

# MZ세대를 위한 명상 애플리케이션의 사용자 경험 분석 : 캄, 헤드스페이스, 코끼리 중심으로

## A User Experience Analysis of Meditation Application for Generation MZ: Focusing on Calm, Headspace, Kokkiri

최승용<sup>1</sup>, 김승인<sup>2\*</sup>

Seung Yong Choi<sup>1</sup>, Seung In Kim<sup>2\*</sup>

### 요약

본 연구는 명상 애플리케이션에 대한 MZ세대의 사용자 경험을 확인하고, 이를 통해 '캄', '헤드스페이스', '코끼리'를 분석하여 명상 서비스의 개선을 제안하는 데 목적이 있다. 코로나19 이후 사회 및 경제 상황으로 인하여 MZ세대는 정신 건강의 악화를 겪고 있어 이를 스스로 개선하기 위한 관심이 높아지고 있다. 이에 선행 연구를 통해 명상 애플리케이션에 관한 사용자 경험 요인 5가지를 도출하였다. 또한, MZ세대를 대상으로 도출된 사용자 경험 요인에 관하여 심층 인터뷰를 진행하고 명상 애플리케이션 '캄', '헤드스페이스', '코끼리'를 분석하였다. 분석 결과 첫째, 명상 콘텐츠는 최소한의 단계를 거쳐 실행되어야 한다. 둘째, 다양한 테마의 콘텐츠가 갖춰져 있어야 한다. 셋째, 애플리케이션을 활용하여 상호성을 향상시켜야 한다. 넷째, 사용자들이 명상에 대한 지속성을 유지할 수 있어야 한다. 본 연구는 MZ세대의 명상 애플리케이션의 사용자 경험에 관한 연구의 기초 자료로써 활용되기를 기대한다.

핵심어 : 명상, 애플리케이션, MZ세대, 사용자 경험, 콘텐츠

### Abstract

The purpose of this study is to investigate the user experience of the MZ generation with meditation applications and, through the analysis of 'Calm', 'Headspace', and 'Kokkiri', propose improvements to meditation services. Due to the social and economic conditions following COVID-19, the MZ generation is facing a decline in mental health, increasing their interest in self-improvement. Through preliminary research, five user experience factors related to meditation applications were identified. In addition, in-depth interviews were conducted with the MZ generation regarding the identified user experience factors. The meditation applications 'Calm', 'Headspace', and 'Kokkiri' were also analyzed. The analysis results revealed, firstly, that meditation content should be executed through minimal steps. Secondly, a variety of themed content should be available. Thirdly, the application should enhance reciprocity. Fourthly, users should be able to maintain continuity in their meditation practice. This study is expected to serve as foundational

1 Department of Digital Media Design, Hongik University, IDAS, Seoul, Korea [Graduate Student]  
e-mail: 2hdistance@naver.com

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

Received(June 3, 2025), Review Result(1st: June 20, 2025, 2nd: July 17, 2025), Accepted(August 15, 2025), Published(August 31, 2025)



© 2025 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/>.

information for research on the user experience of meditation applications among the MZ generation.

Keyword : Meditation, Application, User Experience, Generation MZ, Contents

## 1. 서론

본 연구는 명상 MZ세대가 기대하는 명상에 관한 사용자 경험을 토대로 애플리케이션을 분석하기 위한 연구이다. 코로나19 확산 이후 사회적 거리두기 확장과 일상생활의 변화가 생기면서 세계적으로 불안이나 우울을 느끼는 코로나 블루(Corona Blue)가 증가하였다. 경제협력개발기구(Organisation for Economic Co-operation and Development, OECD)에서 코로나 전과 2020년의 불안과 우울증 유병률을 조사한 결과 코로나19 이후 불안 및 우울증 유병률이 증가하였으며, 한국의 불안 유병률은 29.5%, 우울증 유병률은 36.8%로 나타났다 [1]. 남인순 더불어민주당 의원실에서 받은 국민건강보험공단의 자료에 의하면 국내 우울증 진료 인원 현황이 2018년 75만 2,976명에 비해 2022년 100만 744명으로 증가하였다. 특히 전체 집단에서 20대 여성이 12만 1,534명(12.1%)으로 가장 많았으며 2018년에 비해 두 배 이상(110.7%) 증가하였다 [2]. 최근 코로나 후유증과 경기 악화 등으로 그 추세는 지속할 것으로 전망된다.

코로나19 확산 이후 정신 건강 이상에 대한 해결책으로 명상에 관한 관심사가 증가하고 있다. 미국질병통제예방센터(CDC) 산하 국립보건통계센터(National Center for Health Statistics)에 따르면 명상을 한 미국 성인은 2012년 4.1%에서 2017년 14.2%로 증가하였으며, 코로나19 이후 정서적 안정의 방법으로 명상이 도움이 될 수 있다 [3]. 코로나19로 인한 사회적 거리두기로 인하여 온라인 명상이 관심이 높아지게 되었고, 미국 실리콘 벨리의 여러 디지털 헬스케어 기업들은 문제를 해결하기 위해 명상에 관한 애플리케이션을 출시했다. 월스트리트저널의 기사에 따르면 명상 애플리케이션이 2,000개 이상 증가했다 [4].

이에 본 연구는 명상에 관심이 높아진 MZ세대가 애플리케이션 이용자로서 기대하는 사용자 경험 요인을 확인하고 현재 시중에 출시된 ‘캄’, ‘헤드스페이스’, ‘코끼리’ 앱을 중심으로 분석 연구하여 개선점을 도출하고자 한다.

