http://dx.doi.org/10.15813/kmr.2018.19.3.010

4차산업시대에 상담코칭전문가의 인식에 관한 현상학적 연구[1]

A Phenomenological Study on the Recognition of Counseling & Coaching Experts in the Fourth Industrial Age

최 정 헌 (JungHun Choi) KC대학교[2]

ABSTRACT

The purpose of this study is to help Counseling & Coaching(C&C) service and marketing by understanding C&C professionals' perception about the fourth industrial age. The qualitative research method of phenomenology was utilized in this study. In-depth personal interviews of 5 C&C Specialist with more than 10 years of experience in the C&C service setting were conducted using the records from May, 2018 to July, 2018. Content analysis was done using the Colaizzi' phenomenological method. The results based on the data analysis, 20 descriptive statements and 5 themes were confirmed. The 5 themes were as followed; 'A growing interest', 'Psychological burden of change' 'New hope through convergence', 'Do not move to action', and 'Think about new strategies'. This study helps to recognize counseling coaching professionals who are preparing for the fourth industrial age. The results can be used as a starting point for identifying the knowledge ecosystem and activating the counseling coaching service in the fourth industrial age.

Keywords: fourth industrial age, Counseling & Coaching Experts, Colaizzi' phenomenological method, knowledge ecosystem.

1. 서론

Klaus Schwab(2016)은 세계경제포럼(WEF)에서 "제4차 산업혁명은 이전 혁명과 달리 그 발전 속도, 영향 범위, 사회 전체 시스템에 커다란 충격을 준다는 점에서 우리의 삶과 사회, 경제, 문화 전반에 큰 변화를 일으킬 것"이라고 했다. 이 시대의 가장 큰 특징은 인공지능을 중심으로 자동화와 연결성을 더욱 극대화하는 것이다(UBS, 2016). 핵심기술인 인공지능이 데이터 수집, 저장, 분석을 통해 내가 원하는 검색결과를 압축적

[1] 논문접수일: 2018년 7월 26일; 1차 수정: 2018년 8월 23일; 게재확정일: 2018년 8월 27일.

[2] 교신저자

으로 제공, 선택비용을 줄여주며 개인의 취향에 최적화된 가치를 제공한다. 4차 산업혁명은 생산과 소비가 결합되며 경험경제라는 소비혁명으로 이어져 공급이 수요를 창출한다. 더 이상 소비자가 수동적이지 않으며 획일화된 제품과 서비스에는 흥미를 느끼지 않는다. 소비자가 직접 자신이 구매할 제품 생산과 판매에 관여하는 새로운 소비 방식이 나타난다. 또한, 디지털화(digitalization), 플랫폼 노동자(Platform worker) 등 전 세계 모든 노동 환경을 변화시키며 4차 산업혁명 기술들이 일하는 방식에 많은 영향을 미치고 있다(박성원, 2017; 이종화, 이현규, 2018). 공유경제, 블록체인시스템 등 온디맨드 기반의 플랫폼 비즈니스는 수요자와 공급자가 필요시에 즉각 거래가 이루어지는 특성상 유연함이 전제가 되며, 이는 임시계약 노동수요를 야기할 것으로 예상된다(이은민, 2016).

이렇게 급격한 변화가 예상되는 가운데 우리나라는 경제 규모 세계 10위권을 유지하고 있지만 4차 산업혁명 적응 준비가 국가 순위로는 25위로 나타났다(한국지역정보개발원, 2017). 이는 스위스 1위, 미국 5위, 일본 12위, 대만 16위 등에 뒤이은 결과이다(이희주, 2017). 이러한 국가적인 적응 준비 역량을 경제규모 이상으로 끌어 올릴 필요가 있다. 그러기 위해서는 각 지식생태계를 구성하고 있는 노동시장과 직업군들은 빠르게 대처하고 준비할 수 있어야 한다. 특히 인간의 심리를 다루는 영역은 4차산업의 기술과 가장 접근하기 어려운 영역으로 인식되지만 기술이 발전하고 풍요로워 지는 만큼 반대로 인간 심리는 고독해 지고 소외 현상을 겪고 있는 사회적 현상을 볼 때, 보다 적극적으로 준비할 필요가 있다. 최근 DBpia 연구동향 리포트(2016)에 따르면, 한국사회는 거대한 심리치유 공장이라고 비유한다. 상위 200위 논문 중 20% 이상이 '감정'을 다루고 있다. 이성의 시대는 가고 감정의 시대가 도래했다고 보는 것이다. 정보화시대로 들어오면서 물질은 풍요롭고 속도는 빨라졌지만 정신은 빈곤해진다는 가설들을 반영해 주고 있다.

따라서 본 연구의 목적은 인간의 심리적 문제를 서비스해 주는 산업에 종사하는 상담코칭전문가의 4차산업 시대에 대한 인식을 질적으로 살펴 보고자 했다. 지금까지 4차산업 분야의 연구는 정책중심의 문헌연구로 주로 이루어졌다. 특히 지식생태계를 구성하는 직업군 및 전문가들의 인식에 관한 연구는 소수의 양적연구에 불과했다. 이러한 연구동향을 감안하여 본 연구는 소수의 표본 속에서 풍부한 개념을 도출할 수 있는 질적방법 중에서 Colaizzi의 방법론을 활용했다. 내용의 의미화와 주제의 범주화를 체계적으로 담아내는 데 용이하기 때문이다. 이러한 과정을 통해서 새로운 신기술과 급격한 변화에 어떻게 준비하고 있으며 미래의 노동시장과 지식생태계에서 살아 남기 위해서 어떤 전략으로 대처하고 있는지를 알 수 있다. 더 나아가 인공지능과 같은 혁신적 기술 시대에 필요한 상담코칭의 기술과 서비스 체계의 개발을 기대할 수 있다. 또한 이러한 연구의 과정은 상담코칭 산업이 지식생태계에서 어떤 의미를 제공하는지를 시사해 줄 수 있다. 비즈니스 생태계 이론 차원에서 경쟁 환경에서 산업이 살아남기 위한 경쟁력을 갖추기 위해 산업군과 내부 기업이 최적의 환경을 만들고 지속적으로 산업이 확장하기 위한 환경을 구성하는 복합체(Moore, 1993)라는 관점에서 상담코칭 산업의 잠재력과 가능성에 대한 시사점을 모색할 수 있다.

2. 문헌고찰

4차산업은 서비스 산업에도 변화를 가져다 준다. 그 중에 공유경제는 생산된 제품을 함께 공유하여 협력적 형태를 가진 소비경제 개념이 나타났다. 공유경제는 수요와 공급이라는 잣대가 기준이 되는 경제학적 접근이 아닌 나눔과 협력이 기준이 되는 산업이기에 기존의 기업 중심의 이윤 창출에 초점을 둔 틀에는 맞지 않는 것

이다(Botsman and Rogers, 2010; Irving, 2014; 김점산 외, 2014; 심수진, 2016). 공유경제라는 용어를 처음 사용한 Lessig(2008)에 의하면, 공유경제는 대량 생산 위주의 자본주의와는 상반되는 개념으로써, 생산된 제품을 여러 사람이 공유하고, 사용함으로 제품의 가치를 극대화 시키는 것이다. 예를 들면, 취업 준비생 및 대학생들을 위해 온라인에서 직업별, 업종별로 원하는 멘토를 찾아 상담 및 조언을 할 수 있는 소셜 멘토링 '잇다', 삶의 경험과 이야기를 공유하는 플랫폼 '위즈돔' 등이 있다.

