

# 비대면 심리상담 애플리케이션 사용자 경험 연구 : 트로스트, 마인드카페, 헬로마인드케어를 중심으로

## A Study on User Experience of Non-face-to-face Psychological Counseling Applications : Focusing on Trost, Mind Cafe, and Hello Mind Care

강다혜<sup>1</sup>, 김승인<sup>2\*</sup>

Da hye Kang<sup>1</sup>, Seung In Kim<sup>2\*</sup>

### 요 약

본 연구는 비대면 심리상담 애플리케이션의 사용자 경험에 대한 연구이다. 애플리케이션은 트로스트, 마인드카페, 헬로마인드케어를 선정하였으며, 세 애플리케이션을 중심으로 사용자 경험에 관하여 연구하고 질을 평가하고자 하였다. 해당 연구는 MARS 설문지를 국문 번역 및 재구성하여 설문을 진행하였다. 실험은 2030대를 대상으로 진행되었으며, 연구자와 실제 심리상담사인 이해관계자 1명과 사용자 4명을 선정하여 설문을 진행하였다. 실험 결과 애플리케이션들은 모두 상업적 목적에 의해 개발되었으며, 평균 점수는 전체적으로 높은 편임을 확인하였다. 애플리케이션 모두 감정케어에 초점을 맞추는 특성을 가지고 있었으며, 이론적 배경에서 공통적인 특징으로 피드백, 조언/팁/전략/기술훈련, 마음 챙김/명상이 확인되었다. 기술적 측면 또한 커뮤니티 관련 기능과 리마인더 기능을 공통으로 제공하고 있음을 확인하였다. 본 연구는 비대면 심리상담 애플리케이션의 사용자 경험을 MARS 평가지를 통해 비교 분석하여 향후 개선 및 보완할 수 있도록 방향성을 제시하는 것에 의의가 있다.

핵심어 : 비대면, 심리상담, 사용자 경험, 애플리케이션, 사용자 인터페이스 디자인

### Abstract

This study is a study on the user experience of non-face-to-face psychological counseling applications. For the application, Trost, Mind Cafe, and Hello Mindcare were selected, and it was intended to study and evaluate the quality of the user experience centering on the three applications. This study conducted a questionnaire by translating and reorganizing the MARS questionnaire in Korean. The experiment was conducted on people in their 20s and 30s, and a questionnaire survey was conducted by selecting a

1 Department of Visual Communication Design, Hongik University, Seoul, Korea [Graduate Student]  
e-mail: papepopo0603@g.hongik.ac.kr

2 Department of Digital Media Design, IDAS, Hongik University, Seoul, Korea [Professor]  
e-mail: r2d2kim@naver.com (Corresponding author)

Received(April 15, 2024), Review Result(1st: April 29, 2024, 2nd: May 17, 2024), Accepted(June 7, 2024), Published(June 30, 2024)



© 2024 The Authors. Published by NCISS.  
This is an open access article licensed under the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.  
To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>.

researcher, one stakeholder who is an actual psychological counselor, and four users. As a result of the experiment, it was confirmed that all applications were developed for commercial purposes, and the average score was high overall. All applications had characteristics of focusing on emotional care, and feedback, advice/tips/strategy/technical training, and mindfulness/meditation were confirmed as common characteristics from the theoretical background. It was confirmed that the technical aspect also provides community-related and reminder functions in common. This study is meaningful in presenting a direction for future improvement and supplementation by comparing and analyzing the user experience of a non-face-to-face psychological counseling application through MARS evaluation paper.

Keyword : Non-face-to-face, psychological counseling, user experience, applications, user interface

## 1. 서론

### 1.1 연구의 목적 및 배경

심리상담 연구에서 대면 상담이 비용면에서 부담스럽고 실질적으로 마주한다는 압박과 센터 방문이라는 난제로 실질적인 상담의 기회, 치료시기를 많은 이들이 놓치고 있다. 이에 비해 물리적, 시간적 측면에서 자유롭고 직접 마주 보지 않아 심적 부담감이 적다는 비대면 심리상담이 소외계층, 청소년 외 다양한 사람들에게 대안으로 떠오르고 있다. 이처럼 사람을 대한다는 부담감에서 비대면이라는 거리감 요소를 통해 접근성을 높이고 심적 부담감을 줄이는 것을 확인할 수 있었다.