## 2. 이론적 배경

### 2.1 명상의 정의 및 효과

명상이란 마음의 고통으로부터 인간을 해방시켜 아무런 왜곡 없는 순수한 마음 상태로 돌아가는 실천이라는 의미가 있다 [5]. 명상의 효과에 관한 관심이 지속되고 있다. 2018년 하버드 메디컬 스쿨(HMS)과 매사추세츠 종합병원(MGH)이 진행한 임상 연구에 따르면 과민성 대장 증후군, 섬유

근육통, 불안, 우울증, 외상 후 스트레스 등 신체적, 정신적 다양한 질환에 효과가 있음이 나타났다 [6]. 2020년 국내 대학교 학생들을 대상으로 진행된 연구에서도 명상을 통해 분노 반추가 줄어들고 우울감이 향상됨을 확인하였다 [7]. 명상의 유형에는 여러 가지가 있으며 특히 불교 등 동양에서 기원한 명상의 영향을 받아 서양에서 개발된 마음챙김 명상(mindfulness meditation)이 활발히 활용되고 있다 [8].

## 2.2 MZ세대의 정신 건강

MZ세대란 1980년대 초-2000년대 초 출생한 밀레니얼 세대(Millennials)와 1990년대 중반-2000년대 초반 출생한 Z세대(Generation Z)를 통칭한다. 디지털 환경에 익숙한 MZ세대는 모바일을 자주 사용하고, 최신 트렌드와 남과 다른 이색적인 경험을 추구하는 특징을 보인다. 특히 MZ세대는 집단보다는 개인의 행복을 중시하는 경향을 보인다 [9]. 이러한 MZ세대의 정신 건강은 현재 취약한 것으로 보인다. 웰스경향 2022 서울 청년 실태조사에 따르면 서울 청년 10명 중 8명(78.1%)이 2년 새 우울증 등 마음 고통을 경험하였다고 응답했다 [10]. 경기연구원의 보고서에 따르면 지난 1주일 동안의 행복 수준에 대해 X세대는 74.9%가 행복했다고 응답했지만, M세대는 72.2%, Z세대는 65.3%로 낮았다. 최근 코로나19 등으로 인한 생활의 제약과 경제 악화로 MZ세대의 우울함이나 스트레스와 같은 정신 건강에 영향을 끼친 것으로 보인다 [11].

## 2.3 MZ세대의 명상 활동

MZ세대는 자신의 정신 건강에 관한 관심이 높아 명상에 적극성을 보인다. 대학내일20연구소의 조사 결과에 따르면 MZ세대 10명 중 7명(70.9%)은 정신 건강 및 스트레스 관리가 필요하다고 응답했으며, 심리 전문가에게 도움받고 싶은 활동에 대해 1개 이상 응답한 MZ세대가 74.2%로 나타났다. MZ세대들의 35.7%는 정신 건강 및 스트레스 관리 활동으로 생각을 비우고 차분해질 시간을 갖는 활동을 한다고 응답했다 [12]. 국내 명상 애플리케이션 ‘마보’의 보고서에 따르면 실제 사용자 중 MZ세대들이 명상 세션과 참여 시간 면에서 다른 세대를 앞서고 있다 [13].

## 2.4 명상 애플리케이션

본 연구에서는 국내외 명상 애플리케이션 시장과 서비스 현황을 참고하여 [표 1]과 같이 글로벌 2개 사, 국내 1개 사, 총 3개 사를 선정하였다 [14-16].

[표 1] 명상 애플리케이션

[Table 1] Meditation Application

| 애플리케이션 | 가입자         | 내용                              |
|--------|-------------|---------------------------------|
| 캠      | 5 million   | 글로벌, 풍부한 사운드, 사진 이미지, 한국어 지원    |
| 헤드스페이스 | 3 million   | 글로벌, 다양한 콘텐츠와 커리큘럼, 그래픽 디자인, 소셜 |
| 코끼리    | 0.4 million | 국내, 한국 맞춤형 콘텐츠, 심플한 디자인         |

### 3. 연구 방법

#### 3.1 실험 대상 및 방법

본 연구는 명상에 관심은 있지만, 명상 애플리케이션을 사용해 보지 않은 MZ세대를 위한 명상 애플리케이션 사용자 경험을 조사하였다. 조사 기간은 2023년 12월 1일부터 12월 15일까지 각각 약 40분 동안 20~30대 남성 3명, 여성 3명, 총 6명을 대상으로 심층 인터뷰를 진행하였다. 심층 인터뷰 대상자의 인구 통계학적 특성은 [표 2]와 같다. 인터뷰를 진행하여 사용자 경험을 도출하였고, 이를 토대로 시중에 출시된 ‘캠’, ‘헤드스페이스’, ‘코끼리’ 세 가지 명상 애플리케이션을 분석했다.

[표 2] 심층 인터뷰 / 인터뷰 대상자 프로필

[Table 2] In-depth Interview / Interviewee Profile

| 참가자 | 나이 | 성별 | 직업    |
|-----|----|----|-------|
| A   | 24 | 여  | 취업준비생 |
| B   | 30 | 남  | 대학원생  |
| C   | 33 | 남  | 자영업   |
| D   | 37 | 여  | 일반사무직 |
| E   | 38 | 여  | 디자이너  |
| F   | 39 | 남  | 관리직   |

#### 3.2 명상 애플리케이션 사용자 경험 요인에 관한 선행 연구

본 연구는 심층 인터뷰를 위해 명상 애플리케이션과 MZ세대의 특성에 맞는 사용자 경험 요인을 도출하는 선행 연구를 진행하였다. 사용자 경험 판단에 유용한 피터 모빌(Peter Morville)의 허니콤 모델의 7가지 요인 중 사용성(Usable), 매력성(Desirable) 2가지를 선별하였다. 또한, 명상과 관련된 선행 연구를 통해 다양성(Diversity), 상호성(Reciprocity), 지속성(Sustainability)을 추가하여 총 5가지를 사용자 경험 요인으로 삼았다.