또한 공급 중심이 아닌 수요가 모든 것을 결정하는 전략이라는 온디맨드 경제 개념이 있다. 거래에 당사자들이 제품과 서비스를 소유하지 않고 이용할 수 있으며, 디지털 플랫폼이 거래의 중개인 역할을 담당한다. 디지털 플랫폼은 충분히 활용되지 못한 자산들(자동차의 빈자리, 집의 남는 방, 거래 중개자, 배달이나 집수리를 위한 기술 등)을 효율적으로 사용하도록 만들어, 서비스를 추가로 제공할 때 발생하는 한계비용이 거의 제로에 가깝다는 특징이 있다. 이러한 이유로 디지털 플랫폼은 자산을 활용하여 거래를 하거나 서비스를 제공할 때 발생하던 거래비용이나 마찰비용을 크게 감소시켜, 참여자 모두에게 경제적 이익을 주게 된다. 세계에서 가장 큰 택시 기업인 우버는 소유하고 있는 자동차가 없고, 세계에서 가장 큰 숙박 제공업체 에어비앤비가 소유한 부동산이 없다는 사실은 디지털 플랫폼 비즈니스가 기존의 비즈니스와는 완전히 다른 형태임을 보여준다. 온디맨드 경제는 차량, 숙박, 배달, 청소 등 단순노동 서비스로 확장되어 진행되고 있으며, 최근에는 법무 및 컨설팅 등 전문인력 서비스 분야에도 적용되고 있다(WEF, 2016).

4차 산업혁명은 상담 서비스와 기술에도 많은 영향을 줄 것이라고 예상한다. 상담코칭 분야는 인간의 심리와 행동을 주제로 다루는 지식경영 서비스이다. 4차 산업이 발달하면서 노동시장이 변하고 지식생태계도 변하게 되면 이에 따라 상담코칭 서비스도 새로운 전략과 모델들을 주장한 관점들이 나오고 있다. 첫째, 상담기술의 변화이다. 초연결사회 특징이 이 시대에는 모델중심주의가 약화될 것이다. 이미 개인상담 분야에서 성과연구(outcome studies)의 축적은 특별히 우월한 상담모델이 있다고 보기 어렵다는 결론을 도출했다. 그 결과, 개별 모델에 대한 강조가 아닌 모델 사이의 공통점에 주목하고 통합적 관점을 지향하는 공통요인(common factors)의 시대가 열리고 있다(Sprenkle et al. 2009; 박우철, 2018).

둘째, 빅데이터와 인공지능이 진단 및 치료를 주도할 수 있다. 예를 들어, 미국 Brigham Young 대학 연구진들은 PRN(Practice Research Network)이라는 이름의 글로벌 가족상담 데이터 네트워크를 구축하고 있다. 개별 클리닉이 각자의 임상 데이터를 구축하는 것을 넘어 전 세계의 클리닉이 초국가적 임상 데이터를 구축하는 것이다. 아직 이 프로젝트는 초기 단계지만 이것이 활성화될 경우 가족상담 분야에 서 빅데이터의 탄생이 가능해질지 모른다(박우철, 2018).

셋째, 상담센터의 운영 방식이다. 앰비언트 컴퓨팅(ambient computing)이라고 불리는 이 개인 비서는 사용자의 요구를 처리하기 위해 지속적으로 정보를 수집한다. 개인 비서는 사용자의 별도의 요청 없이도 사용자의 요구를 예측하여 적절한 순간에 도움을 제공할 수 있게 될 것이다. 별도의 사무원을 두지 않아도 되어 상담센터의 운영비용은 상당히 감소하고 창업이 용이해질 수 있다. 공유경제(sharing economy) 또한 상담센터 운영에 변화를 줄 수 있다. 예를 들어, 어떤 상담사가 인공지능 개인 비서를 두고 놀이치료실과 가족상담실을 소유하고 있다고 상상해 보자. 이 상담사는 자신이 상담 하지 않는 시간에 이 공간을 다른 상담사에게 저렴한 가격에 제공할 수 있다. 이는 상담센터에서 상담사를 고용하는 것이 아니라 단지 공간을 공유하는 것을 의미한다(박우철, 2018)

넷째, 웨어러블(wearable) 기기와 사물 인터넷(internet of things)은 상담기법에 혁신을 제공한다. 홍콩대학교의 경우 피부전도(skin conductance) 측정기기를 통해 부부가 갈등대화를 할 때 시시각각 변하는 아동의 생리 반응을 측정한다(Lee et al. 2010). 상담사는 내담자 가족들에게 웨어러블 손목시계와 안경을 대여한다. 손목시계 웨어러블 기기는 스트레스 지수가 높게 측정되는 날에 경고 메시지를 사용자에게 보내 오늘 가족관계에서 신경써야 할 중요 지침을 제공한다(박우철, 2018). 그 외, 블록체인을 활용한 코인으로 상담료를 지불한다든가, 가상현실에서 상담을 할 수 있든가, 뇌과학을 통해서 사람이 마음속에서 장면을 연상할 수 있으면 무의식도 과학적으로 접근할 수 있다. 뇌의 활성화를 통해서 기억을 재생하고 특정 장면을 떠오르게 하거나 사고를 유발하게 하면 인치치료 분야에도 혁신을 가지고 올 수 있다.

4차산업이라는 용어가 본격적으로 대두된 지는 불과 2,3년 정도 밖에 되지는 않지만 정책 차원에서 관련된 기관이나 학회에서는 정책관련 연구들을 거의 폭발적 수준으로 쏟아 내고 있다. 하지만 4차산업을 어떻게 시대적으로 인식하고 있고 준비하고 있는지에 대한 연구들은 아직은 찾아 보기 힘든 수준이다.

정경희, 송병섭(2017)은 4차산업에 대한 보조공학사들의 인식에 관한 연구를 했다. 보조공학사들은 '4차 산업혁명'이 재활분야에 긍정적인 영향을 미칠 것으로 인식하였으나, 이에 대한 이해 및 전문적 교육은 부족한 것으로 나타났다. 또한 보조공학사들은 언론매체를 통해 4차 산업혁명을 알게 되었고, 4차 산업혁명 시대를 대비해 모든 재활 전문가들의 역할과 역량이 중요하다고 인식하였다. 최현세, 이예진, 전소현(2017). 4차 혁명에 대한 국내 작업치료사들의 인식도 조사에 관한 연구에서 4차혁명이 일어나고 있는지에 대한 인식, 최신기술에 대한 활용도에 대한 긍정적 부정적 인식을 확인하고 더 나은 서비스를 제공하기 위하여 향후 최신기술들을 이용한 치료 중재에 대한 효율적인 연구와 활용도 높은 치료법 및 치료도구 개발 필요성에 대해서 제언했다. 김형순, 김혜영(2017)은 4차 산업혁명시대의 영어교사 미래준비도 연구에서 신기술에 대한 관심과 교사의 불안감, 그리고 미래 영어교육에 관한 인식과 전망에 대해서 연구했다. 교사들은 최신기술의 변화에 대한 호기심이나 영어교육과의 관련성에 대한 정보를 얻고자 하는 마음은 상당히 강하지만, 그것에 대해 배우고, 본격적인 논의를 하거나, 자신의 수업에 활용하는 데는 아직 관심이 미치지는 않는 것으로 분석했다. 김영숙(2017)은 4차산업 사회에서 영어교육 및 영어교사 교육이 지향할 방향에 대한 초등교사와 교사교육자의 인식을 설문을 통해서 연구했다. 조사 결과, 교사교육자와 초등교사들은 연구 문제에 대해 대체로 유사한 인식을 하고 있는 것으로 드러났다. 다만, 4차 산업혁명의 영향에 대해 교사교육자들은 그것이 영어 교육에 기회를 제공할 것으로 전망하는데 비해 초등교사 집단은 절반 정도의 응답자들이 위기를 초래할 것으로 분석했다. 남희은, 백정원, 이희윤, 임유진(2017)의 연구 장애인복지관 종사자의 4차 산업혁명 인식에 대한 탐색적 연구에서 4차산업에 대한 긍정적인 영향과 부정적 영향, 그리고 대응방안에 대해서 각각 분석했다.

