

직장인 커뮤니티 애플리케이션 사용자 경험연구 : 블라인드, 리멤버 중심으로

A Study on the User Experience of Community Applications for Office Workers: Focusing on Blinds and Rememberers

임선영¹, 김승인^{2*}

Seon Yeong Im¹, Seung In Kim^{2*}

요약

이 연구는 국내 직장인 커뮤니티 애플리케이션인 블라인드와 리멤버의 사용자 경험을 측정하는 데에 목적이 있다. Mobile Application Rating Scale (MARS)를 한국어로 번역하여 설문조사를 진행하였으며, 블라인드 사용자 4명, 리멤버 사용자 4명, 총 8명의 피험자에게 심층 인터뷰를 진행해 직장인 커뮤니티 애플리케이션에 관한 연구를 진행했다. 연구 결과, 두 애플리케이션은 직장인을 대상으로 서비스를 제공하며, 대상 연령은 청년부터 일반 성인이다. 주요 초점은 커뮤니티 애플리케이션이므로 행동 변화와 목표 설정에 집중하였으며, 이론적 배경과 기술적인 요소는 대부분 포함되어 있다. 두 애플리케이션 모두 기능성, 심미성, 정보, 참여의 순서로 점수가 높게 평가되었으며, 객관적 평가에서는 모든 영역이 만족스러운 평가를 받았다. 그러나 주관적 평가에서는 객관적 평가에 비해 낮은 점수가 나타났다. 이 연구를 바탕으로 직장인 커뮤니티 애플리케이션의 사용성이 개선되고, 치열해지는 커뮤니티 애플리케이션의 경쟁 속에서 차별화된 사용자 경험 구축에 도움이 될 것으로 기대한다.

핵심어 : 사용자 경험, 커뮤니티, 커뮤니티 애플리케이션, 모바일 애플리케이션 등급 척도

Abstract

The purpose of this study is to measure the user experience of the Korean workplace community applications, Blind and Remember. The Mobile Application Rating Scale(MARS) was translated into Korean, and a survey was conducted. In-depth interviews were conducted with a total of 8 participants, including 4 Blind users and 4 Remember users, to further investigate the workplace community applications. The research findings indicate that both apps target working professionals, including adults and the general public. The main focus of the study was on community apps, emphasizing behavioral changes and goal setting, with theoretical backgrounds and technical aspects mostly included. Both apps received high scores in functionality, aesthetics, information, and engagement, with satisfactory ratings in all objective evaluations. However, subjective evaluations revealed lower scores compared to objective evaluations. Based on this research, it is expected that the usability of workplace community applications will be improved,

1 Department of Digital Media Design, IDAS, Hongik University, Seoul, Korea [Graduate Student]
e-mail: imseonyeong@naver.com

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

Received(June 21, 2024), Review Result(1st: July 19, 2024), Accepted(September 9, 2024), Published(September 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/>.

contributing to a differentiated user experience in the competitive landscape of community applications. It is also hoped that this study will assist in future user experience research in other fields.

Keyword : User Experience, Community, Community Applications, Mobile Application Rating Scale,

1. 서론

이 연구는 국내 직장인 커뮤니티 애플리케이션 중 많은 사용자를 보유하고 있는 블라인드와 리멤버 두 업체의 사용자 경험을 측정하였다 [1]. 커뮤니티의 사전적 의미는 자연스럽게 형성된 공동 사회를 의미하며, 주민들은 공통의 사회 관념, 생활양식, 전통, 공동체 의식을 가지고 있다. 라는 의미가 있다 [2].

요즘은 커뮤니티 서비스가 활성화되어 있으며, 많은 곳에서 커뮤니티를 활용하여 사용자를 유입 시키고 있다. 특히 이 연구는 직장인을 대상으로 커뮤니티를 제공하는 애플리케이션에 관한 연구를 진행한다. 현대 사회에서는 직장인들이 업무와 일상생활 사이의 균형을 유지하고, 정보를 교류 하며 도움을 받을 수 있는 효과적인 도구에 대한 필요성을 느끼고 있다. 이에 따라 국내에서는 블라인드와 리멤버 애플리케이션과 같은 커뮤니티 애플리케이션이 개발되었다.