선행 연구 결과 추가된 3가지 요인은 다음과 같이 도출되었다. 먼저 다양한 명상 콘텐츠가 필요하다. 힐링 음악의 소리 명상은 일반 명상에 비하여 효과가 높은 것으로 나타났으며 [17], 우울 감소, 불안 완화, 스트레스 완화 등 명상의 목적에 따라 큰 효과를 보인 명상의 형태는 다르게 나타났다 [18]. 일반 명상의 성별에 따라 선호하는 목소리가 차이를 보이는 경향이 있었다 [19].

다음으로 명상에 관한 상호교류는 좋은 경험을 가지게 한다. 이 활동을 통해 솔직함으로 서로 마음을 공유하고 서로를 이해하며 지혜롭고 적절하게 표현하는 것을 배우게 된다. 좋은 경험을 바탕으로 지속해서 명상하고 싶은 마음이 생기는 경향을 보인다 [20].

마지막으로, 지속적인 명상은 효과의 증진을 가져온다. 명상 애플리케이션을 활용하여 스스로 명상을 꾸준히 수행한 집단은 그렇지 않은 집단보다 감각 자각, 삶의 만족, 수면의 질 등이 더 향상되는 효과를 보였다 [21]. 이에 따라 선행 연구 분석을 통해 추출한 사용자 경험 요인 정의는 [표 3]과 같다.

[표 3] 명상 애플리케이션 사용자 경험 요인

[Table 3] User experience factors of meditation application

| 요인  | 정의                                 |
|-----|------------------------------------|
| 사용성 | 명상 애플리케이션을 사용하는데 편리하고 간결하다         |
| 매력성 | 명상 애플리케이션의 디자인이 매력 있다              |
| 다양성 | 명상 애플리케이션에서 제공하는 콘텐츠가 다양하다         |
| 상호성 | 사용자를 위한, 사용자 간의 교류와 정보 제공이 원활하다    |
| 지속성 | 사용자가 지속해서 명상 애플리케이션을 사용하는 데 도움이 된다 |

## 4. 연구 결과

### 4.1 심층 인터뷰 결과

위에서 언급한 것처럼 사용성(Usable), 매력성(Desirable), 다양성(Diversity), 상호성(Reciprocity), 지속성(Sustainability)을 바탕으로 질문지를 구성하여 명상 애플리케이션 사용자 경험에 관한 심층 인터뷰를 진행한 결과는 다음과 같다.

#### 4.1.1 사용성(Usable)

사용성에서는 명상 애플리케이션의 실행과 콘텐츠 검색, 안정적 재생을 조사하였다. 연구 참가자들은 애플리케이션 열기부터 콘텐츠의 실행까지 최소 단계로 간편하게 사용할 수 있어야 한다는 의견이 대부분이었다. 즉 필요한 시간에 즉시 실행되어야 한다고 하였다. 또한, 공통으로 끊임없이 명상이 실행되는 것은 기본이라고 하였다. 애플리케이션을 새롭게 설치에 대한 불편을 느껴

기본적으로 설치되어 있지 않은 애플리케이션은 거부감이 든다는 소수 의견이 있었다. 사용성에 관한 인터뷰 결과는 [표 4]와 같다.

[표 4] 인터뷰 결과 : 사용성에 관한 답변

[Table 4] Interview Result : Answers about Usable

| 참가자 | 답변  |
|-----|---|
| A   | ‘애플리케이션을 새로 설치하기에 좀 그렇고, 저장공간을 차지하여 부담스러울 수 있을 것 같아요. [...] 어렵지 않고 간편해야 해요. 광고 때문에 방해되지 않았으면 좋겠어요.’ |
| B   | ‘애플리케이션을 새로 설치하고 회원가입 하는 것이 번거로워요. [...] 명상하고 싶을 때 눈감고 바로 시작했으면 해요. 두세 번 정도에 실행하면 바로 나왔으면 좋겠어요.’    |
| C   | ‘두 번 안에 시작되어야 합니다. 실행하면 바로 나와야 해요. 나이키 러닝 애플리케이션처럼.’  |
| D   | ‘하고 싶을 때 바로 시작할 수 있으면 좋을 것 같아요.’  |
| E   | ‘애플리케이션을 실행하고 쉽게 명상을 찾으면 했으면 해요.’   |
| F   | ‘애플리케이션을 열고 듣고 싶은 명상을 실행하는 것까지 두세 번 안에 이루어지면 좋을 것 같아요. 잘 실행되면 좋겠어요. 명상을 방해받고 싶지 않아요.’               |

#### 4.1.2 매력성(Desirable)

매력성에서는 애플리케이션의 디자인적 특성, 이미지, 콘텐츠 설명을 조사하였다. 연구 참가자들 대부분은 과한 디자인보다는 메뉴를 쉽게 확인할 수 있도록 잘 정리되고 심플한 디자인이 좋다는 의견이었으며, 위 의견에 덧붙여 참가자 취향에 따른 애플리케이션 분위기에 대한 소수 의견이 있었다. 공통으로 명상 콘텐츠에 대한 자세한 설명이 텍스트로 표시되면 좋다는 의견이 있었다. 매력성에 관한 인터뷰 결과는 [표 5]와 같다.