위의 고찰에서 보듯, 4차 산업시대에 대한 인식 연구는 아직까지 활성화 되지 않았다. 주로 복지적 환경이나 교육 중심의 영역에서 몇몇 연구들이 진행되었다. 따라서 상담코칭의 영역에서 연구들은 거의 연구되지 않았다. 박우철(2018)은 4차혁명과 미래의 상담이라는 연구에서 상담산업을 전망하고 상담의 기술과 형식의 변화를 분석하고 그에 따른 상담의 철학적 논제들을 다루었다. 초연결사회 특징에 따른 상담모델의 대융합, 빅데이터와 인공지능의 활용, 사무원을 두지 않은 센터 운영 방식, 새로운 기기활용, 아날로그 회기 패턴을 보이는 내담자 등등의 가능성에 대해서 분석했다. 문진건(2018)은 인공지능 시대의 심리상담과 불교적 대안이라

는 문헌 중심의 연구에서 인공지능이 가져올 심리상담 분야의 변화와 인공지능 심리상담의 한계에 대해서 분석했다. 하지만 지금까지 4차산업의 인식에 관한 연구의 한계는 주로 정책 중심의 연구나 문헌중심으로 진행되었다는 점에서 찾을 수 있다. 연구의 수가 적어서 충분한 문헌고찰이 어려울 뿐만 아니라 주로 양적연구 형식으로 주로 진행이 되었다. 실증적인 차원에서 현장의 목소리를 직접적으로 담아내는 연구들은 거의 없었다. 또한 인간의 심리와 행동의 변화를 다루는 상담코칭이 영역에서는 아직 4차 산업에 대한 연구가 활발하게 진행이 되지 않았다. 따라서 본 연구에서는 상담코칭 현장에서 활발하게 활동하고 있는 연구의 참여자들을 대상으로 현상학적인 질적방법으로 진행했다.

3. 연구방법

본 연구에서 상담코칭 전문가들의 4차산업에 대한 인식도 하나의 사회적 현상이자 개인의 경험이다. 연구자는 같은 영역에 있는 그룹과 그에 따른 문화적 환경의 영향을 무시하지 못하기 때문에 드러난 것 이면의 깊은 민감성을 가지고 들여다 볼 수 있어야 한다. 따라서 본 연구에서는 의도적으로 적은 연구 대상자들의 대화 내용에 집중해 들어가기 위해서 질적 연구방법(Qualitative Research)을 활용하였다. 본 연구에서는 반-구조화된 형식으로 이미 질문지의 내용을 만들고 나서, 면담 도중에 더 필요한 내용이 있을 때, 추가로 질문을 하는 형식으로 가서 완전히 폐쇄적이지도 않고, 완전히 개방적이지도 않는 틀로 진행 했다.

연구의 참여자는 본 연구 취지에 동의한 5명의 참여자들이다. 연구의 대상자라고 하지 않고 참여자라고 하는 것은 연구에 수동적 관점이 아닌 주체자로서 능동적인 참여를 강조하는 의미에서 이다. 다음 <표 1>은 연구의 참여자들의 일반적인 특징이다.

본 연구의 참여자들은 수도권 지역에서 상담코칭 전문가로 활동하고 있다. 모두 센터를운영하면서 대표로 활동하고 있다. 대부분 연구자와 관련되어 있는 전문가 단체를 통해서 프로그램에 참여하는 등 관계가 형성이 되어 있거나 연구의 취지에 협조하는 참여자들로 동의를 얻었다. 참여자들의 연령대는 40대 2명, 50대 2명, 60대 1명으로 구성되었다. 여성은 3명, 남성 2명이며 모두 기혼자들이다. 교육의 정도는 박사과정 이상이며 전

<표 1> 연구참여자들의 일반적 특징

No	나이	성별	결혼	교육	전공	직업	분야	활동연수
1	50대	여	유	박사	상담학	센터소장	상담 놀이치료	18년
2	40대	남	유	박사	상담코칭학	센터실장	상담코칭	14년
3	50대	남	유	박사과정	코칭학	연구소대표	코칭	10년
4	40대	여	유	박사과정	사회복지 상담학	연구소대표	코칭	10년
5	60대	여	유	박사	상담학	센터원장	상담	20년

공은 상담학 또는 코칭학 관련 전공자들이다. 직업은 모두 상담 및 코칭연구소의 대표 또는 실장으로 상담센터나 코칭연구소를 경영하고 있다. 전문가 활동 기간은 모두 10년 이상 20년까지 현재 현직에서 활발하게 활동하고 있다.

연구의 시작은 18년도 2월부터 시작되어 7월까지 진행되었다. 질문지 형식은 '열려 있으면서도 닫혀 있는(opened & closed)' 형식인 '반-구조화된 면담'(semi-structured interview)을 취하였다. 여기에는 참여자에게 질문하여야 할 반구조화된 면담 지침과 개방적 형태의 질문이 먼저 실행된다(신경림, 2004). 연구자는 참여자에게 연구의 취지와 동의를 얻어서 면담을 약속하였고, 질문지의 내용에 대해서도 간략히 언급해 주었다. 면담 시간은 참여자의 특성에 따라 60분에서 100분 정도로 진행이 되었으며, 면담이 이루어지기 전에 녹취할 것에 대한 양해를 구해서 녹취한 내용을 다시 전사 작업을 하였다. 연구의 타당성을 반영하기 위해서 다양한 시간과 공간의 자원들을 끌어들이는 삼각측정법(investigator triangulation)을 활용하였다. 참여관찰한 연구의 주제와 질문지 구성 시, 박사급 전문가 2인에게 자문하는 과정을 거쳐 구조화 했으며, 데이터를 수집하여 분석한 내용도 같은 영역의 전문가 2인과 인접 분야의 전문가 1인에게 검증하여 연구자의 주관성을 배제할 수 있도록 노력했다.

자료 분석은 Colaizzi의 현상학적 방법을 적용하여 분석하였다. 본 연구에서 Colaizzi의 방법론을 활용한 이유는 수집한 질적 자료의 해석과 의미 있는 정보를 확인하고, 이를 주제 또는 범주로 조직화 하기 용이한 접근 방법이기 때문이다. 또한 본 연구의 주제인 상담코칭전문가의 4차산업 인식에 대한 연구에서 전체적인

<표 2> Colaizzi 방법론의 분석단계

1	수집한 데이터 원본을 숙독해서 읽는다.
2	반복적인 진술되는 내용, 강조되는 내용, 연구자가 판단 의미 있는 진술을 도출한다.
3	추출된 문장과 구절들의 의미를 숙고하면서 맥락 안에 숨겨진 의미를 발견하여 연구자의 언어로 재진술 한다.
4	연구자가 의미 있는 진술과 재진술로부터 도출된 의미가 원자료에서 벗어나지 않았는지 타당성을 검토하는 과정을 거쳐 의미를 구성한다.
5	구성된 의미들을 묶어 개념기술로 조직하고 개념기술들을 다시 묶어 주제모음으로 조직하여, 주제모음으로부터 주제군을 도출한다.
6	참여자의 체험을 주제에 따라 총체적으로 기술하고 조사된 현상의 공통적인 요소를 통합하여 본질적인 구조를 진술한다.
7	타당성 확인 과정으로 연구자가 기술한 내용과 현상학적 분석 결과를 연구 참여자에게 보여주어 참여자의 경험 내용과 일치하는지를 확인한다.

감각을 유지하면서도 의미 탐색을 질적을 수행할 수 있다. <표 2>는 Colaizzi (1978)의 분석방법이다.

이 방법은 참여자의 진술을 바탕으로 직관, 분석, 기술을 통하여 이루어졌다. 수집된 원본을 심사숙고하여 읽은 후, 의미 있는 관련 구, 언어, 문장의 의미 있는 진술을 중심으로 의미를 기술하고 통합, 개념화 하여 주제를 제시하였다. 연구준비 및 면담과정, 그리고 분석과정에 이르기까지 인접분야의 전문가와 상황을 공유하며 토론을 거쳐 내용을 확인하였고, 끝으로 연구결과에 대해서 연구 참여자들에게 보여 주어서 본인의 견해나 의미에 대해서 본질에서 벗어나거나 왜곡된 점은 없는지 확인하는 절차를 거쳤다.

4. 연구결과

연구 데이터를 분석한 결과 추출 된 상담코칭전문가의 4차산업시대 인식에 관한 의미 있는 진술은 122개이었으며, 이를 바탕으로 20개의 개념기술과 5가지 주제군으로 범주화 했다. 다음 <표 3>은 분석결과 개념기술과 주제군이다.