직접 센터를 방문하지 않고 상담 받거나 심리치료를 받는다는 수치심으로 인해 대면 치료를 회피하는 사람들에게는 시각적 익명성이 보장된 비대면의 장점이 적절한 치료의 기회를 제공한다고 뉴스에서 언급된 바 있으며, 내담자가 비대면 심리상담을 통해 제때 치료를 받는다면 비용적 측면, 시간, 공간, 내담자의 심적 부담 등에서 많은 대안 요소가 장점으로 떠오를 것이다. 하지만, 이러한 장점에도 불구하고 실질적인 사용률은 저조한데 이는 ‘사용 미숙’으로 비대면에 사용되는 기기들에 대하여 익숙하지 않을 때 나타나는 불편감을 알 수 있었다.

최근 유사한 애플리케이션이 늘어나는 추세이지만, 상당 부분의 관련 서비스 애플리케이션은 커뮤니티 및 상담사가 없거나 심리·정신 의학적 전문성이 부족하고, 사용자 인터페이스(UI)디자인 및 사용자 경험(UX) 디자인을 고려하지 않아 사용자들이 불편해하고 흥미가 떨어져 전반적 이용률이 저조하다. 이처럼 비대면 상담의 애플리케이션의 필요성은 증가하고 있지만, 심리상담에 관한 연구들 위주로 연구가 되어있고 실질적인 디자인과 관련된 연구는 부족한 실정이다.

본 연구는 비대면 상담에서 애플리케이션 사용자의 몰입과 경험에 영향을 주는 요인 찾아내고, 실제 내담자들의 의견을 반영하여 비대면 상담 애플리케이션 사용자 몰입을 증가시키고, 사용자 경험 개선을 위한 방향성을 제공하고자 한다.

## 2. 이론적 배경

### 2.1 비대면 심리상담 용어

비대면 심리상담에 대한 선행연구를 분석한 결과 연구자별 비대면 심리상담에 대한 용어를 바탕으로 [표 1]과 같이 정리하였다. 비대면이란 ‘서로 얼굴을 마주 보고 대하지 않음’이라는 의미로 ‘비대면 심리상담’이란 기존 상담의 방식과 다르게 인터넷을 이용하는 컴퓨터나 휴대전화 등 통신 매체를 통해 물리적으로 다른 공간에서 진행되는 상담을 말한다. 비대면 심리상담은 1990년대를 기준으로 인터넷 보급이 증가함에 따라 사이버 상담의 확대로 시작되었다. 현재 텍스트 상담, 전화 상담, 화상상담, 이메일 상담, 게시판 상담 등 다양한 형태로 제공되고 있다. 선행연구에 의하면 비대면 심리상담을 지칭하는 용어로 국내에서는 온라인 상담, 사이버 상담, 매체 상담, 원격상담 [1], 원거리 상담, 온라인 상담, PC 통신 상담, 웹 상담 [2], 사이버 상담, 인터넷 상담, 전자 상담, 온라인 상담, 웹 기반, 인터넷 기반 상담 [3], 사이버 상담, 웹 상담, 온라인 치료, 컴퓨터 매개 상담, e-therapy, e-health [4] 등으로 불린다.

[표 1] 비대면 심리상담 용어

[Table 1] Non-face-to-face psychological counseling terminology

연구자	비대면 심리상담 용어
김은하 외 [1]	온라인 상담, 사이버 상담, 매체 상담, 원격상담
양미진 외 [2]	원거리 상담, 온라인 상담, PC 통신 상담, 웹 상담
김태한 [3]	사이버 상담, 인터넷 상담, 전자 상담, 온라인 상담, 웹 기반, 인터넷 기반 상담
장수미 외 [4]	사이버 상담, 웹 상담, 온라인 치료, 컴퓨터 매개 상담, e-therapy, e-health

### 2.2 비대면 심리상담의 형태

국내 비대면 심리상담 연구 대상과 상담 형태에 대한 선행연구를 바탕으로 [표 2]와 같이 정리하였다. 국내 비대면 심리상담 형태 중 대학생을 대상으로 진행한 비대면 심리상담 연구에서는 통신 매체를 통한 화상상담과, 영상 상담, 채팅 상담, 전화 상담, 이메일 심리상담 등 여러 비대면 심리상담 형태 등이 있었으며 [1][5], 비대면 상담 경험을 가진 50명의 내담자를 대상으로 진행한 연구에서는 여러 명이 함께 진행하는 집단 상담도 이루어졌다고 설명하였다. 온라인 상담 사이트 내 상담 [3][5], 그 외 비대면 심리상담의 유형을 단순 시청형, 비대면 상담형, SNS 형 등 다양한 형태로 분류되어 진행되고 있음을 확인하였다 [6].