이 연구에서는 Mobile Application Rating Scale (MARS)를 활용하여 국내 대표 직장인 커뮤니티 애플리케이션인 블라인드와 리멤버를 통해 현재 직장인 대상 커뮤니티 애플리케이션의 질적 평가를 진행하는 것에 목적이 있다. 이를 통해 현재 상황을 점검하고, 사용자 만족도를 높일 방안을 제안함으로써, 직장인들을 대상으로 커뮤니티 애플리케이션의 개선과 발전에 이바지할 것으로 기대한다.


2. 연구 방법


2.1 분석 대상

국내 직장인 대표 커뮤니티 애플리케이션인 블라인드와 리멤버를 iTunes에서 검색하여 정리하였다.

[표 1] 블라인드, 리멤버 애플리케이션 소개

[Table 1] Introduction to Blind and Remembers Applications

	<p style="text-align: center;">블라인드 Blind - 모든 변화의 시작</p> <p>2013년 출시된 블라인드는 기업의 지속 가능한 기업 문화를 위한 직장인 플랫폼이다. 직장인들의 대나무 숲 역할을 하고 있다.</p>
---	--

	리멤버 - 직장인 필수 애플리케이션
	리멤버는 2014년 명함 애플리케이션으로 서비스를 시작하였다. 명함관리 서비스로 확보한 직장인 회원을 기반으로 2019년부터 경력직 구인·구직, 직장인 커뮤니티, 경제 뉴스레터 등 서비스로 확장했다.

[표 1]은 블라인드와 리멤버 애플리케이션의 기본정보를 정리한 표이다. 두 애플리케이션의 주요 기능과 사용자 평가를 [표 1]과 같이 요약하였다. 블라인드는 모든 변화의 시작이라는 슬로건으로 직장인들의 대나무 숲 역할을 하고 있으며 리멤버는 직장인 필수 애플리케이션이라는 슬로건으로 명함 애플리케이션으로 서비스를 시작하여 커뮤니티 애플리케이션으로 발전된 것을 알 수 있다 [3][4].

2.2 분석 방법

2.2.1 질적 평가 도구 : Mobile Application Rating Scale (MARS)

블라인드, 리멤버의 질 평가 도구로 *Mobile Application Rating Scale* (이하 MARS)를 한국어로 번역하여 사용했다. MARS는 건강 관련 애플리케이션의 질을 평가하기 위해 Stonayov, Hides, Kavanagh, Zelenko, Tjondronegoro, Mani(2015)에 의해 호주에서 개발된 도구이다 [5]. 이 도구는 기존의 평가 도구와는 다른 방식으로 애플리케이션을 평가할 수 있는 장점이 있다. 기존의 도구들은 애플리케이션의 단편적 부분만 평가 항목으로 사용하는 반면, 이 도구는 애플리케이션을 다차원적으로 평가할 수 있다 [6-9].

설문조사는 2023년 4월 29일~5월20일까지 진행하였다. 설문지는 사용성 평가 측정을 위해 리커트 5점 척도(5point Likert Scale)와 주관식 항목을 사용했다, 각 문항은 (1점 매우 부적절~5점 매우 우수)로 구성되어 있다. 영역별 점수는 해당 영역에 속하는 모든 항목의 평균 점수로 계산하며, 4개 영역의 평균 점수를 통해 애플리케이션의 종합적인 품질 평가 점수를 얻을 수 있다. [표 2]는 이러한 설문 항목들을 구체적으로 정리한 것이다.

2.2.2 심층 인터뷰

MARS를 활용한 설문조사 이후 일정 인원을 선별하여 심층 인터뷰를 진행하였다. 피험자는 블라인드 사용자 4명, 리멤버 사용자 4명으로 총 8명을 선별하였다. 심층 인터뷰 질문지는 MARS 항목 중 애플리케이션의 구체화 항목 인식, 지식, 태도, 동기 부여, 도움 요청, 행동 변화 항목을 활용하였다. MARS에는 애플리케이션의 콘텐츠에 따라 조정이 가능한 추가 문항을 포함한다 [10]. 다음 [표 3]에 심층 인터뷰 세부 사항과 [표 4]에는 피실험자의 대략적 정보를 명시하였다.

