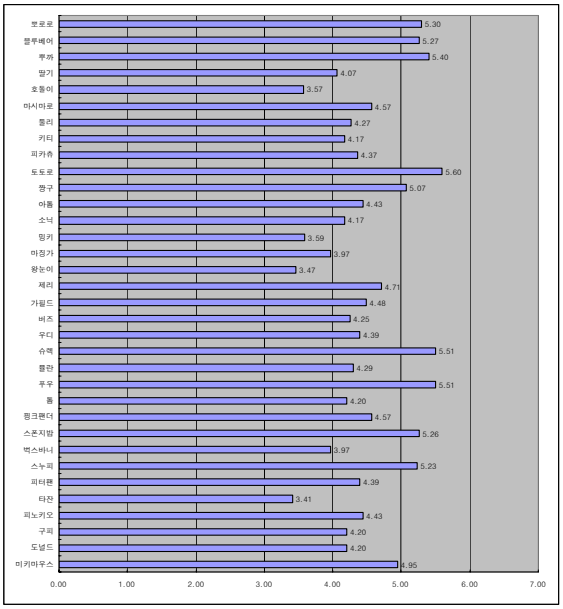

그림 4. 캐릭터 선호도 평가

에서도 동양과 서양의 구분에 따라 캐릭터의 선호도는 유의한 영향을 받지 않는 것으로 나타났다(p=0.326>0.05). 따라서 분석된 캐릭터들에 대해 국가별로, 또는 동서양별로 선호도의 차이는 없다고 할 수 있다.

3.3 캐릭터의 분류 집단별 선호도 분석

캐릭터의 감성특성 분석에서 감성요인 점수에 의하여 캐릭터를 네 개의 그룹으로 분류하였는데, 각 그룹에 따라 선호도에 유의한 차이가 존재하는지를 분석하였다. 그 결과 네 개 집단의 구분에 따라 캐릭터 선호도는 유의한 영향을 받는 것으로 나타났다(p=0.000<0.05). 따라서 평균치를 비교한 결과를 나타내는 그림 5를 보면, 세 번째 그룹의 선호도 평

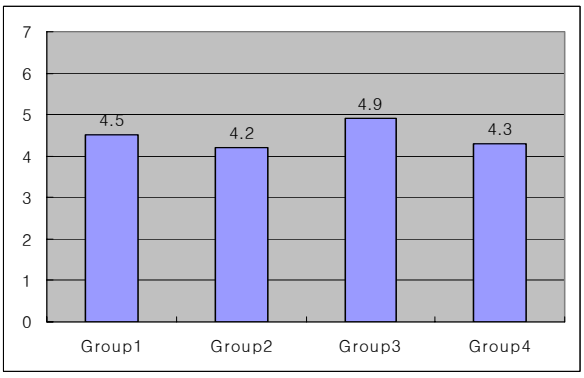

그림 5. 군집별 선호도

균이 가장 높게 나타났다.

4. 캐릭터에 대한 감성과 선호도의 상관분석 및 디자인 방향

요인분석을 통하여 구하여진 6개의 감성요인과 선호도와의 상관분석을 통하여 각각의 감성요인이 선호도와 어떠한 상관성을 갖고 있는지 분석할 수 있고, 이를 통하여 각각의 감성요인에 선호도에 어떠한 영향을 주는지 파악할 수 있다. 그리고 이러한 결과를 통하여 캐릭터의 선호도를 높여주기 위하여 디자인과정에서 어떠한 감성요인들을 중요하게 고려하여야 하는지에 대한 정보를 얻을 수 있다.

4.1 감성요인과 선호도의 상관분석

감성요인과 선호도의 상관분석 결과를 나타내는 표 7을 보면, 유아성과 참신성, 고급감이 선호도와 어느 정도의 상관관계를 갖고 있는 것을 알 수 있다. 또한 유아성, 참신성, 그리고 고급감과 선호도와의 상관계수를 볼 때, 유아성, 참신성, 고급감이 높아질수록 선호도도 높아지는 경향을 보이는 것을 알 수 있다. 음의 상관계수에 대하여 이러한 결과가 나타나는 것은 요인분석 결과를 통하여 감성어휘를 그룹핑하고 그에 대한 대표요인을 정할 때 음의 방향에 해당하는 요인명을 정했기 때문이다.

표 7. 선호도와 감성요인과의 상관분석

	유아성	인공감	참신성	역동성	고급감	동양성
선호도	−.367*	−.006	−.504**	.237	−.402*	.089

*significant at the 0.05 level
**significant at the 0.01 level

추가적으로 좀 더 상세한 분석을 위하여 감성어휘와 선호도의 상관분석을 수행하였는데, 그 결과 개성적인(−.453), 귀여운(−.469), 날렵한(.410), 단순한(−.464), 매력적인(−.462), 세련된(−.455), 신비로운(−.347), 유아틱한(−.346), 재미있는(−.598), 조화로운(−.668), 참신한(−.547)의 결과를 얻었다. 그리고 이들 어휘들은 주로 유아성, 참신성, 고급감에 포함된 어휘들임을 알 수 있다. 이러한 사실로부터 캐릭터가 개성적이고, 귀엽고, 날렵하지 않고, 단순하고, 매력적이고, 세련되고, 신비롭고, 유아틱하고, 재미있고, 조화롭고, 참신할수록 선호도가 높아지는 것을 알 수 있다.