[표 5] 인터뷰 결과 : 매력성에 관한 답변

[Table 5] Interview Result : Answers about Desirable

| 참가자 | 답변  |
|-----|---|
| A   | ‘사실 디자인은 크게 중요하지 않아요. 잘 정리되어 있으면 좋겠어요. 명상 느끼기에 맞게 직관적인 창의적인 디자인으로 되어있으면 좋겠어요. [...] 명상에 대한 자세한 설명이 있으면 좋을 것 같아요.’ |
| B   | ‘실용성이 우선이에요. 사용하기 편리하게 단순하고 깔끔하면 좋을 것 같아요. 세련되고 깔끔하면 좋겠네요. 광고는 질색이에요.’  |
| C   | ‘잘 정리된 느낌이면 좋습니다. 자세한 설명도 같이 있으면 좋겠어요.’   |
| D   | ‘정리된 느낌이면 괜찮을 것 같아요. 명상 애플리케이션이니까 편안한 느낌이 있었으면 좋을 것 같아요. [...] 명상에 관한 설명이 있으면 도움이 될 것 같네요.’                       |
| E   | ‘메뉴의 분류를 잘 확인할 수 있는 디자인이었으면 좋겠어요. 명상 분위기를 내면 좋을 것 같아요. 타이포그래피나 적절한 자연 이미지로. [...] 콘텐츠의 자세한 설명은 나쁘지 않은 것 같아요.’     |
| F   | ‘군더더기 없이 세련되고 심플한 디자인이 좋아요. 쉽게 찾을 수 있도록. [...] 명상에 대한 자세한 설명이 있어서 어떤 콘텐츠인지 효과가 뭔지 알 수 있으면 해요.’                    |

### 4.1.3 다양성(Diversity)

다양성은 여러 테마의 명상 콘텐츠, 필요할 것 같은 콘텐츠, 새로운 콘텐츠 업데이트에 관하여 조사하였다. 많은 참가자는 일반 명상보다 힐링 음악, 수면 음악, ASMR, 주파수 등을 더 관심이 있다는 의견을 보였다. 또한, 신규 콘텐츠 업데이트에 대해 크게 기대가 없다는 의견이 많았다. 다양성에 관한 인터뷰 결과는 [표 6]과 같다.

[표 6] 인터뷰 결과 : 다양성에 관한 답변

[Table 6] Interview Result : Answers about Diversity

| 참가자 | 답변   |
|-----|--|
| A   | ‘명상과 음악에 관심이 있어요. 혼자 조용히 명상할 수 있는 특별한 음악이 있으면 좋겠어요. 기본적으로 다양한 명상이나 음악이 있으면 좋을 것 같네요. [...] 업데이트는 큰 기대가 없어요.’                                   |
| B   | ‘조용한 음악이나 명상 모두 관심 있어요. 주로 음악이나 ASMR을 이용할 것 같아요. 새로운 콘텐츠에 관심이 있지만, 제가 자주 이용하는 콘텐츠 하나만 있으면 될 것 같아요.’  |
| C   | ‘요즘 잠을 잘 자지 못하여서 잠을 잘 잘 수 있는 수면 음악에 관심이 높아요. 그 외 다른 콘텐츠가 있다면 다 이용해 볼 것 같긴 해요. 유명한 사람이 명상 콘텐츠에 참여했다면 적극 들어볼 듯합니다. [...] 업데이트 크게 신경 쓸 것 같진 않네요.’ |
| D   | ‘요즘 스트레스 때문에 힐링 음악에 관심이 있어요. 제 상황에 맞는 콘텐츠가 있는지가 중요해요. 그래서 업데이트는 중요하지 않지만, 저에게 맞는 콘텐츠를 찾을 수 있도록 기본적으로 되어있으면 좋겠어요.’                              |
| E   | ‘음악, 주파수, ASMR 여러 개에 관심이 있어요. 패턴화된 일반 명상은 쉽게 흥미가 떨어질 것 같아요. 새로운 콘텐츠를 확인할 수 있도록 자주 업데이트되면 좋을 것 같아요.’  |
| F   | ‘명상과 ASMR, 음악 등등 관심 있어요. 아마 상황에 따라 다르게 활용할 것 같아요. 아침에는 명상, 잠잘 때는 ASMR이나 음악. [...] 업데이트는 크게 신경 쓸 것 같지 않아요. 새로운 콘텐츠가 보이면 궁금하긴 하겠네요.’             |

### 4.1.4 상호성(Reciprocity)

상호성은 애플리케이션 내에서 사용자와 명상에 관한 커뮤니티 교류, 정보 제공, 온라인 집단 명상을 주제로 조사하였다. 크게 두 부류로 의견이 나뉘었다. 다른 사용자와 명상에 대해 교류하는 것은 필요 없다는 의견이 3명, 도움이 된다는 의견이 3명이 있었다. 다만 많은 참가자가 오프라인 명상에 관해 긍정적 의견을 내놓았다. 상호성에 관한 인터뷰 결과는 [표 7]과 같다.