[표 2] 비대면 심리상담 형태와 연구 대상

[Table 2] Types of non-face-to-face psychological counseling and subjects of research

연구자	비대면 심리상담 형태	연구 대상
김은하 외 [1]	영상 상담, 채팅 상담, 전화 상담, 이메일 상담	대학 상담센터에서 비대면 상담을 받았거나 받는 72명의 대학(원)생
김태한 [3]	온라인 상담	온라인 상담 사이트에서 다회기 상담받은 8명
이영주 외 [7]	채팅 상담, 화상상담, 집단상담, 전화상담, 이메일 상담	비대면 상담을 받았거나 받는 50명의 내담자
이예지 외 [6]	단순 시청형 상담, 비대면 상담, SNS형 상담	비대면 멘탈 헬스 서비스 사용 경험이 있는 20~30대 10명
정애리 외 [5]	비대면 화상상담	대면상담 경험이 있으면서 화상상담을 12회기 이상 진행한 경험이 있는 대학생 6명

### 2.3 비대면 심리상담의 특성

비대면 상담은 기존의 상담 방식과는 차이가 있는데, 대면으로 얼굴을 마주하고 진행하지 않는다는 점과, 시간적 공간적 제약이 없다는 것이 큰 특징이다. 선행연구에 따르면 비대면 상담은 인터넷을 통해 물리적인 거리를 두고 진행되기 때문에 실제 상담 시에 할 수 없는 이야기를 할 수 있고, 이는 내담자가 상담을 진행할 때 마음이 더 편할 수 있으며, 곧 상담사와 내담자 사이를 더욱 친밀하게 만들 수 있다고 주장한다 [7]. 또한, 사회적으로 심리치료에 대한 부정적인 인식이 많아 대면상담을 회피하는 경향이 있는 사람들에게는 비대면 상담의 시각적인 익명성이 보장된다는 점이 장점이 되어 오히려 적절한 시기에 치료의 기회를 제공할 수 있다고 하였다 [8].

대면 심리상담의 경우 비용과 경제적 부담의 측면에서 대면 심리 상담의 비용이 많이 들어 치료받지 못하는 사람들에게는 비대면 심리치료가 상대적으로 저렴한 비용으로 접근성이 좋다는 점을 긍정적인 측면으로 보았으며, 사회적 고립이나 수형자와 같이 접근이 어려운 내담자는 스마트 기기를 통해 시간과 물리적인 공간의 한계를 극복할 수 있어 심리상담이 쉽지 않은 사람들에게도 서비스를 제공할 수 있다고 하였다 [10-12].

선행연구를 바탕으로, 연구자별 비대면 심리상담이 가지는 특성에 대하여 추출한 후 이에 대한 세부 사항을 [표 3]과 같이 정리하였다.

앞선 선행 연구로 비대면 심리상담의 특징으로는 첫째, 비대면으로 상담이 진행되므로 시간과 장소에 구애받지 않고 상담이 이루어진다. 둘째, 대면 상담에 비해 상담료가 저렴해서 사회 약자나, 경제적으로 서비스를 이용하기 어려운 개인들에게 치료의 기회를 제공한다. 셋째, 비대면으로 진행되기에 실명, 나이, 모습을 감추거나 바꿀 수 있는 익명성이 존재하여 내담자가 심리적으로 편하게 자기 공개를 할 수 있는 환경을 제공해 준다.

[표 3] 비대면 심리상담의 특성

[Table 3] Characteristics of non-face-to-face psychological counseling

관련 논문	연구 분석 내용
김태한 [3]	비용적 부담감, 글쓰기의 편함과 유용함, 쉬운 접근성, 익명성, 비밀보장, 오프라인의 부정적 인식, 편리성
장수미 외 [4]	익명성, 효율성, 높은 접근성, 즉각적인 개입, 사후 모니터링의 용이성
이영주 외 [8]	시간과 공간의 제약이 적고 저렴한 비용으로 높은 접근성
이예지 외 [6]	시간과 장소의 구애가 없으며 접근성이 좋고 외부 노출 위험이 적음
윤여경 [7]	수용성, 가용성, 접근성의 한계극복과 시간과 공간적 제약이 없음
Joseph B. Walther [8]	물리적인 거리를 통해 심적 부담이 적고 더욱 친밀한 관계 형성 가능
정애리 [5]	공간적 한계극복
이동임 [10]	시간적, 공간적 한계극복 및 금전적 비용에 따른 시간 제약이 따르지 않아 심도 있는 상담이 가능
이동임 [11]	심리상담이 어려운 사람들에게도 높은 접근성
이동임 [12]	시간과 공간적 제약이 없음