4.2 감성적 측면에서의 캐릭터 디자인 방향

캐릭터의 선호도와 감성과의 상관분석을 통하여 유아성, 참신성, 고급감이 높아질수록 선호도도 높아지고, 더 상세하게는 캐릭터가 개성적이고, 귀엽고, 단순하고, 매력적이고, 세련되고, 유아틱하고, 재미있고, 조화롭고, 참신할수록 선호도가 높아지는 것을 알 수 있었다. 또한 캐릭터의 선호도 분석 결과로부터, 참신성, 고급성이 선호하는 캐릭터에서 주로 일관되게 나타나는 요인들임을 알 수 있었다. 따라서 캐릭터에 대한 선호도를 높여주기 위해서는 감성적으로 유아적인 측면, 참신한 느낌, 그리고 고급감이 보여질 수 있는 방향으로 디자인하는 것이 필요함을 알 수 있다.

5. 결론 및 검토

본 연구에서는 21세기의 산업의 중심이 문화콘텐츠 산업에 놓일 것이라는 예상과 함께 고부가가치 산업의 핵심 요소로 작용할 캐릭터에 대하여 감성적 측면에서의 특성분석과 선호도 분석을 수행하였다. 이를 통하여 34개의 캐릭터에 대한 감성분석 사례를 제시하였고, 그 결과를 선호도와 연계하여 해석함으로써 캐릭터의 선호도를 높여주기 위해서는 감성적 측면에서 어떠한 방향으로 디자인하여야 할 것인지를 제시하였다. 그 외에 본 연구의 목적은 캐릭터에 대한 분석을 위하여 몇 가지의 다변량 분석 방법을 적용할 수 있는 방안을 제시하는 것도 포함하고 있다. 사실 캐릭터 개발에 많은 사람들이 관심을 갖고 있고, 개발과정에 있어 고객의 의견을 분석하고 적용하는 것이 캐릭터의 성공을 결정하는데 있어 상당히 중요함에도 불구하고 그에 대한 연구사례는 많지 않았다. 또한 분석적인 방법을 적용하여 고객의 의견을 객관적으로 분석하는 방법에 대해서도 적용된 사례가 많지 않았다. 그러한 측면에서, 본 연구는 캐릭터의 분석을 위하여 요인분석, 군집분석, 분산분석, 상관분석과 같은 다변량 분석 방법의 적용방안을 제시하였다는 점, 캐릭터에 대해 감성 및 선호도 측면에서의 실제적 분석 결과를 제공하였다는 점, 그리고 감성적 측면에서의 고객지향적 디자인 방향을 제시하였다는 점에서 중요한 의미가 있다. 따라서 본 연구의 결과는 향후 캐릭터에 대한 고객의 만족도를 높여주기 위하여 감성적 디자인을 위한 자료로 활용할 수 있고, 즉 분석을 위하여 결정된 감성어휘, 요인분석을 통하여 구한 감성요인, 캐릭터에 대한 감성분석 결과, 감성적 측면에서의 선호도 분석 결과와 디자인 방향 등은 향후의 캐릭터 디자인 및 분석에서 효과적인 입력자료로도 활용할 수 있을 것이고, 적용된 분석 방법은 향후의 캐릭터 분석에서 효과적인 방법론으로

활용될 수 있을 것이다.

참고 문헌

Coury, B. G., "Multidimensional scaling as a method for assessing internal conceptual models of inspection tasks", *Ergonomics*, Vol. 30, No 6, 959-973, 1987.

Parker, J. F., "The identification of performance dimensions through factor analysis", *Human Factors*, Vol. 9, No 4, 367-373, 1967.

문화관광부, 2005 문화산업백서, 2006.

박경수, 감성공학 및 감각생리, 영지문화사, 2001.

박소연, 캐릭터 마케팅, 소담출판사, 2003.

박수진, 얼굴의 물리적 특징 분석 및 얼굴 관련 감성어휘 분석, 연세대학교, 2000.

심명자, 애니메이션 캐릭터의 눈썹 동작 정량화와 감성표현과의 상관관계 연구, 울산대학교 정보통신대학원, 2005.

오군석, 김판구 공역, 감성 데이터 해석, 홍릉과학출판사, 2002.

유니버설디자인연구센터 역, 디자인과 감성, 2005.

이유재 등, 신상품마케팅, 시그마프레스, 1995.

정광태, 송복희, "다변량 분석을 통한 캐릭터 감성특성 분석", *2006 대한인간공학회 추계학술대회*, 2006.

정충영, SPSSWIN을 이용한 통계분석, 무역경영사, 2001.

정택상 역, 캐릭터 비즈니스, 넷서스Books, 2001.

한국게임산업개발원 편저, 감성공학을 기반으로 한 게임성 측정 개발전략, Jungil Books, 2004.

◐ 저자 소개 ◑

❖ **정 광 태** ❖ ktjung@kut.ac.kr

KAIST 산업공학과 박사

현 재: 한국기술교육대학교 디자인공학과 부교수

관심분야: HCI, 인간공학응용디자인

논 문 접 수 일(Date Received) : 2007년 01월 08일

논 문 수 정 일(Date Revised) : 2007년 02월 04일

논문게재승인일(Date Accepted) : 2007년 02월 08일