[표 2] 설문지 항목

[Table 2] Survey Contents

애플리케이션 품질 등급	참여	엔터테인먼트	1. 이 애플리케이션을 사용하는 것이 즐거운가요?
		흥미	2. 이 애플리케이션을 사용하는 것이 흥미로운가요?
		사용자지정	3. 이 애플리케이션은 개인 설정에 필요한 기능 (예: 소리, 콘텐츠, 알림 등)을 제공하고 있습니까?
		대화형	4. 이 애플리케이션은 사용자가 입력하면 피드백을 제공하고 (리마인더, 공유기능, 알림과 같은) 사용자를 상기시켜 주는 기능이 있습니까?
		대상그룹	5. 이 애플리케이션의 콘텐츠(시각적 정보, 언어, 디자인)는 대상 고객에게 적합합니까?
	기능성	수행	6. 이 애플리케이션은 정확하고 빠르게 애플리케이션의 도구 (기능)와 구성 요소 (버튼/메뉴)가 작동합니까?
		사용 편의성	7. 이 애플리케이션 사용법을 배우기가 쉬웠습니까?
		내비게이션	8. 이 애플리케이션 내에서 화면 간 이동이 적절합니까?
		제스처 디자인	9. 상호작용 (탭/스вай프/핀치/스크롤)이 모든 요소/화면에서 일관되고, 직관적입니까?
	미학	레이아웃	10. 화면상의 버튼/아이콘/메뉴/콘텐츠의 배치와 크기가 적절합니까?
		시각적 매력	11. 이 애플리케이션은 시각적으로 좋아 보입니까? 디자인이 잘 되어 있다고 생각합니까?
	정보	애플리케이션 설명의 정확성	12. 이 애플리케이션은 어떤 애플리케이션인지 설명이 잘 되어 있습니까?
		목표	13. 이 애플리케이션이 구체적이며, 사용하면서 애플리케이션의 목표에 대해 알 수 있습니까?
		정보의 품질	14. 이 애플리케이션의 콘텐츠가 당신에게 유용합니까?
		정보의 양	15. 정보의 범위가 애플리케이션의 스크프와 일치합니까? 정보가 포괄적이면서도 간결합니까?
		신뢰성	16. 해당 애플리케이션에서 개인정보 보호가 충실히 이루어지고 있다고 생각하시나요?
주관적인 애플리케이션 품질	17. 이 애플리케이션을 타인에게 추천할 것이다.		
	18. 이 애플리케이션을 자주 사용할 것이다.		
	19. 이 애플리케이션에 대한 비용을 지급한다.		
	20. 이 애플리케이션에 대한 본인의 전반적인 평점을 표시하십시오.		
애플리케이션 구체화	인식	1. 이 애플리케이션은 커뮤니티의 중요성에 관한 인식을 높인다.	
	지식	2. 이 애플리케이션은 커뮤니티에 관한 이해를 증가시킨다.	
	태도	3. 이 애플리케이션의 커뮤니티를 통해 당신의 생각이 바뀔 수 있다.	
	변경 의도	4. 이 애플리케이션의 커뮤니티를 통해 당신의 동기를 높일 수 있다.	
	도움 요청	5. 이 애플리케이션의 커뮤니티를 통해 당신이 도움을 요청할 수 있다.	
	행동 변화	6. 이 애플리케이션의 커뮤니티를 통해 당신의 행동이 변화할 수 있다.	