<표 3> 개념기술과 주제군

Theme Cluster	Concept Description
높아지는 관심	정치가의 발언에 따라 인식하게 됨 언론과 방송매체를 통해서 알게 됨 직업에 대한 변화에 민감함 깊은 관심을 가짐
변화로 인한 부담감	직업이 없어지는 것에 대한 불안함 아직은 막연하게 느껴짐 기술 대체로 인한 인간 소외감 아날로그에서 느낄 수 있는 감동 방심해서는 안됨
융합을 통한 새로운 희망	보완해 주기를 바라는 기대감 없어지는 만큼 생겨날 것이라는 희망이 있음 사람 자체의 중요성 인식 인간 관계와 라포형성이 중요함
행동으로 옮기 못함	알아보는 단계로 인식함 실행으로 옮기지 못함 학문의 특성상 쉽게 받아들이지 못함
새로운 전략 인식	새로운 상담방법 모색이 필요함 고객 매칭을 위한 새로운 방식의 마케팅 필요함 공적 기관에서 노력이 필요함 복지적 차원에서 지원이 필요함

4.1. 높아지는 관심

참여자들은 4차산업에 대해서 인식하기 시작하여 관심이 높아지고 있었다. 특히 사회 공공의 정보를 접하면서 4차산업 시대에 대한 이야기를 처음 접하게 되었다고 한다. 한 정치가의 발언에 따라서, 언론에서 전해 주는 뉴스의 내용을 보고, 또는 드라마를 통해서 4차 산업에 대해서 인식하게 된다고 진술하고 있다.

정치가의 발언에 따라 인식하게 됨

그러니까 융합 이야기… 안OO씨가 쓰면서 사실 확실하게 듣게 된 것 같아요… 솔직히 그 전까지는 쉽게 연결하지는 못했던 것 같아요.(참여자1)

사실… 상담 현장에 있다 보면 바쁘다 보니 많은 세상에 돌아가는 일에 거의 신경을 쓰지 못하는 경우가 있어요. 그러다 보니 사회적 이슈가 될만한 꺼리들은 정치에서 많이 나오는 것 같아요. 4차혁명도 그렇게 접한 것 같아요.(참여자5)

언론과 방송 매체를 통해서 알게 됨

언론이나 정보… 기사나 방송매체를 통해서 대두되는 키워드로 인해서 알게 되었지요… 용어자체는 접했고, 그게 뭘까 보다 보면 이게 머다 알게 되었고 기사도 더 찾아 보게 되고 그런 거 같아요.(참여자2)

드라마 중에서 “너도 인간이니?“ 이런 드라마가 나오고 있어서…보게 되잖아요… 예전 같으면 그냥 가볍게 생각했을 텐데… 요즘은 4차 혁명 이런 게 대두되고 있어서요. 이런 거 생각하면서 보게 되는 것 같아요. 세상이 달라지고 있구나…(참여자1)

참여자들은 무엇보다 직업의 변화에 대해서 많은 관심을 가지고 있었다. 상담코칭전문가들은 사람들 직업적으로 상대하기 때문에 인공지능이 아무리 발달을 한다 하더라도 대체할 수 없다고 생각하는 관점을 가지고 있었으며 다른 직업군에 대해서는 노동시장의 변화로 인한 인간의 불이익에 대해서 염려하고 있었다. 그리고 그런 환경과 접해 있는 사람들이 내담자와 고객이기 때문에 잘 대처할 수 있어야 한다고 인식하고 있었다.

직업에 대한 변화에 민감함

그런 말들이 나왔잖아요… 앞으로 사라질 직업과 사라지지 않을 직업에 있어서 상담은 사라지지 않을 직업에 속하는 대표적인 직업이라고 들 해서… 왜냐하면 마음에 관한 것이니까…(참여자1)

제일 먼저 떠오르는 것은 기술과 정보를 중심으로 하나 보니… 사람 중심으로 가던 노동중심의 것들을 오히려 대체해 나가는 새로운 흐름으로 그것으로 인해서 노동자들의 불이익이 있을 수 있고…(참여자2)

인공지능과 같은 새로운 기술 혁신은 사람을 대체하는 데 있어서 많은 강점이 있지요… 그만큼 사라질 직업들이 생긴다는 건데 그런 환경에 노출되어 있는 사람들이 그대로 상담현장에 내담자로 들어 오기 때문에 관심을 가져야 한다고 생각해요(참여자5)

참여자들은 신기술이 우리가 하는 모든 일들은 대체할 수는 없다고 인식하면서도 무조건 거부하기 보다는 시대적으로 잘 대처해야 한다는 인식을 하고 있었다. 더 좋은 서비스를 제공하기 위해서는 4차산업의 새로운 기술에 대해서 대비해야 한다고 생각하고 있었다. 또한 성장해 나가는 아동들이나 청소년들에게 필요한 정보를 제공하기 위한 차원에서 높은 관심을 가지고 있다고 하였고 시대가 변하는 것은 앞으로 적응해 나가고 준비해 나가야 할 문제로 인식하고 있었다.

깊은 관심을 가짐

상담분야에서는 사람이 사람을 만나서 하는 관계 행동이다 보니 IT나 기술집약적인 것으로 다 대체할 수 없다고 보기 때문에 그렇게 영향을 없다고 볼 수 있겠지만 그래도 상당히 영향을 있을 것이다 그렇게 보아요. 상담에서 그것을

거부하기 보다는 어떻게 효율적으로 가져갈 것인가는 찾아보아야 할 것 같아요. 좋은 서비스를 제공해야 할 것인가 하는 점에서 관심을 가져야 한다고 생각합니다.(참여자2)

사실 관심 좀 높습니다. 코칭도 하지만 저는 부모교육도 하잖아요… 그대 우리 아이들이 앞으로 나아가야 할 방향에 대해서 이야기를 하게 되니까 최근에 많이 다루게 되었구요… 우리 코치들 중에서도 관련해서 책을 쓰시는 분들도 있고 자연스럽게 왔다 갔다 하면서 관련된 동영상도 많이 보게 되고 그런 것 같아요.(참여자3)

관심은 지금은 사람들이 시대는 변하고 이것을 못 오게 막을 수도 없고 우리가 어떻게 적응해나가고 뭘 준비해야 하는지 거기에 대해서 많은 관심을 가지게 되는 것 같아요.(참여자4)

4.2. 변화로 인한 부담감

연구의 참여자들은 '변화로 인한 부담감'을 인식하고 있었다. 사라지지 않을 직업 중에 대표적인 직업이 이 분야라고 생각을 하면서도 직업이 없어지는 것에 대한 불안함을 가지고 있었으며 4차산업이라는 것은 아직은 막연하게 느껴진다고 했다. 기술 대체로 인한 인간의 소외감과 아날로그에서 느낄 수 있는 감동에 대해서 강조하면서도 변화에 대해서 방심해서는 안된다고 인식하고 있었다.

직업이 없어지는 것에 대한 불안함

불안한 것은 우리가 직업이 없어지는 것이라고 할까요… 노동시장의 변화를 인해서 아무래도 걱정이 되지요… 변화에 대한 위기감이 아무래도 큰 것 같아요…(참여자1)

저도 항상 이것은 혁명이니까 사람이 그러면 인공지능에 밀리는 것가? 약간의 두려움? 어떻게 해야 되지… 특히 청소년들이나 진로를 얘기할 때(참여자4)

아직은 막연하게 느껴짐

자동적으로 떠오르는 것은 AI와 인간이 바둑을 뜨는 모습 정도?(참여자1)

아직은 상담이나 코칭의 분야에는 그렇게 크지는 않는 것 같아요.(참여자3)

우리가 모르는 분야에 대한 막연한 두려움 이런 것들이 느껴졌어요.(참여자4)

기술 대체로 인한 인간 소외감

일하고 있는 분야에 적용해 보자면 4차 산업시대를 거스르거나 하지 않고 잘 받아들이는 것은 좋은데… 그것을 너무 인제 4차 산업의 환원주의처럼 먼가 있으면 무조건 앱을 만들고 어떻게 하면 사람을 거치지 않고 자동화 하고, 누가 힘들면 인공지능적인… 그런 쪽으로만 너무 지나치게 시도해 보려고 하는 것은 실험정신은 좋은 데 그렇게 하는 것은 사람을 소외시킬 수 있어서 사람의 깊은 영적인 존재로서의 인간, 관계 구축, 라포 형성이 가장 중요한 데 그것이 전제 되어 있을 때 상담의 접근이 유효한 데 그런 것 보다 어떻게 자동화 하거나 하는 것은 너무 위험하거나 본질을 흐리는 것이 아닌가 그렇게 생각합니다.(참여자 2)