### 3. 연구 방법

#### 3.1 실험 대상 애플리케이션

2023년 3월~4월에 비대면 심리상담이라는 키워드로 애플리케이션 조사가 이루어졌다. 심리상담이라는 키워드에서 파생된 마음, 치유, 힐링, 명상, 감정, 커뮤니티, 익명 고민, 수면, 타로, 진료, 약 등 다양한 애플리케이션이 검색되었으며, 검색된 37개를 검토하였다. 그중 본 연구에 가장 적절하고, 비대면 심리상담이라는 목표에 적합한 애플리케이션 트로스트, 마인드카페, 헬로마인드케어, 싱크미, 모바일 상담포유 5가지를 선정하였다. 이 5가지의 애플리케이션 중 다운로드와 사용 리뷰가 많았던 트로스트, 댓글에서 긍정적인 반응이 많고, 커뮤니티 기능이 있는 마인드카페와 헬로마인드케어가 사용자의 만족도와 품질에 영향을 줄 수 있는 요소로 판단되어 분석 대상에 맞는 종합적 인지도와 연구 영역을 고려하여 3가지 애플리케이션을 평가 대상으로 선정하였다.

#### 3.2 피실험자 선정 및 실험 방법

본 연구에서는 MARS 평가지의 경우 정해진 평가 인원이 기재되어 있지 않아 전문적인 평가 자료를 얻고자 해당 주제와 관련성이 있는 직군의 이해관계자를 모집할 필요가 있어 연구자 본인과 상담사를 피실험자로 우선 선별을 진행하였다. 이후 사용성 평가에 참여하게 되는 피실험자는 KBS의 케이스탯리서치의 20·30세대의 불안과 공황장애 환자 수 증가율이 24.5%로 가장 높게 나타

난 자료를 통해, 해당 연구의 피실험자는 20·30세대를 중심으로 선정하였다 [6]. 피실험자의 경우 기존 사용자와 신규 사용자의 평가 차이도 유의미하게 나타날 것으로 판단하여 두 사용자 모두 조사하는 방식으로 진행하였다. 이에 대한 피실험자에 대한 정보를 [표 4]와 같이 정리하였다.

[표 4] 비대면 심리상담 애플리케이션 피실험자

[Table 4] Non-face-to-face psychological counseling application test subjects

피실험자 번호	성별	연령	직업	애플리케이션 사용 여부
필자	여	만 25세	대학원생	기존 사용자
상담사(실무 이해관계자)	여	만 24세	대학원생	기존 사용자
P1	남	만 25세	프리랜서	신규 사용자
P2	여	만 22세	학생	기존 사용자
P3	남	만 24세	직장인	신규 사용자
P4	여	만 25세	직장인	기존 사용자

### 3.3 분석 방법

#### 3.3.1 품질평가 도구

비대면 심리상담 품질 평가 도구로 MARS(Mobile Application Rating Scale) 평가지를 국문으로 번역하여 평가를 진행하였다. MARS는 Mobile Application이라는 큰 범위의 품질평가 단위로 사용되지만, 다른 분야보다도 헬스와 관련된 애플리케이션의 품질 평가 도구로써 제작되었기에 MARS 이전에 개발된 품질평가 도구들은 단적인 부분만을 평가할 수 있었다면 MARS는 기존 문헌 검토를 통해 다차원적으로 평가할 수 있도록 보완하여 고안된 도구라는 장점이 있다.

MARS의 설문은 정보 및 특성을 조사하는 영역과 질 평가 영역으로 나뉘는데 정보 및 특성은 버전과 애플리케이션의 제작 목적, 전략, 기술적 측면, 연령 등에 대한 설문을 포함하며, 질 평가 영역은 SECTION A-참여(Engagement), B-기능성(Functionality), C-미학성(Aesthetics), D-정보(Information), E-주관성(Subjective) 총 5가지의 영역으로 23문항으로 구성되어 있으며, 마지막 F-구체화(Specific) 6문항이 포함되어 하나의 설문지를 이루고 있다. A 섹션은 참여로 엔터테인먼트, 흥미, 사용자 지정, 대화형, 대상 그룹 5가지 문항으로 구성되어 있다. B 섹션은 기능성으로 수행, 사용 편의성, 내비게이션, 제스처 4문항으로 구성되어 있다. C 섹션은 미학으로 레이아웃, 그래픽, 시각적 매력 3문항으로 구성되어 있다. D 섹션은 정보로 정확성, 목표, 정보 품질, 정보의 질, 시각 정보, 신뢰성, 근거 7문항으로 구성되어 있다. E 섹션은 주관성으로 이익, 사용횟수, 비용, 평점 4문항으로 구성되어 있다. 각 문항은 5점(점수:1~5), 선택적 6점(점수:0~5) 척도로 구성되어 있으며, 섹션별 선택한 항목에 적힌 값의 합을 통해 섹션별 평균을 산출할 수 있다. 주관적 품질 점수는 E 섹션을 제외한 A, B, C, D 섹션 합의 평균을 통해 애플리케이션의 품질 평균 점수 산출이 가능하