[표 7] 인터뷰 결과 : 상호성에 관한 답변

[Table 7] Interview Result : Answers about Reciprocity

| 참가자 | 답변   |
|-----|--|
| A   | ‘커뮤니티처럼 사람들의 후기가 많이 참고될 것 같고, 서로 후기를 들으면 의지를 다지거나 다양한 방법을 알 수 있을 것 같아요.’ |

|   |   |
|---|---|
| B | ‘다른 사람을 신경 쓰지 않고 혼자 하는 것이 괜찮아요. 오프라인 모임이 있다면 한 번쯤 나가 볼 것 같아요.’              |
| C | ‘솔직히 공유는 필요가 없을 것 같아요. 오프라인 명상은 궁금하긴 합니다.’                                  |
| D | ‘콘텐츠에 대해 의견을 나눌 수 있는 커뮤니티나 댓글 기능이 있으면 좋을 것 같아요. 오프라인 소모임도 있으면 좋을 것 같긴 하네요.’ |
| E | ‘다른 사람과 공유도 해보고 싶고, 오프라인으로도 참여해 보고 싶어요. 체험으로 실제 느낄 수 있는 게 많을 것 같아요.’        |
| F | ‘크게 신경 안 쓰고 혼자 하는 것이 좋아요. 댓글 있으면 참고는 할 것 같아요.’                              |

#### 4.1.5 지속성(Sustainability)

지속성은 명상 애플리케이션의 기능이나 비용을 고려하여 계속 명상을 이어갈 수 있는지에 관하여 조사하였다. 모든 참가자가 지속적인 사용에 관하여 개인 맞춤형 서비스인 추천이나 기록, 자신의 상태 피드백에 대한 의견을 내놓았다. 반면 비용을 지급하는 것에 대해서는 저항적인 의견이 많았다. 매일 명상을 하는 것보다 필요를 느낄 때마다 할 것 같다는 소수 의견도 있었다. 지속성에 관한 인터뷰 결과는 [표 8]과 같다.

[표 8] 인터뷰 결과 : 지속성에 관한 답변

[Table 8] Interview Result : Answers about Sustainability

| 참가자 | 답변   |
|-----|--|
| A   | ‘매일은 아니고 필요할 때 명상 애플리케이션을 사용할 것 같아요 [...] 그런데 명상 애플리케이션에 제가 명상한 기록을 깔끔하게 잘 볼 수 있으면 많이 사용할 것 같아요. 보니까 비용이 많이 들어서 무료여야 사용을 고려할 것 같아요.’ |
| B   | ‘개인 맞춤 명상 추천이 있으면 좋을 것 같아요. 비용은 당연히 스트리밍 서비스 가격보다 낮아야 하고 콘텐츠가 괜찮다면 사용할 것 같네요.’   |
| C   | ‘명상에 관한 개인 기록을 확인할 수 있으면 괜찮을 것 같습니다. 나의 몸 상태 개선이나 수면 질 향상이나 우울 감소 이런 것들. 비용을 보면 사용하지 않을 것 같아요.’                                      |
| D   | ‘일상 애플리케이션처럼 사용할 수 있으면 좋겠어요. 나에게 맞춤 추천이라든지 나의 지수라든지 체계적으로 체크해 주고. 비용은 보통인 것 같은데 쓰기에는 고민이 될 것 같아요.’                                   |
| E   | ‘자동으로 저에게 맞는 콘텐츠를 추천해 주면 좋을 것 같아요. 중요한 것은 유튜브처럼 습관적으로 들어갈 수 있는 기능이나 이유가 필요할 것 같아요. 여러 플랫폼 비용과 사용 빈도를 비교하면 비싼 것 같아요.’                 |
| F   | ‘꾸준히 할 수 있도록 알람이 있으면 해요. 나에게 맞는 콘텐츠도 추천해 주면 좋을 것 같아요. 그리고 내가 했던 명상이나 기록을 쉽게 볼 수 있으면 좋겠어요. 이러한 기능들이 있으면 비용이 있어도 사용해 볼 것 같아요.’         |

#### 4.2 명상 애플리케이션 사용자 경험 요인 분석

앞서 심층 인터뷰를 진행하여 확인한 5가지 사용자 경험 요인을 바탕으로 명상 애플리케이션을 분석하였다. 먼저 명상 애플리케이션 ‘캠’은 사용성, 매력성, 다양성 요인이 잘 반영되어 있다. ‘캠’

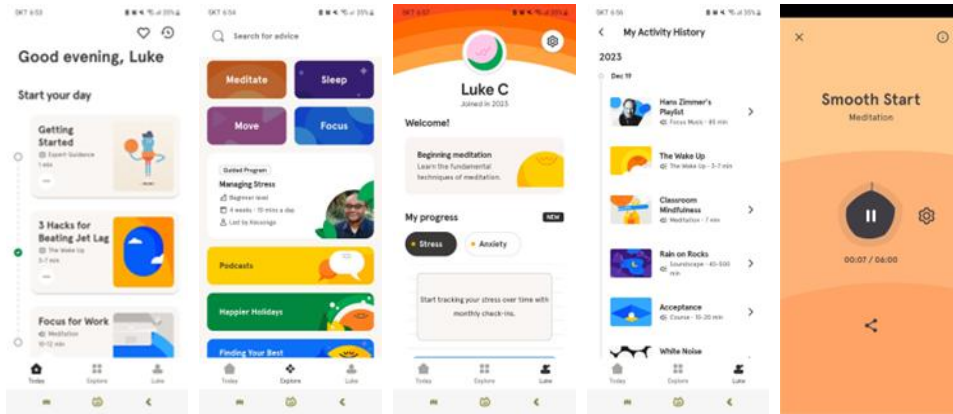
은 애플리케이션을 실행하고 빠르면 한 번, 최대 네 번의 단계 안으로 명상 콘텐츠에 접할 수 있다. 특히 일일 명상 콘텐츠나 수면 전용 메뉴를 활용하면 고민 없이 바로 명상을 실행할 수 있다. 전체적인 디자인은 사진 이미지를 기반으로 깔끔하고 잘 정리되어 있으며 차분한 분위기를 띤다. 또한, 사용자가 각 콘텐츠를 이해할 수 있도록 한 문장으로 설명하고 있다. 사용자가 이용할 수 있는 콘텐츠는 일반 명상, 자연 소리, 음악, 키즈, 호흡 등으로 다양하게 포함되어 있으며, 검색이나 메뉴 이동으로 쉽게 찾을 수 있다. 다만 ‘캠’은 기본적인 소셜 공유 기능 외에 상호성과 관련된 기능은 보이지 않았다. 반면 사용자를 위해 맞춤 명상 콘텐츠를 추천해 주고, 개인 명상 히스토리를 확인할 수 있으며 일기처럼 수면, 기분을 기록할 수 있다. ‘캠’ 애플리케이션의 세부화면은 [그림 1]과 같다.