결국 우리가 하는 작업은 사람이 하는 것인데… 사람과 사람이 만나서 하는 작업으로 알고 있는데 그것 조차 기술이 모든 것을 해결해 준다면 그것으로 인해서 우리 인간은 상담히 위축이 될 것 같아요.(참여자5)

아날로그에서 느낄 수 있는 감동

저도 대비해야 한다고 생각하는 데 사람으로서 거기에 감동이 있고 변화에 대한 동기나 삶을 변화시키는 것은 어떤 기술로만 되는 것은 아니라고 생각하거든요… 개인적으로 어떤 사람과의 관계에서의 정서적 교감이나 관계에서 상호작용 속에 얻는 통찰은 아무래도 아날로그에서 만나야… 직접 소통해야 한다고 보고 터치는 접촉이 있어야 한다고… 그런 것들은 아무리 최신의 기술이라고 해도 대체할 수 없는 것이라고 생각해요(참여자2)

아무래도 전 같은 경우에는 아직도 디지털이 쉽지 많은 않은데 더 앞서 나가서 4차 산업을 맞이해야 한다니… 버

겁기도 한데 무엇보다는 신기술로 가면 갈수록 편리할 수는 있겠지만 그 속에서 얼마만큼 인간미가 있고 감동이 있을지는 의문이에요. 역시 인간은 인간 다울 때 감동을 받게 되는 데 그것은 전통적인 방법에서 오히려 찾을 수 있지 않을까 생각했어요.(참여자5)

방심해서는 안됨

AI를 기반으로 하는 것들이 워낙 빠르게 진행을 하는 것 같아서… 그렇게 마음 놓고 있어서는 안 될 것 같아요… 어디서는 상담 로직을 따라서 제공하는 프로그램도 있고… 기계가 반영해 주고 들어주는 것은 창의적인 질문은 못할지라도 들어 주는 정도는 충분히 우리라고 해서도 방심하면 안 되겠죠…(참여자3)

4.3. 융합을 통한 새로운 희망

참여자들은 신기술과 인간의 융합을 통해서 새로운 희망을 인식하고 있었다. 4차산업이 가져다 주는 신기술들이 인간의 한계를 '보완해 주기를 바라는 기대감'이 있었으며, 4차 산업으로 하여금 사라지는 것도 있겠지만 그만큼 '없어지는 만큼 생겨날 것이라는 희망'이 있었으며, 사람 자체의 중요성을 인식하고 있었는데 그것은 결국 상담과 코칭은 인간과 인간이 만나서 하는 작업이기 때문에 인간관계와 라포형성이 중요함을 강조하고 있었다.

보완해 주기를 바라는 기대감

긍정적인 측면에 대해서는 우리 인간의 한계를 뛰어 넘을 수도 있겠다… 인간이 하지 못하는 것들을 수행하고… 어찌 보면 보완하는 것이 좋은 것 같아요.(참여자1)

그래도 4차 산업은 흐르는 대세이고 거스를 수는 없다고 생각해요. 그렇기 때문에 취할 것은 취해야 적응해 나가는데 무리가 없다고 생각해요. 신기술에서 분명히 우리 인간이 하지 못하는 것들이 있기 때문에 때에 맞추어 상호보완적으로 서비스를 제공하는 데 활용하면 상당히 유용하게 될 것 같아요.(참여자5)

없어지는 만큼 생겨날 것이라는 희망이 있음

직업이 없어질 것이라는 것은… 저는 코칭 마인드로 바라본다면… 인간의 창의성으로 생겨나는 직업이 없어지는 만큼 생길 것이라는 희망이 있어요.(참여자3)

노동시장을 생각하면 위협을 받는 느낌이 분명히 있는데요… 그만큼 새로운 것들이 창조될 것이라는 기대감을 가지고 있어요. 왜냐하면 1,2차 산업에서도 기계화되면서 많은 것들을 잃을 것이다 했는데… 새로운 것들로 채워지는 것들이 있었잖아요…(참여자4)

사람 자체의 중요성 인식

상담 분야와 관련되어서 사람의 역할이 가장 중요하고… 그래서 아직은 걱정할 것 까지는 없다고 하지만… 도구적인 차원에서 4차 산업에서 영향들이 그에 대한 관심이 필요하다고 이해하고 있습니다.(참여자2)

제가 보았을 때는 기술적인 것 보다는 사람이 본질적으로 가지고 있는 아우라 라고 할까요… 인간적인 면 그런 부분이 진짜 역량으로 발휘가 되어야 하지 않을까? 그래서 아무리 대체한다 하더라도 사람 냄새가 나는 것 모든 서비스가 제공이 된다고 하더라도 상담이나 코칭을 받을 수 있는 사람들은 정말 사람을 만나고 싶고 사람만이 가지고 있는 에너지 이런 것들이 치료와 코칭의 현장에서 가장 크게 발휘가 될 때, 그 에너지는 못 따라 올 것 같아요.(참여자4)

인간 관계와 라포형성이 중요함

일하고 있는 분야에 적용해 보자면 4차 산업시대를 거스르거나 하지 않고 잘 받아들이는 것은 좋은데… 그것을 너무 인제 4차 산업의 환원주의처럼 먼가 있으면 무조건 앱을 만들고 어떻게 하면 사람을 거치지 않고 자동화 하고, 누가 힘들면 인공지능적인… 그런 쪽으로만 너무 지나치게 시도해 보려고 하는 것은 실험정신은 좋은 데 그렇게 하는 것은 사람을 소외시킬 수 있어서 사람의 깊은 영적인 존재로

서의 인간, 관계 구축, 라포형성이 가장 중요한 데 그것이 전제 되어 있을 때 상담의 접근이 유효한 데 그런 것 보다 어떻게 자동화 하거나 하는 것은 너무 위험하거나 본질을 흐리는 것이 아닌가 그렇게 생각합니다.(참여자2)

4.4. 행동을 옮기지 못함

참여자들은 그러면서도 쉽게 4차 산업을 위한 구체적인 준비에 대해서는 행동으로 옮기기는 못하고 있었다. 아직은 알아보는 단계로 인식하고 있었으며, 관심은 높아지고 있지만 실행으로 옮기지는 못하고 있다고 했으며 이는 사람을 중요하게 생각하는 인문학적 학문의 특성상 쉽게 받아들이 못한다고 인식하고 있었다.

알아보는 단계로 인식함

빠르게 변화해 가는 것에 대해서는 그런 게 그렇게 피부로 와 닿지는 않는 것 같아요… 사실은 이게 인제 제조 분야나 그러면 어쩌면 인공지능이나 스마트를 활용한 그런 것들이 피부로 와 닿을 수 있는 데… 아직은 상담이나 코칭의 분야에는 그렇게 크지는 않는 것 같아요.(참여자3)

지금은 관심을 가지는 단계 정도라고 할까요? 예전에는 뭐 로봇이나 융합이라는 말이 나왔을 때 그냥 나는 내일만 잘하면 된다 그렇게 생각한 것 같은데…(참여자1)

실행으로 옮기지 못함

변화하는 속도에 비해서 따라가지 못하는… 그런 부분이 있다고 봐요…(참여자2)

준비나 행동은 글쎄요 지금은 특별히 행동으로 옮긴다는 것 보다는 그냥… 4차 산업 혁명이라는 화두가 우리 사회에 던져졌으니까 이게 과연 무엇인고? 하면서 공부하고 그런 수준이지 구체적으로 어떤 액션을 취하는 것 같지는 않아요.(참여자3)

나 자신이 변화에 따라가고 있는지는… 알고는 있지만 실제로 어떻게 행동으로 옮겨야 하는지는 크게 와 닿지는 않은 것 같습니다. 잘 몰라서 그럴 수도 있구요…(참여자3)

학문의 특성상 쉽게 받아들이지 못함

위 인문학적인 접근? 사람들에 대해서 관심이 많은 사람들이 모여 있기 때문에 개인적인 특성이나 과거의 배경에 따라서 기술 혁신에 익숙한 사람들도 있겠지만 우리가 하는 학문적 특성상 친숙하거나 쉽게 받아들이는 부분에서는 경계가 있는 것 같아… 어쩔 수 없이 속도라는 것이라든지 선도하는 것은 우리 분야가 사람에 대한 관심으로 접근하다 보니 내가 당장 만나야 할 사람에 관심이 있는 것이지… 기술이나 산업적인 측면은 항상 우선순위에서 밀려나 있는 것 같아요.(참여자2).