[표 3] 심층 인터뷰 세부 사항

[Table 3] Details of In-Depth Interview

구분	내용
조사 대상	직장인 커뮤니티 애플리케이션을 사용하는 20~30대 사용자 (블라인드 사용자 4명, 리멤버 사용자 4명)
조사 방법	설문지와 1:1 인터뷰를 통한 대면 조사
피실험자 수	8명 (성별: 여 4명, 남 4명)
조사 기간	2023년 4월 29일 ~ 5월 20일
면접 시간	평균 40분

[표 4] 심층 인터뷰 피실험자 정보

[Table 4] Users' Information of In-Depth Interview

참여자	성별	나이	직업	주 사용 커뮤니티 애플리케이션
P1	여자	25	중학교 교사	블라인드
P2	여자	25	섬유 연구원	블라인드
P3	남자	30	한의사	블라인드
P4	남자	35	웹 디자이너	블라인드
P5	여자	27	유치원 교사	리멤버
P6	여자	31	콘텐츠 마케터	리멤버
P7	남자	28	프론트 개발자	리멤버
P8	남자	31	엔지니어	리멤버

3. 연구 결과

3.1 블라인드, 리멤버 애플리케이션 기본정보

[표 5]는 블라인드와 리멤버 애플리케이션의 사용 연령과 목표 설정에 대한 기본정보를 정리한 표이다. 애플리케이션의 기본 특성을 평가하기 위해서 iTunes의 애플리케이션 설명서의 내용을 참고하였다.

[표 5] 블라인드와 리멤버 애플리케이션 기본정보

[Table 5] Description of Blind and Remember Application

번호	애플리케이션 이름	개발자	평가 수	구매 유형	평가 점수	최근 업데이트 날짜
1	블라인드	Teamblind inc (상업적 회사)	33,000	무료 (애플리케이션 내 구입 제공)	4.4/5.0	2023. 5. 17
2	리멤버	Drama & Company Co., Ltd (상업적 회사)	66,000	무료	4.8/5.0	2023. 5. 18

2개 애플리케이션 모두 상업적 회사에 의해 개발되었고, 무료로 이용할 수 있다. 그러나 블라인드는 애플리케이션 내 구매를 추가로 제공한다. 자료 수집일(2023년 5월 21일) 기준으로 일주일 이내 모두 업그레이드되었고, 블라인드의 평균 점수는 4.4점(5점 만점), 리멤버는 4.8점(5점 만점)이었다.

[표 6]은 각 애플리케이션의 설명서에 명시된 자료를 기초로 하여 직장인 커뮤니티 애플리케이션인 블라인드와 리멤버의 기본 특성들을 요약한 것이다. 직장인을 대상으로 서비스를 제공하는 애플리케이션이기 때문에 대상 연령은 모두 청년(18세~25세), 일반 성인이었다.

[표 6] 블라인드와 리멤버 애플리케이션 기본 특성

[Table 6] Blind and Remember Application Basic Properties

평가 영역	내용	개수
사용 연령	아동(12세 이하)	0
	청소년(13~17세)	0
	청년(18~25세)	2
	성인	2
	일반	2
초점	행복/안녕감 증진	0
	마음 챙김/명상/이완	0
	부정적 감정의 감소	0
	불안/스트레스 감소	0
	행동 변화	2
	목표 설정	2
	신체 건강	0
이론적 배경	평가	2
	피드백	2
	정보/교육	2
	모니터링/추적관찰	0
	목표 설정	2
	조언/팁/전략/기술 훈련	2
	마음 챙김/명상	0
기술적 요소	공유(페이스북, 트위터 등)	2
	애플리케이션 커뮤니티	2
	보호용 암호 허용	2
	로그인 필요	2
	리마인더 기능	2
	웹 접속	2

초점에 관해서는 이 연구 대상이 직장인 커뮤니티 애플리케이션이므로 행동 변화, 목표 설정은

2개(100%)였다. 애플리케이션이 포함하고 있는 이론적 배경으로 모니터링/추적관찰 외 모든 내용을 담고 있었다. 그 외에도 기술적인 요소 역시 모두 포함하고 있었다.

3.2 블라인드, 리멤버 애플리케이션 질적 평가 결과

[표 7]은 직장인 커뮤니티 애플리케이션인 블라인드와 리멤버의 MARS 영역별 점수와 영역별 평균 점수를 분석하였다. 블라인드의 경우, 기능이 3.8점으로 가장 높은 점수를 보였으며, 심미성, 정보, 참여 순으로 이어졌다. 리멤버는 기능이 4.2점으로 가장 높았고, 심미성, 참여, 정보 순으로 순위를 형성했다. 이를 통해 블라인드와 리멤버는 각자의 점수는 다르지만, 기능성, 심미성, 정보, 참여 순으로 영역의 순서는 유사함을 알 수 있었다.