다. E 섹션 평균 산출을 통해 주관적 품질 점수를 산출할 수 있다. 마지막 F 섹션은 구체화 단계로 애플리케이션이 사용자에게 지식, 태도, 변화하고자 하는 의도나 건강 행동 목표에 대하여 주는 영향을 평가하는 단계이다. 문항은 인식, 지식, 태도, 의도, 도움, 행동 변화 6문항으로 구성되어 있으며 모두 5점 척도로 구성되어 있다. MARS는 내적일관성이 높고(Cronbach's Alpha=.90), 평가자 간 신뢰도가 높았다(Intraclass Correlation=.79).

### 3.3.2 품질평가 방법

품질평가 방법은 필자와 이해관계자(심리상담사) 그리고 해당 애플리케이션을 사용해 본 적이 있는 기존 사용자와 신규 사용자로 나누어서 총 6명이 MARS를 가지고 독립적으로 모든 애플리케이션을 평가하였다. 연구자와 이해관계자는 최소 1주일간 각각 애플리케이션을 사용해 본 후 평가하였으며, 기존 사용자는 평소 사용하던 방식으로 평가를 진행하였으며, 신규 사용자는 3일가량 사용 후 평가를 진행하였다. 해당 과정을 통해 산출된 평가지는 MARS에서 다수의 평가자와 평가를 진행할 때 항목들에 대해 충분한 이해를 공유해야 한다고 언급한 것에 따라 결과를 비교하여 일치하지 않거나 서로 의견이 상충하는 부분에서 각자 해당 항목을 평가한 근거를 제시한 후 논의를 거쳐 공동의 합의점을 도출하였으며, 연구자와 이해관계자의 평가는 유사하나 사용자의 평가가 엇갈리면 2차로 논의 및 타당성을 확보할 수 있도록 하였다. 이를 통해 평가가 엇갈리는 부분에 대하여 합의를 통한 만장일치를 이룰 수 있는 방식으로 평가하였다 [13-15].

## 4. 연구 결과

### 4.1 비대면 심리상담 애플리케이션의 기본 특성

다음 [표 5]는 본 연구에서 조사한 비대면 심리상담 애플리케이션이다. 세 가지 모두 상업적 회사에 의하여 개발되었으며, 세 가지 애플리케이션 평균 점수는 5점 기준 4.23점으로 대체로 점수가 높은 편에 속하고 있음을 확인했다. 애플리케이션 모두 일주일 안팎으로 업데이트를 진행 중이며, 이전 업데이트 기록을 통해 주기적으로 업그레이드를 진행하고 있음을 확인하였다.

[표 5] 연구 심리상담 애플리케이션

[Table 5] Research psychological counseling app

애플리케이션 이름	개발자	속성	순위	점수	업데이트 날짜
트로스트	Humart Company	상업용	101	4.4	1주 전
마인드카페	Atommerce Inc	상업용	12	3.9	6일 전
헬로마인드케어	AIMMED CO., Ltd	상업용	-	4.4	6일 전

[표 6]은 앱 스토어에서 확인된 자료를 기반으로 비대면 심리상담 애플리케이션의 특성을 정리한 것이다. 대상 연령은 일반적으로 17세 이상, 성인, 일반인이 대상이었고, 한가지 애플리케이션이 특수하게 미취학 아동을 포함한 4세 이상의 아동까지도 대상으로 하여 연령의 범위가 꽤 넓게 제공되고 있음을 확인하였다.

[표 6] 앱 스토어에 표시된 비대면 심리상담 애플리케이션 기본 특성

[Table 6] Basic characteristics of non-face-to-face psychological counseling apps displayed in the app store