임상 현장에 있다 보니 당면한 문제가 사람을 우선적으로 만나야 하잖아요. 그리고 우리 배운 방법론이 기술 중심이라기 보다는 인문적 소양이다 보니까…(참여자5)

4.5. 새로운 전략 인식

참여자들은 4차산업시대를 적응의 문제로 인식하면서 새로운 전략이 필요하다는 인식을 하고 있었다. 무엇보다 새로운 상담방법이 모색되어야 한다고 보고 상담의 수요를 높이기 위해서는 마케팅 전략에 대해서 인공지능과 공유경제와 같은 개념을 활용하여 개발되어야 한다고 인식하고 있었으며 뿐만 아니라 기술의 융합과 더불어서 경제적인 측면에서는 개인이 감당하기에 어려움 면이 있기 때문에 공적으로 복지적 차원에서 지원하는 시스템이 병행되어야 할 필요가 있음을 인식하고 있었다.

새로운 상담방법 모색이 필요함

우리 한 사람이 그냥 로봇이다 뭐다… 지금 현재 로봇이 인지행동치료를 로봇이 하고 있다. 이런 정도가 아니라… 실제적인 우리의 역할에 대한 장을 좀 알아 볼 수 있어야 할 것 같고… 어떤 코칭이나 상담방법이 필요한지 고민해 볼 필요가 있을 것 같아요.(참여자1)

앞으로 우리가 만나는 내담자들이 잠재적으로나 그런… 산업 환경에 익숙하고 그런 방식으로 접하기 때문에 상담

분야도 많은 관심을 가지고 방법을…(참여자2)

고객 매칭을 위한 새로운 방식의 마케팅 필요함

상담과 코칭이 수요와 공급이 잘 이루어지지 않고 있잖아요… 상담을 하시는 분들도 많지만 재화가 아니다 보니까… 상품화 시켜서 판매하는 것은 아니라서 은근히 수요와 공급이 잘 못 만나는 것 같아요… 그래서 그런 플랫폼이 만들어지면 정말 유용할 것 같아요. 매칭되는 연결구조가 이 쪽에서 많이 필요할 것 같아요…(참여자4)

내가 찾아 들어간 정보들을 계속 띄워 주는 작업을 해 준다면 아주 기술 집약적인 형태가 될 수 있는 것 같아요… 내가 일일이 찾아보지 않아도 내 정보들을 자동으로 수집해서 정보를 활용해서 적극적인 마케팅 방법인 것 같아요(참여자2)

코치들이 어디에 있는지 모르기 때문에 전통적인 방식인 이메일이나 블로그나 카페를 통해서 홍보 마케팅이 진행되어 왔다면 앞으로는(참여자3)

공적 차원에서 지원이 필요함

아무래도 더 많은 사람이 경험하려면 4차산업의 기술들이 공적으로 접목해서 일반인들에게 활용되어야…(참여자1)

좀 더 공적이거나 스마트한 문명의 기기들을 활용한 이런 마케팅들이 개발되어야 한다고 생각합니다.(참여자3)

복지적 차원으로 개인에게 경험을 접할 수 있게 하는 것이 필요할 것 같아요… 사실 개인이 혼자서 비용을 지불하기에는 버거운 점이 있는 것 같아요. 정신보건 차원에서 지원을 한다든지 지금 우리가 주기적으로 건강검증은 하는데… 정신건강에서는 그런 게 없으니 먼가 지원이 된다면 우리나라 같은 경우는 우울증이나 자살이 워낙 높으니까 복지적인 측면에서 접근해 나가면 좋겠습니다.(참여자 4)

아무래도 경제적인 면이 있고 모든 사람들이 공정하게 이용할 수 있어야 하는 데 정보의 부족이나 경제적인 곤란으로 인해서 서비스를 받을 수 없는 구조가 있기 때문에 공공기관이나 우리사회의 공적인 차원에서 자연스럽게 접근할 수 있도록 복지적 차원으로 접근하면 도움이 될 것 같아요.(참여자5)

5. 논의

본 연구의 인터뷰 자료를 분석한 결과, 상담코칭전문가의 4차산업 시대 인식과 관련된 주제는 '높아지는 관심', '변화로 인한 부담감', '융합을 통한 새로운 희망', '행동으로 옮기지 못함', 그리고 '새로운 전략 인식' 이렇게 5가지 주제군을 도출하였다.

연구의 참여자들은 4차 산업시대에 대해 심리적으로 부담감을 기본적으로 가지고 있으면서도 미래에 대한 희망을 동시에 인식하고 있었다. 이는 4차산업 시대에 대한 양가적 태도를 형성하는 것이기도 하다. 직업에 대해서 참여자들은 모두 인공지능이 아무리 발달한다 하여도 인간의 고유의 사람됨과 인간 대 인간으로서 상호작용은 따라 올 수 없기 때문에 사라지지 않을 직업이라는 점에 대해서 안도감을 가지고 있지만 한편으로는 직업이 없어지는 것에 대한 부담감과 노동시장의 변화로 인한 노동자들의 불이익에 대한 염려를 가지고 있었다(참여자1, 참여자 5, 참여자 2). 반면에 순수하게 코칭영역에서 활동하고 있는 전문가는 인간의 창조성으로 생겨난 신기술에 의해서 사라지는 직업이 있다면 그만큼 새롭게 생겨나는 직업도 반드시 있을 것이라는 희망을 가지고 있었다(참여자3. 참여자4). 급속한 변화로 인해서 심리적으로 부담감은 있지만 신기술과 인간이 융합하여 만들어내는 새로운 희망에 대한 인식을 동시에 가지고 있었다. 이러한 연구 결과는 남희은, 백정원, 이희윤, 임유진(2017)의 연구 사회복지사들을 대상으로 긍정적인 영향과 부정적인 영향을 동시에 탐색한 결과와 연결될 수 있다고 보여진다.

본 연구 결과에 따르면, 참여자들은 4차산업에 대한 관심이 높아졌지만 아직은 구체적인 준비를 위해서 행

동으로 실천하고 있지는 못하고 있었다. 이 결과는 정경희, 송병섭(2017)의 연구 보조공학상들의 인식에서 '4차 산업혁명'이 재활분야에 긍정적인 영향을 미칠 것으로 인식하였으나, 이에 대한 이해 및 전문적 교육은 부족한 것으로 나타나는 패턴과 비슷한 결과로 보여 진다. 김형순, 김혜영(2017)이 연구에서도 교사들은 최신 기술의 변화에 대한 호기심이나 영어교육과의 관련성에 대한 정보를 얻고자 하는 마음은 상당히 강하지만, 그것에 대해 배우고, 본격적인 논의를 하거나, 자신의 수업에 활용하는 데는 아직 관심이 미치지는 않았다는 연구 결과와 맥을 함께 한다. 새로운 산업에 대한 흥미와 관심은 생기지만 그것을 위한 실제적 삶의 변화에 대해서는 시간이 더 필요하다는 인식이다.