[그림 1] 캠 애플리케이션

[Fig. 1] Calm application

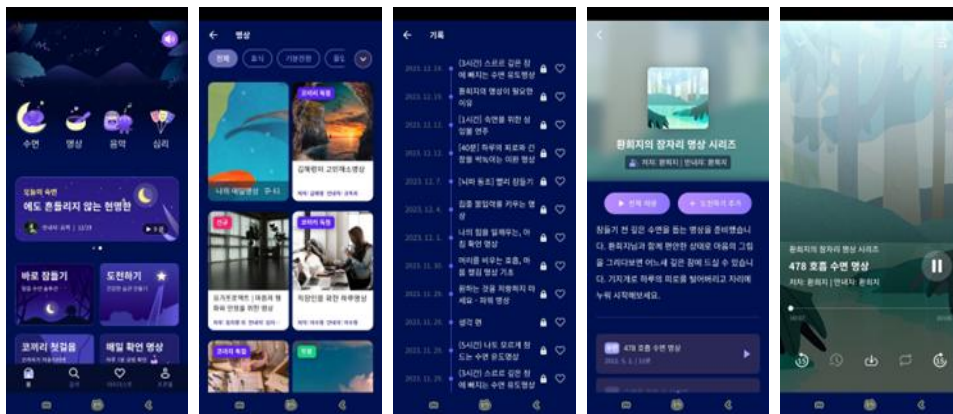
다음 애플리케이션인 ‘헤드스페이스’는 매력성, 다양성 요인이 잘 반영되어 있다. 사용성에서 ‘캠’보다는 한두 번 추가적인 단계를 진행하여야 명상을 들을 수 있다. 전체적인 디자인은 특유의 그래픽 기반으로 깔끔하게 잘 정리되어 있으며 따뜻한 분위기를 띤다. 콘텐츠에 대해 이해할 수 있도록 잘 설명하고 있지만, 실행 버튼을 누르기 전까지는 자세히 내용은 확인할 수 없다. 사용자가 이용할 수 있는 콘텐츠는 목적에 따라 세부적으로 분류하고 있으며 월등한 양을 보유하고 있다. ‘헤드스페이스’는 다른 애플리케이션과 다르게 기본적인 소셜 공유 기능 외에 온라인 그룹 명상을 주기적으로 사용할 수 있다. 하지만 이 기능 외에 상호성과 관련된 요인은 없어 사용자 간 교류 및 정보 제공의 강도는 약한 편이다. ‘헤드스페이스’도 ‘캠’과 같이 사용자를 위해 맞춤 명상을 추천해 주고, 명상 히스토리를 확인할 수 있으며 기분 기록을 할 수 있다. 다만 애플리케이션 중 유일하게 한국어 지원은 되지 않는다. ‘헤드스페이스’ 애플리케이션의 세부화면은 [그림 2]와 같다.



[그림 2] 헤드스페이스 애플리케이션

[Fig. 2] Headspace application

마지막으로 ‘코끼리’는 국내 명상 애플리케이션으로서 사용성, 매력성, 다양성 요인이 잘 반영되어 있다. 사용성에서 ‘카프’와 유사한 수준을 보인다. 전체적인 디자인은 복잡하지 않게 잘 정리되어 있으며 포근한 분위기를 띤다. 콘텐츠에 대해 이해할 수 있도록 자세히 설명하고 있다. 콘텐츠는 일반 명상, 음악, ASMR 등이 다양하게 포함되어 있다. 다만 ‘카프’와 같이 기본적인 소셜 공유 외에 상호성과 관련된 기능은 보이지 않았다. 사용자를 위해 콘텐츠를 추천해 주는 기능은 없지만, 명상 히스토리를 확인할 수 있는 기능은 있다. ‘코끼리’ 애플리케이션의 세부화면은 [그림 3]과 같다.



[그림 3] 코끼리 애플리케이션

[Fig. 3] Kokkiri application

공통으로 분석한 모든 명상 애플리케이션의 구독료는 5,000~7,000원 범주에 있으며 이 비용은 사용자 경험 요인인 지속성의 정도를 낮추는 원인이 되었다. 도출된 5가지 사용자 경험 요인을 바탕으로 명상 애플리케이션을 분석한 내용을 기호로 표시한 결과는 [표 9]와 같다. 사용자 경험 요

인이 애플리케이션에 모두 잘 반영된 경우 ‘◎’, 부족하거나 반영되어 있지만 미흡한 경우 ‘○’, 반영되지 않은 경우 ‘-’로 표시하였다.