4가지 영역에 대한 객관적 질적 평가 점수는 3.7로 측정되었는데, 이는 3.0을 기준으로 만족스러운 평가라고 볼 수 있다. 따라서, 모든 영역이 만족스러운 평가를 받았습니다. 그러나 주관적 평가에서는 블라인드 3.0점, 리멤버 3.4점으로 객관적 평가 점수에 비해 낮게 측정된 점을 알 수 있었다.

[표 7] 블라인드와 리멤버 애플리케이션 질적 평가

[Table 7] Mobile Application Rating Scale Scores

이름	참여	기능성	심미성	정보	평균 점수	주관적 평가
블라인드	3.3	3.8	3.6	3.4	3.5	3.0
리멤버	3.7	4.2	4.0	3.7	3.9	3.4
평균	3.5 / 5.0	4.0 / 5.0	3.8 / 5.0	3.5 / 5.0	3.7 / 5.0	3.2 / 5.0

3.3 블라인드, 리멤버 애플리케이션 심층 인터뷰 결과

이 연구에 맞게 직장인 대상 커뮤니티 애플리케이션에 관련된 행동에 적용하며 질문을 구성하여 평가한 결과가 [표 8]에 제시되어 있다.

[표 8] 인식, 지식, 태도, 행동 변화의 의지, 도움 구하기, 행동 변화에 대한 애플리케이션의 영향

[Table 8] Effects of the apps on awareness, knowledge, attitudes, intention to change, help seeking, and behavior change

이름	인식	지식	태도	동기 부여	도움 요청	행동 변화
블라인드	3.0	3.2	3.0	2.7	2.5	2.9
리멤버	3.7	3.8	3.8	4.0	4.5	3.5
평균	3.3 / 5.0	3.5 / 5.0	3.4 / 5.0	3.3 / 5.0	3.5 / 5.0	3.2 / 5.0

블라인드는 도움 요청 2.5점, 동기 부여 2.7점, 행동 변화 2.9점으로 3.0점을 기준으로 만족스럽지 못한 것으로 평가되었다. 리멤버의 경우에는 인식 3.7점, 지식 3.8점, 태도 3.8점, 동기 부여 4.0점,

도움 요청 4.5점, 행동 변화 3.5점으로 모든 영역에서 만족스럽다는 것으로 측정되었다.

그 외에 심층 인터뷰 내용으로는 ‘블라인드는 사내의 이슈를 알기 위해서 접속한다’라는 의견이 다수였으며 리멤버는 ‘커뮤니티 서비스뿐만 아니라 명함정리 기능이 잘 되어 있어 우선으로 접속한다’라는 것과 ‘연봉 1억 배지를 가진 사용자가 댓글을 달 때는 상대적 박탈감을 느낀다’라는 의견이 있었다.

4. 결론

4.1 요약과 논의

이 연구는 국내 대표 직장인 커뮤니티 애플리케이션인 블라인드, 리멤버 애플리케이션에 대한 질적 평가를 시행했다.

두 애플리케이션은 직장인을 대상으로 서비스를 제공하며, 대상 연령은 청년부터 일반 성인이다. 주요 초점은 커뮤니티 애플리케이션이므로 행동 변화와 목표 설정에 집중하였으며, 이론적 배경과 기술적인 요소는 대부분 포함되어 있다. 두 애플리케이션은 기능성, 심미성, 정보, 참여의 순서로 평가되었으며, 객관적 평가에서는 모든 영역이 만족스러운 평가를 받았다. 그러나 주관적 평가에서는 객관적 평가에 비해 낮은 점수가 나타났다. 심층 인터뷰로 진행한 MARS의 인식, 지식, 태도, 동기 부여, 도움 요청, 행동 변화 항목에 대한 평가에서는 블라인드 애플리케이션에서 도움 요청(2.5점), 동기 부여(2.7점), 행동 변화(2.9점) 부분이 상대적으로 낮게 평가받았다.