또한, 참여자들은 새로운 상담모델과 방법론에 대해서 인식하고 있었다. 참여자들은 4차산업시대를 위한 준비는 구체적으로 행동으로 옮기지는 않았지만 상담과 코칭에 대한 새로운 전략이 필요하다고 했다. 참여자1은 상담과 코칭을 대중화 시키는 것이 매우 중요하며 시대의 흐름도 알아야 한다고 인식했다. 코칭 분야나 상담분야에서 내가 준비할 수 있는 것이 무엇이 있을까 진지하게 생각하게 된다고 하였다. 어떤 코칭이나 상담방법이 필요한지 고민해 볼 필요가 있다고 했다. 참여자2는 앞으로 우리가 만나는 내담자들이 잠재적으로 산업 환경에 익숙하고 그런 방식으로 접하기 때문에 상담분야도 많은 관심을 가지고 방법을 찾아야 한다고 보았다. 참여자3과 참여자4는 안일하게 있기 보다는 적극적으로 대처하고 신기술을 융합하여 새로운 서비스 모델에 대해서 시도할 수 있어야 한다는 입장을 가지고 있었다. 이러한 연구 결과는 Sprenkle et al.(2009) 주장한 관점에서 생각해 볼 수 있다. 4차 산업혁명 시대는 대융합의 시대로 독립적 분야의 기술들이 만나면서 혁신을 만들어내는 시대이다. 즉, 분야를 가르던 칸막이 시대를 넘어 서로 연결되어 새로운 것을 창출하는 초연결사회의 특징을 보인다. 이 시대에는 개인상담 분야뿐 아니라 아동가족상담 분야에서도 모델중심주의가 약화될 것이다. 이미 개인상담 분야에서 성과연구(outcome studies)의 축적은 특별히 우월한 상담모델이 있다고 보기 어렵다는 결론을 도출했다. 그 결과, 개별 모델에 대한 강조가 아닌 모델 사이의 공통점에 주목하고 통합적 관점을 지향하는 공통요인(common factors)의 시대적 관점이라는 점이다.

마케팅의 전략에 대해서도 공급의 수준만큼 수요를 높이기 위해서는 한 개인이 서비스에 접근이 용이할 수 있도록 전략이 필요한데 내담자에게 직접 서비스를 제공하는 로봇챗과 같은 테크날리지 개발 보다는 사람과 사람의 만남을 돕고, 내담자와 상담자, 코치와 고객의 만남이 용이할 수 있도록 하는 신기술들이 지속적으로 개발되어야 한다고 인식하고 있었다. 그러기 위해서는 신기술들은 공적 차원에서 기능을 강화할 필요가 있으며 이를 복지적 차원에서 지원이 필요함에 대해서 진술했다(참여자3. 참여자4). 이러한 전략은 정보의 부족으로 인해서 서비스를 받지 못하는 내담자와 고객을 최대한 줄일 수 있는 방안이 될 수 있다. 이는 남희은 외(2017) 연구에서 지적하는 시스템적인 문제와 관련되어있다. 즉, 국가적 제도와 관련되어 있는 데 4산업혁명으로 인한 변화에서 사회복지는 다각도로 영향을 받을 수 밖에 없으며, 그 대상에 있어서 취약계층이 많으므로 국가의 복지수준을 높이는 데는 복지의 대응을 고려하지 않을 수 없다는 차원이다. 경제적으로 가능한 사람들은 상담과 코칭 현장에 노출이 쉽지만 대부분의 내담자와 고객들은 경제적을 취약한 잠재적 경향성을 가지고 있기때문이다

끝으로 논의할 점은 참여자들이 우려의 목소리를 낸 인간소외의 문제이다. 즉 모든 것을 기술로 대체하다 보면 인간은 그 속에서 소외감을 얻게 된다는 것이다. 인간을 위해서 산업이 존재하고 발달은 하는 데 그 속에서 인간이 불이익을 받게 되는 아이러니가 있을 수 있다. 그래서 아날로그적 감동이 필요하고 언젠가는 다

시 전통적 방식으로 되돌아가려고 하는 일종의 회기본능이 작동할 수 있다는 것이다. 참여자들은 전반적으로 신기술이 발달하면 할수록 오히려 상담과 코칭분야는 인간미를 기반으로 하기 때문에 차별화된 서비스를 제공할 수 있다고 보면서 그 배경에는 인간관계라는 것은 철저하게 라포형성(Rapport)을 기반으로 하기 때문에 AI와 같은 매체로는 절대 감동을 줄 수는 없을 것이라고 전망했다. 따라서 아날로그적인 감성과 감동은 4차산업 시대에도 필요한 요소로 인식했다. 이러한 연구 결과는 비록 박우철(2018)의 문헌연구에서도 나타난다. 모든 것이 기술 중심이 되는 세계에 대한 반 편향으로 아날로그 상담을 고수하려는 노력들이 나타날 수 있다. 인공지능, 로봇, 사물인터넷으로 가득 찬 세상에 사람들이 질려버린다면, 사람들은 그저 아무 것도 없는 자연적 아날로그 감성으로의 회귀를 꿈꿀 것이다. 이 경우 사람들은 옛날 장난감으로 채워진 놀이치료실이나 의자와 상담사만 있는 미니멀리즘 가족상담실을 그리워할 것이다. 상담사들 또한 4차 산업혁명의 수많은 기술 혁신에 지쳐 상담의 초심으로 돌아가자는 운동을 전개할 수 있다(박우철 2018). 따라서 상담코칭전문가는 AI로 대체할 수 없는 직업이라는 관점에서 안일하게 대응 하기 보다는 혁신기술 '이후에' 또는 '그 너머의' 방법론과 상담코칭 분야의 지식생태계를 적극적으로 대응해 나갈 필요가 있다.

6. 결론

6.1. 연구의 요약

본 연구는 인간의 심리적 문제를 다루는 비즈니스 산업에 종사하는 상담코칭전문가의 4차 산업시대에 대한 인식에 대하여 현상학적 방법의 하나인 Colaizzi의 방법론으로 실시했다. 그 결과, 상담코칭전문가의 4차산업 시대 인식과 관련된 주제는 '높아지는 관심', '변화로 인한 부담감', '융합을 통한 새로운 희망'. '행동으로 옮기지 못함', '새로운 전략 인식' 이렇게 5가지의 주제를 도출했다.

상담코칭전문가는 4차산업에 대한 이야기를 정치나 언론을 통해서 처음 접하여 그에 대한 관심이 높아지고 있다. 또한 신기술들이 인간이 해 내지 못하는 한계를 보완해 줄 수 있고 새로운 것으로 인해 없어지는 만큼 창조될 것들 것 대한 희망도 가지고 있었다. AI로 완전히 대체할 수 없는 영역이 상담코칭 영역이라고 인식하면서 지금까지 수요와 공급에 불균형이 있어서 성장하는 데 한계가 있었다고 보고 수요를 높이기 위해서는 새로운 상담모델과 마케팅 전략은 4차산업에 맞게 개발되어야 한다고 인식하고 있었다. 하지만 급격한 변화로 인한 심리적 부담감이 있다. 직업의 변화와 노동시장의 변화로 인한 인간소외 현상에 대해서 염려하고 있었다. 그리고 4차산업 시대를 거스를 수 없고 적응해야 함에 대해서 인식은 하고 있지만 구체적인 준비와 행동은 아직 실천으로 옮기지 못하고 있다.

6.2. 연구의 시사점

본 연구의 시사점은 다음과 같다. 첫째, 4차산업에 대한 인식은 정치와 언론 그리고 방송매체의 역할로 인해 관심을 높이게 한다. 따라서 상담코칭 전문가들은 서비스 기술이나 정보활용 차원에서 연구 관심에서 머무를 것이 아니라 정책중심의 연구와 더 나아가서 정치적 관점에서 4차 산업시대에 대한 연구로 확장해 나갈 필요가 있다. 둘째, 4차산업은 변화로 인한 두려움을 제공하지만 동시에 융합적 사고의 실천으로 인한 희망을 제공해 준다. 따라서 상담코칭전문가들은 지속적으로 사람과 사람, 사람과 사물, 개인과 공동체, 등등의 관계에서 융합적 역량을 강화해 나갈 수 있어야 한다. 셋째, 4차 산업에 대한 관심을 가지고 있어도 실제로 준비하고자 행동으로 옮기는 데는 시간이 많이 걸린다. 따라서 상담코칭전문가들이 시대의 변화에 빠르

게 대처하고 이 분야의 산업이 발전하기 위해서는 4차 산업 혁명에 대한 이해도를 높일 수 있는 주제들을 개발하고 학술대회나 포럼을 적극적으로 시행함으로써 이에 대한 역량을 개발해 나갈 필요가 있다. 넷째, 상담코칭 분야가 지식생태계에서 기능하고 산업을 성장시키기 위해서는 내담자와 고객의 매칭 가능성을 높일 수 있어야 한다. 상담 서비스를 연결해 주는 플랫폼이나, 상담코칭 공유경제 시스템을 지속적으로 개발하고 이러한 정보들을 복지적 차원에서 지역사회 주민들에게 제공하는 것이다.