애플리케이션의 기본 특성		애플리케이션의 수(개)	백분율(%)
연령대	4세 이상	1개	33.3%
	17세 이상	3개	100%
애플리케이션이 대상으로 하는 것	기쁨/행복 증가	3개	100%
	마음 챙김/명상/여유	3개	100%
	부정적인 감정 줄이기	3개	100%
	우울	3개	100%
	불안/스트레스	3개	100%
	분노	1개	33.3%
	행동 변화	2개	66.6%
	알코올/약물 사용	1개	33.3%
	목표 설정	1개	33.3%
	관계	1개	33.3%
	신체 건강	3개	100%
	그 외	1개	33.3%
이론적 배경/전략	평가	2개	66.6%
	피드백	3개	100%
	정보/교육	2개	66.6%
	목표 설정	2개	66.6%
	조언/팁/전략/기술 훈련	3개	100%
	마음 챙김/명상	3개	100%
	휴식	2개	66.6%
	그 외	1개	33.3%
애플리케이션의 기술적 측면	공유 허용(페이스북, 트위터 등)	1개	33.3%
	애플리케이션 커뮤니티가 있음	3개	100%
	보호용 암호 허용	1개	33.3%
	로그인 필요	2개	66.6%
	리마인더 보내기	3개	100%

해당 애플리케이션의 초점은 심리상담이므로 감정과 관련된 특성이 다수 포함됨을 확인할 수 있었다. 세 가지 모두 공통으로 가진 초점은 기쁨/행복 증가, 마음 챙김/명상/여유, 부정적인 감정



줄이기, 우울, 불안/스트레스, 신체 건강 등이었고, 두 가지가 공통으로 가진 초점은 행동 변화와 그 외 항목이 있었으며, 한 가지가 별도로 가진 초점은 분노와 목표 설정 등이 있었다. 그 외 항목의 경우 트로스트는 감정, 헬로마인드케어는 자녀 양육과 직업 진로 초점이 추가로 확인되었다.

애플리케이션이 가지는 이론적 배경에 가장 많이 포함된 요소로는 피드백과 조언/팁/전략/기술훈련, 마음 챙김/명상 등의 세 가지 애플리케이션 모두 포함되어있는 요소로 확인되었다. 다음으로는 두 가지가 포함된 요소로 평가와 정보/교육, 목표 설정, 휴식이 있었고, 한 가지 포함 요소로는 그 외 항목으로 헬로마인드케어에서 제공하는 감정 노트 요소가 이에 해당하는 것으로 확인되었다.

애플리케이션의 기술적 측면에서는 세 가지 애플리케이션 모두 커뮤니티와 관련된 기능을 가지고 있었으며 리마인더 기능을 통해 사용자가 상기시킬 수 있는 기능을 제공하고 있음을 확인하였다. 다음으로는 두 가지 애플리케이션이 로그인을 필요해지고 있었으며, 이어서 페이스북 및 트위터에 공유 기능을 허용하는 기술과, 보호용 암호를 허용하는 기술을 가진 애플리케이션이 각 한 개씩 있음을 확인하였다.

#### 4.2 비대면 심리상담 애플리케이션의 질 평가 결과

[표 7]은 각 비대면 심리상담 애플리케이션의 MARS 섹션별 점수와 주관적 평균 및 전반적 평균 점수를 보여준다. 애플리케이션의 질 평가 결과 평가가 전반적으로 가장 높게 나온 애플리케이션은 트로스트였으며 마인드카페와 헬로마인드케어는 유의미한 점수 차이가 없는 것으로 나타났다. 전체 섹션에서 가장 낮은 점수가 나타난 섹션은 평균 2.7점을 보인 정보였으며, 가장 높게 점수가 나타난 섹션은 평균 3.3점을 보인 미학 섹션임을 확인하였다. 주관적 질 평균 점수는 3.0으로 좋지도 나쁘지도 않은 점수가 나타났으며, 전반적 질 평균 점수는 3.3으로 미학과 유사하게 높은 점수가 나타남을 확인하였다.

[표 7] 비대면 심리상담 애플리케이션 등급 척도 점수

[Table 7] Non-face-to-face psychological counseling application rating scale score

애플리케이션 이름	참여	기능성	미학	정보	주관적 평균	전반적 질 평균
트로스트	3.5	3.5	4.1	3.0	3.5	4.0
마인드카페	2.7	3.4	3.0	2.6	2.9	3.0
헬로마인드케어	2.8	2.8	2.8	2.5	2.7	3.0
평균	3.0	3.2	3.3	2.7	3.0	3.3

마지막으로 F 섹션의 구체화 관련 문항으로 애플리케이션이 사용자에게 지식, 태도, 변화하고자 하는 의도나 건강 행동 목표에 대하여 주는 영향을 평가하는 인식, 지식, 태도, 의도, 도움, 행동 변화에 대한 6가지 문항에 대한 점수의 평균은 비대면 심리상담 애플리케이션 구체화 등급 척도로

[표 8]에 정리하였다. 구체화 등급 척도 점수는 태도 영역 외에 전반적으로 만족스럽게 평가되었음을 확인할 수 있었다. 6가지 문항 중 가장 점수가 높은 항목은 도움이었으며, 해당 항목은 세 가지 애플리케이션 모두가 만족스러운 평가를 받았음을 확인하였다.