[표 9] 명상 애플리케이션 분석 결과

[Table 9] Meditaion Application Analysis Results

| 구분  | 캠 | 헤드스페이스 | 코끼리 |
|-----|---|--------|-----|
| 사용성 | ◎ | ○      | ◎   |
| 매력성 | ◎ | ◎      | ◎   |
| 다양성 | ◎ | ◎      | ◎   |
| 상호성 | - | ○      | -   |
| 지속성 | ○ | ○      | ○   |

## 5. 결론

본 연구는 MZ세대가 기대하는 명상 애플리케이션에 관한 사용자 경험 요인을 확인한 결과를 토대로 3가지 명상 애플리케이션을 다음과 같이 분석할 수 있었다.

첫째, 명상 콘텐츠는 최소한의 단계를 거쳐 실행되어야 한다. 연구에 참여한 MZ세대들은 자신이 원하는 콘텐츠까지 불필요한 과정이 없이 즉시 접할 수 있는 것을 선호했다. 이와 연관된 측면에서 다양한 콘텐츠를 쉽게 찾을 수 있도록 깔끔하게 정리된 애플리케이션 디자인을 우선시했다. 따라서, 원하는 콘텐츠를 정확하고 빠르게 찾을 수 있도록 디자인을 구성하고, 자주 듣거나 좋아하는 명상 콘텐츠를 바로 확인할 수 있도록 하는 것이 필요하다.

둘째, 다양한 테마의 콘텐츠는 갖추어야 한다. 사용자의 기호와 상황에 따라 원하는 콘텐츠가 다르며 기분에 따라 효과를 나타내는 명상의 종류도 다르다. 인터뷰 결과에 따르면 일반 명상, 음악, 주파수 등 연구 참가자에 따라 선호하는 콘텐츠가 다르다. 특히 일반 명상보다 음악이나 주파수, 소리에 관심이 높으며, 자신에 맞는 특별한 명상 음악 콘텐츠를 원하는 예도 있다. 사용자들은 자신에게 맞는 콘텐츠를 찾기 때문에 여러 명상의 종류를 기본적으로 구성할 필요가 있다.

셋째, 애플리케이션을 활용하여 상호성을 향상시켜야 한다. 연구 참가자 과반은 명상 콘텐츠나 경험에 대한 사용자 간 정보 교류, 오프라인 명상을 긍정적으로 보았다. 비교 분석한 모든 애플리케이션은 상호성에서 미약한 결과를 보인다. 따라서, 단순 소셜 공유 외에도 사용자들이 콘텐츠의 후기 공유, 커뮤니티, 온라인과 연계된 오프라인 그룹 명상 등 이와 유사한 기능적인 방안이 필요하다.

넷째, 사용자들이 명상에 대한 지속성을 유지할 수 있어야 한다. 인터뷰 결과에 따르면 대부분 맞춤형 추천이나 상태에 대한 피드백, 기록을 중요하게 생각하고 있었고 동시에 비용에 대한 강한 부담감이 있었다. 특히, ‘유튜브’를 비롯한 서비스 플랫폼과 비교하게 되어 지속적으로 사용하지

않게 된다. 분석한 애플리케이션 모두 MZ세대들에게 있어 사용을 유지하기 어렵게 만든다. 따라서, 지속성을 높일 수 있도록 성향과 상태를 파악하여 정확성 있는 알고리즘을 활용한 맞춤형 추천, 개인 피드백 프로그램, 자동 상태 기록 등 명상과 관련된 서비스와 기능적인 방안이 필요하다.

본 연구는 사용성, 매력성, 다양성, 상호성, 지속성을 기준으로 MZ세대를 위한 명상 애플리케이션의 사용자 경험 요인을 분석하고 방안을 제시했다는 점에서 큰 의의가 있다. 그러나 연구 대상이 소수인 점과 분석한 3개 외에 2,000개 이상의 명상 애플리케이션이 존재한다는 점에서 연구 결과를 객관화하는 데 한계가 있다. 따라서 추후 본 연구를 기반으로 다양한 명상 애플리케이션을 대상으로 한 후속 연구가 진행되기를 바란다. 또한, 명상 애플리케이션을 사용하기 전과 후에 대한 MZ세대의 사용자 경험 변화에 관한 추가 연구가 필요하다. 이러한 연구를 통해 더 효과적인 명상 애플리케이션 개발과 사용자 경험 개선에 기여할 수 있을 것이다.