블라인드의 경우, 회사 그룹웨어 메일을 통해 회원가입이 가능하므로 직장인들만이 해당 서비스를 사용할 수 있다는 신뢰성을 갖고 있다. 하지만 근무하는 회사에서 그룹웨어 메일을 제공하지 않는 직장인은 블라인드에 가입할 수 없다는 한계점이 존재한다. 그에 반해 리멤버는 간편한 로그인 절차로 자유롭게 직장인들이 가입할 수 있다.

4.2 연구의 의의와 한계점

이 연구는 MARS를 통해 애플리케이션의 질적 평가를 체계적으로 수행하여 직장인 커뮤니티 애플리케이션의 특성을 검토할 수 있고, 보안이 필요한 요소를 파악할 수 있었다. 또한, 4가지 차원의 객관적인 영역과 주관적인 질 평가를 통해 애플리케이션을 평가할 수 있었다. 그러나 해당 연구는 피험자의 표본 수의 한계가 있음을 밝힌다. 또한, 성별, 거주 지역, 직업군에 따라서 피험자의 응답 결과가 다를 수 있음을 고려해야 한다.

향후 이 연구는 직장인을 대상으로 제공하는 커뮤니티 서비스를 개발하는 데 고려해야 할 정보를 제공할 수 있을 것으로 기대한다.

References

- [1] H. A. Kim, "8 out of 10 Samsung, SK, and Hyundai Motor"...Office worker anonymous app 'Blind' is popular", edaily.co.kr, <https://www.edaily.co.kr/news/read?newsId=02751926635515112&mediaCodeNo=257&OutLnkChk=Y>, (accessed May 30, 2023).
- [2] Naver Korean Dictionary, "Community", ko.dict.naver.com, <https://ko.dict.naver.com/entry/koko/0ee4d8fe100d4dabbc95b088e3acb0ac>, (accessed September 21, 2024).
- [3] Apple App Store, "Blind", apps.apple.com, <https://apps.apple.com/kr/app/%EB%B8%94%EB%9D%BC%EC%9D%B8%EB%93%9C-blind/id737534965>, (accessed September 21, 2024).
- [4] Apple App Store, "Remember", apps.apple.com, <https://apps.apple.com/kr/app/id840553277>, (accessed September 21, 2024).
- [5] H. Zhang, T. S. Gil, E. Kang, "A feasibility study of Korean Mobile Application Rating Scale (MARS) for evaluating the quality of blood pressure management apps", *Korean Journal of Health Education Promotion*, vol. 35, no. 3, September 2018, pp. 41-51.
- [6] S. R. Stoyanov, L. Hides, D. J. Kavanagh, P. Zelenko, D. Tjondronegoro, M. Mani, "Mobile app rating scale: A new tool for assessing the quality of health mobile apps", *Journal of Medical Internet Research*, vol. 3, no. 1, March 2015, pp. e27.
- [7] Y. W. Kim, "Content Analysis and Quality Evaluation of Skin Healthcare Mobile Application Using the Mobile Application Rating Scale(MARS)", Master's thesis, Department of Health Administration, Graduate School of Gongju University, Republic of Korea, 2021. [Online]. Available: <http://www-riss-kr.libproxy.hongik.ac.kr/link?id=T15894150>.
- [8] J. H. Park, H. Y. Park, J. H. Park, "Qualitative evaluation of lifestyle management apps using the Korean Mobile Application Rating Scale (MARS)", *Journal of Rehabilitation Welfare Engineering & Assistive Technology*, vol. 14, no. 2, May 2020, pp. 134-141, doi: 10.21288/resko.2020.14.2.134.
- [9] H. CH. 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.
- [10] H. J. An, S. I. Kim, "Evaluation for User Experience about Social Dating Mobile Application Service in Korea", *The Society of Digital Policy and Management*, vol. 15, no. 3, March 2017, doi: 10.14400/JDC.2017.15.3.335.