[표 8] 비대면 심리상담 애플리케이션 구체화 등급 척도 점수

[Table 8] Non-face-to-face psychological counseling application specification rating scale score

애플리케이션 이름	인지	지식	태도	의도	도움	행동 변화
트로스트	3.8	3.8	3.8	3.7	4.0	4.2
마인드카페	2.7	2.8	2.3	3.2	3.2	2.2
헬로마인드케어	2.7	3.3	2.7	3.2	3.2	3.0
평균	3.1	3.3	2.9	3.4	3.5	3.1

## 5. 결론

비대면 심리상담 애플리케이션의 사용자 경험 연구를 진행한 결과를 토대로 다음과 같은 시사점을 얻을 수 있었다.

첫째, 비대면 심리상담 애플리케이션은 정보 부분 외 평균 이상의 점수로 높게 측정됨을 확인할 수 있었다. 정보의 경우 사용자들은 애플리케이션에서 제공되는 정보가 한정적 혹은 너무 과한 것으로 다수 평가하였으며, 애플리케이션에 대한 업체 정보, 신용할 수 있는 업체인지에 대한 정보가 없는 것도 정보에 대한 점수를 낮게 평가한 것으로 분석된다.

둘째, 미학 부분과 정보 부분은 관계성을 가지는 것으로 실증하였다. 실험참가자들은 미학을 높게 평가할수록 정보도 높게 평가함을 확인할 수 있었으며, 평가 이유에 대해 인터뷰 진행 결과 시각적으로 명료하게 표현하여 인지를 쉽게 할 때 정보가 눈에 더 많이 들어온다는 의견을 들을 수 있었다. 따라서 색상이나 UI의 글씨 크기, 정보의 위계, 가독성 등을 고려하여 사용자의 인지를 높인다면 등급 척도 점수에서 가장 낮게 측정된 정보 부분의 문제를 보완할 수 있을 것이다.

셋째, 기능 부분은 3.2로 높게 측정되었으나 공통으로 사용 편의성 질문 항목에서 어려움을 느끼는 것이 확인되었다. 다수의 실험 참가자는 애플리케이션 사용에 있어 아이콘과 메뉴 라벨을 인지하는 것에 시간과 노력이 필요하다고 응답하였다. 응답한 실험 참여자들과 인터뷰 및 애플리케이션 비교 결과 일부 애플리케이션이 시각적으로 유사한 아이콘을 다른 목적으로 혼용해서 사용하는 것을 확인하였다. 이에 따라 사용자가 원하는 기능과 메뉴를 쉽게 찾을 수 있도록 명료하고 정확한 아이콘의 사용을 통해 혼동하지 않도록 하는 것이 중요할 것으로 보인다.

마지막으로, 애플리케이션 모두 기술적 측면에 커뮤니티 기능이 있었으나 비대면이라는 익명성을 이용하여 욕설 및 인신공격, 불쾌한 표현을 사용하는 일부 사용자들로 인해 커뮤니티가 순기능을 하지 못하고 있음을 확인하였다. 이는 전문가의 답변과 공감, 소통을 원하는 사용자들에게 사용

자 경험과 만족도에 영향을 줄 수 있으므로 기존의 필터링 방안보다 강력한 처벌, 운영자의 개입 등 적극적인 방안을 통해 보완이 필요할 것으로 보인다.

본 연구는 비대면 심리상담 애플리케이션 3개의 사용자 경험을 MARS 평가지를 통해 비교 분석하여 향후 개선 및 보완할 수 있도록 방향성을 제시하는 것에 의의가 있다. 비대면 심리상담 애플리케이션은 거리감이라는 요소를 통해 심적 부담감을 줄여 실질적인 상담의 기회를 제공한다는 점에서 우울감 호소에 소극적인 2030 세대에게 접근성을 높일 방안이다. 추후 비대면 심리상담 애플리케이션이 메타버스나 가상현실 등을 통해 화상을 넘어 다양한 공간으로 소통하는 다채롭게 발전한다면 MARS 측정 항목들의 전반적인 평가도 더욱 긍정적으로 평가될 수 있을 것이며, 비대면 심리상담 애플리케이션의 접근성이 좋아져 부정적인 인식이 줄고 치료 시기를 놓치지 않게 할 수 있는 애플리케이션이 되길 기대한다.