## References

- [1] OECD, “OECD policy responses to coronavirus (COVID-19). Tackling the mental health impact of the COVID-19 crisis: An integrated, whole-of-society response”, [oecd.org, https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/tackling-the-mental-health-impact-of-the-covid-19-crisis-an-integrated-whole-of-society-response-0cca0b/](https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/tackling-the-mental-health-impact-of-the-covid-19-crisis-an-integrated-whole-of-society-response-0cca0b/), (accessed December 20, 2023).
- [2] H. M. Seo, “In 2022, the number of depression patients exceeded one million”, [h21.hani.co.kr, https://h21.hani.co.kr/arti/society/society/54482.html](https://h21.hani.co.kr/arti/society/society/54482.html), (accessed December 20, 2023).
- [3] NCCIH, “Meditation and Mindfulness: What You Need To Know”, [nccih.nih.gov, https://www.nccih.nih.gov/health/meditation-and-mindfulness-what-you-need-to-know](https://www.nccih.nih.gov/health/meditation-and-mindfulness-what-you-need-to-know), (accessed December 20, 2023).
- [4] G. An, “More Americans are meditating than ever before, as mindfulness goes mainstream”, [Beyond Apartment\(beyondapartment.kr\), https://beyondapartment.kr/%EB%B0%A9-%EC%95%88%EC%97%90%EC%84%9C-%EC%84%B8%EC%83%81%EC%9D%84-%EA%B2%BD%ED%97%98%ED%95%98%EB%8A%94-%EC%8B%9C%EA%B0%84-%EB%AA%85%EC%83%81/](https://beyondapartment.kr/%EB%B0%A9-%EC%95%88%EC%97%90%EC%84%9C-%EC%84%B8%EC%83%81%EC%9D%84-%EA%B2%BD%ED%97%98%ED%95%98%EB%8A%94-%EC%8B%9C%EA%B0%84-%EB%AA%85%EC%83%81/), (accessed December 20, 2023).
- [5] J. S. Park, “Meditation”, [naver.com, https://terms.naver.com/entry.naver?docId=2094123&cid=41991&categoryId=41991](https://terms.naver.com/entry.naver?docId=2094123&cid=41991&categoryId=41991), (accessed December 20, 2023).
- [6] A. Powell, “When science meets mindfulness”, [news.harvard.edu, https://news.harvard.edu/gazette/story/2018/04/harvard-researchers-study-how-mindfulness-may-change-the-brain-in-depressed-patients/](https://news.harvard.edu/gazette/story/2018/04/harvard-researchers-study-how-mindfulness-may-change-the-brain-in-depressed-patients/), (accessed December 20, 2023).
- [7] W. K. Lee, “Effect of online-based short-term mindfulness meditation to enhance counseling competency of counseling psychology majoring students”, *Journal of Next-generation Convergence Information Services Technology*, vol. 11, no. 4, August 2022, pp. 387-396, doi: 10.29056/jncist.2022.08.04.
- [8] H. J. Huh, S. B. Han, Y. N. Park, and J. H. Chae, “Clinical Implication of Meditation in Psychiatry : Focused on Mindfulness Meditation”, *Journal of Korean Neuropsychiatric Association*, vol. 54, no. 4, August 2015, pp. 406-417, doi: 10.4306/jknpa.2015.54.4.406.

- [9] PMG knowledge engine lab, “MZ generation\_Current Affairs and Common Knowledge Dictionary”, naver.com, <https://terms.naver.com/entry.naver?docId=5900733&cid=43667&categoryId=43667>, (accessed December 20, 2023).
- [10] J. W. Yang, “Among 10 young people in Seoul, 8 show 'warning signs' of mental health issues, including depression”, K-health.com, <https://www.k-health.com/news/articleView.html?idxno=58605>, (accessed December 20, 2023).
- [11] J. K. Ryu, “To take a closer look at the MZ generation”, Gyeonggi Research Institute, Gyeonggi-do, Korea, No. 479, December 2021. [Online]. Available: [https://www.gplib.kr/poc/www/grv\\_list.do?key=1903277611007&gorvKey=1904188288500&parentKey=1904188279648&order=2](https://www.gplib.kr/poc/www/grv_list.do?key=1903277611007&gorvKey=1904188288500&parentKey=1904188279648&order=2).
- [12] Y. B. Son, “The MZ generation, desiring mental health management, still lacks specialized care”, 20slab.org, <https://www.20slab.org/Archives/37962>, (accessed December 20, 2023).
- [13] H. J. Shin, “The MZ generation, routines, and self-compassion meditation lead the trend in domestic meditation, still lacks specialized care”, ejanews.co.kr, <https://www.ejanews.co.kr/news/articleView.html?idxno=301556>, (accessed December 20, 2023).
- [14] D. Curry, “Headspace Revenue and Usage Statistics (2023)”, businessofapps.com, <https://www.businessofapps.com/data/headspace-statistics/>, (accessed December 20, 2023).
- [15] D. Curry, “Calm Revenue and Usage Statistics (2023)”, businessofapps.com, <https://www.businessofapps.com/data/calm-statistics/>, (accessed December 20, 2023).
- [16] M. J. Kim, “The operator of the meditation app 'Kokkiri,' Maeumsueop, attracts a pre-A investment of 800 million won”, platum.kr, <https://platum.kr/archives/165037>, (accessed December 20, 2023).
- [17] H. J. Yun, S. H. Lee, M. H. Han, and H. K. Park, “The Comparative Analysis of Meditation Effects”, *Culture and Convergence*, vol. 42, no. 11, November 2020, pp. 163-188, doi: 10.33645/cnc.2020.11.42.11.163.
- [18] H. M. Ryu, and K. C. Jung, “A Meta-analysis on the Intervention Effects of Various Meditation Types, such as Yoga, Buddhism, Mindfulness, and Combined-related Meditation”, *Journal of Arts Psychotherapy*, vol. 10, no. 3, September 2014, pp. 1-17.
- [19] J. Y. Chun, and W. K. Lee, “AI voice and mindfulness preference Survey for meditation app development for adolescents”, *Journal of Next-generation Convergence Information Services Technology*, vol. 11, no. 2, April 2022, pp. 175-183, doi: 10.29056/jncist.2022.04.06.
- [20] S. H. Lee, and M. A. Cho, “The Case Study about the effectiveness of Mindfulness Meditation Group Counseling Program on the Stress Response and Emotional Regulation of Middle School Girl Students”, *Korean Journal of Counseling: Case Studies and Practice*, vol. 4, no. 1, July 2019, pp. 23-46, doi: 10.15703/kjccsp.4.1.201907.23.
- [21] W. S. Kim, and M. A. Kim, “Development of a Meditation Application as an Assistance Tool for Meditation-Based Interventions”, *Journal of the Korea Contents Association*, vol. 18, no. 9, September 2018, pp. 441-453, doi: 10.5392/JKCA.2018.18.09.441.