## References

- [1] E. H. Kim, E. S. Lee, Y. J. Cho, "A Qualitative Study of Client Experience on Non-Face-to-Face Counseling at College Counseling Centers", *Korean Journal of Counseling*, vol. 22, no. 2, April 2021, pp. 85-110, doi: 10.15703/kjc.22.2.202104.85.
- [2] M. J. Yamg, H. R. Yoo, S. A. Seo, S. Y. Park, K. H. Kim, J. H. Yu, "Concept mapping analyzing on the outcome of cyber' counseling", *The Korea Journal of Youth Counseling*, vol. 23, no. 1, December 2015, pp. 121-138, doi: 10.35151/kyci.2015.23.1.006.
- [3] T. H. Kim, "A qualitative study of persistence factors in online counseling -Focusing on the experiences of multi-session participants-", *Korean Academy Of Social Welfare*, October 28-29, 2011, Jeonbuk, Korea, pp. 1056-1088.
- [4] S. M. Jang, J. H. Jeong, H. Y. Lee, "A Systematic Literature Review of Non Face-to-Face Counseling Program in Human Service", *Health and Social Welfare Review*, vol. 42, no. 1, March 2022, pp. 20-40, doi: 10.15709/hswr.2022.42.1.20.
- [5] A. R. Chung, "A Qualitative Study on the Clients' Experience of Videoconference Counseling", *The Korea Journal of Youth Counseling*, vol. 30, no. 1, June 2022, pp. 203-227, doi: 10.35151/kyci.2022.30.1.009.
- [6] Y. J. Lee, S. Y. Kim, S. H. Park S. J. Jun, "User experience of non-contact mental health services-Focused on stress and anxiety of Korea's 2030s", *Proceedings of HCIK*, January 27-29, 2021, Seoul, Republic of Korea, pp. 243-248.
- [7] J. B. Walther, "Computer-Mediated Communication: Impersonal, Interpersonal, and Hyperpersonal Interaction", *Communication Research*, vol. 23, no. 1, February 1996, pp. 3-43, doi: 10.1177/009365096023001001.
- [8] Y. J. Lee, M. H. Ryu, Y. H. Lim, "On the Client's Experience of Non-Face-to-Face Psychological Counseling Quest: Focusing on Telemental Health Apps", *Journal of Learner-Centered Curriculum and Instruction*, vol. 22, no. 9, May 2022, pp. 707-732, doi: 10.22251/jlcci.2022.22.9.707.

- [9] J. Y. Kim, Y. H. Lee, "The Trend and Issues on Untact Counseling and Psychotherapy: Focusing on Journal Papers", *Journal of Learner-Centered Curriculum and Instruction*, vol. 21, no. 1, January 2021, pp. 775-805, doi: 10.22251/jlcci.2021.21.1.775.
- [10] L. D. Im, "A Study on Video Consultation for Juvenile Prisoners", *Corrections Review*, vol. 26, no. 4, December 2016, pp. 21-50, doi: 10.14819/krscs.2016.26.4.2.21.
- [11] L. D. Im, "Possibility of Practicing Consultation with a Smart Phone in a Correctional Facility", *Corrections Review*, no. 49, August 2018, pp. 141-164, doi: 10.35422/cwsk.2017.49.6.
- [12] L. D. Im, "Suggestions for Temporary Release, Video System from Prison based upon the Smart Phone and GPS", *Corrections Review*, vol. 28, no. 1, March 2018, pp. 139-165, doi: 10.14819/krscs.2018.28.1.6.139.
- [13] H. C. Zhang, T. S. Gil, E. J. Kang, "A feasibility study of Korean Mobile Application Rating Scale (MARS) for evaluating the quality of blood pressure management apps", *Korean J Health Educ Promot*, vol. 35, no. 3, September 2018, pp. 41-51, doi: 10.14367/kjhep.2018.35.3.41.
- [14] A. Adam, J. C. Hellig, M. Perera, D. Bolton, N. Lawrentschuk, "'Prostate Cancer Risk Calculator' mobile applications (Apps): A systematic review and scoring using the validated user version of the Mobile Application Rating Scale (uMARS)", *World Journal of Urology*, vol. 36, no. 4, April 2018, pp. 565-573, doi: 10.1007/s00345-017-2150-1.
- [15] M. Bardus, S. B. van Beurden, J. R. Smith, C. Abraham, "A review and content analysis of engagement, functionality, aesthetics, information quality, and change techniques in the most popular commercial apps for weight management", *International Journal of Behavioral Nutrition*, vol. 13, no. 35, March 2016, doi: 10.1186/s12966-016-0359-9.