본 연구는 4차산업시대를 바라보는 상담코칭전문가의 인식을 처음으로 시도했다는 점에서 시사점을 찾을 수 있다. 우리나라의 경제 발전 수준에 비해서 4차산업 대응 능력은 그것에 미치지 못하고 있는 시점에서 시대적 담론에 필요한 시의성을 제공해 준다. 이는 제조업이나 사물을 중심으로 인식하기 쉬운 4차산업에 대한 인식을 서비스 제공자의 입장에서 인간의 심리적 주제를 다루는 관점에서 시도한 연구라는 점에서도 의의를 찾을 수 있다. 이를 통해서 향후 상담코칭분야의 종사자들의 노동시장에의 변화에 따른 대응 역량을 강화하고 보다 나은 서비스를 개발하는 데 도움이 되는 자료가 될 것으로 사료된다. 더 나아가서 상담코칭 분야는 보이는 재화가 아닌 무형의 지식 자산으로 이루어진 지식경영의 한 분야이다. 연구의 결과에서도 나타나듯이 4차산업 시대에 가장 큰 화두는 노동시장의 변화에 따른 인간의 소외의 문제이다. 이러한 소외의 현상은 지식생태계에서도 주목하고 있다. 상담코칭 분야의 산업이 지속적으로 성장할 것인지, 아니면 4차산업시대를 기점으로 도태될 것인지, 이러한 연구의 시도들은 어느 시점에 와 있고 무엇을 더 준비해야 하는지 가늠해 볼 수 있는 기회를 제공해 줄 수 있을 것이다.

6.3. 연구의 한계점 및 향후 연구방향

연구의 한계는 다음과 같다. 첫째, 본 연구는 질적연구로서 소수의 표본을 통해서 연구를 진행했기 때문에 양적인 일반화 관점에서 볼 때 한계가 존재한다. 따라서 본 연구에서 나오는 주제들을 구성개념으로 활용하여 비슷한 서비스 영역에 있는 직업에 종사자들을 대상으로 양적인 연구로 진행하면 연구의 발전을 기할 수 있을 것이다. 둘째, 본 연구는 상담코칭전문가들을 대상으로 순수하게 현상학적으로 연구를 진행했기 때문에 다른 전문가들의 인식과 차이에 대해서는 한계가 있다. 따라서 4차산업에 대한 준비도 수준이 어떤 정도인지에 대해서는 정확하게 가늠할 수 없음을 밝힌다. 셋째, 본 연구는 4차산업시대의 인식에 대한 연구로서 4차산업이 담고 있는 구체적인 내용에 대해서 세부적으로 다루는 데는 한계가 있었다. 예를 들면 인공지능, 사물인터넷, 공유경제, 3D프린트, 가상현실 등에 대해 구체적인 경험까지는 다루기 어려웠다. 따라서 향후 상담코칭전문가들이 각각의 경험들에 대한 연구를 진행하게 된다면 질적으로 깊은 연구 성과들을 낼 수 있을 것이다. 넷째, 연구의 참여자들 상담과 코칭을 공통 전문가 영역으로 보고 참여시켰기 때문에 영역을 구분해서 보는 관점에서는 한계가 있다. 본 연구자는 상담과 코칭을 본질적으로 구분된 서비스라고 보지는 않지만 관점에 따라서 구분해서 본다면 향후 연구에서는 상담자와 코칭전문가를 구분해서 연구하는 것도 의미 있다고 생각한다.

Klaus(2016)의 강조한 바, 4차 산업혁명 시대에 산다는 것은 우리에게 발전의 기회이며 성장의 가속을 붙이는 호재는 분명하다. 그러나 본 연구와 선행연구에서도 드러나는 것처럼, 그것이 불러올 문제점 역시 부담감으로 작용하고 있다. 따라서 4차산업 시대의 도래는 이미 시작되었고 거부할 수 없는 혁명이라면 우리는 지속적으로 도전하고 위기를 기회로 만드는 노력이 절실하다. 그 점에서 상담과 코칭은 유용한 도구가 될 수 있다. 결국 모든 뛰어난 업적과 결과는 인간의 멘탈에 근거하기 때문이다. 인간과 인간, 인간과 사물, 인간과 테크놀

로지가 융합할 수 있는 기저에는 상담과 코칭이 제공해 주는 서비스가 있고 그것을 통해서 미래를 설계해 나간다면 지금-여기(here & now)에서 우리는 그 기회를 지혜롭게 포착할 수 있을 것이다.

참 고 문 헌

[국내 문헌]

1. 김미정, 김승주, 김귀분 2013. “임상간호사의 자긍심에 관한 현상학적 연구,” *동서간호학연구지* (19:2), pp. 138-149.
2. 김영숙 2017. “4차 산업사회의 영어 교육에 대한 초등교사 및 교사교육자 인식,” *한국논총* (37: 3), pp. 123-150.
3. 김형순, 김혜영 2017. “4차 산업혁명시대의 영어교사 미래준비도 연구," *Multimedia-Assisted Language Learning* (20:3), pp. 179-205.
4. 박성원 2017. “새로운 과학기술이 일하는 방식에 미치는 영향,” *과학기술정책* (27:7), pp. 26-31.
5. 박우철 2018. “4차 산업혁명과 미래의 상담," *한국아동학회 학술발표논문집*, pp. 105-120.
6. 문진건 2018. “인공지능 시대의 심리상담과 불교적 대안,” *한국불교학*, (85), pp. 149-187.
7. 안상희, 이민화 2016. “제4차 산업혁명이 일자리에 미치는 영향,” *한국경영학회 통합학술발표논문집*, pp. 2344-2363.
8. 이경민, 배채윤, 정남호 2018. “4차 산업혁명 시대의 공유경제 생태계 정책제안: 우버 사례를 중심으로”. *지식경영연구* (19: 1), pp. 175-202.
9. 이종화, 이현규 2018. “빅데이터 분석을 위한 비용효과적 오픈 소스 시스템 설계,” *지식경영연구* (19: 1), pp. 119-132.
10. 이은민 2016. “4차 산업혁명과 산업구조의 변화,” *정보통신방송정책* (28:15), pp. 1-22.
11. 이희주 2017. “4차 산업 혁명시대의 의료 환경 변화와 웰니스의 전망,” *한국웰니스학회지* (12:4), pp. 215-223.

12. 최현세, 이예진, 전소현 2017. “4차혁명에 대한 국내 작업치료사들의 인식도 조사에 관한 연구,” *대한고령친화산업학회지* (9:2), pp. 51-57.
13. DBpia 편집부 2016. “질적분석: 한국은 거대한 심리상담소” *DBpia 연구동향 리포트* (1), pp. 1-10.
14. 한국지역정보개발원 2017. *지역정보화* (103), pp. 40-41.

[국외 문헌]

1. Botsman, R., and Rogers, R. 2010. “What’s mine is yours," *The rise of collaborative consumption*, New York: Harper Collins.
2. Colaizzi, P. F. 1978. “Psychological research as the phenomenological views,” *Existential phenomenological alternative for psychology NewYork*, R. Valle, and M. King (Eds.), NY: Oxford University Press, pp. 48-71.
3. Klaus, S. 2016. *The Fourth Industrial Revolution*, PortfolioPenguin.
4. Irving, W. 2014. “From Mass Production to Mass Individualism," *Wall Street Journal*, https://blogs.wsj.com/cio/2014/07/18/from-mass-production-to-mass-individualism/?mo d=WSJ_TechWSJD_ cioJournal.
5. Lee, W. Y., NG, M. L., Cheung, B. K., & Yung, J. W. 2010. “Capturing children’s response to parental conflict and making use of it," *Family process* (49), pp. 43-58.
6. Lessig, L. 2008. *Remix: Making art and commerce thrive in the hybrid economy*, Penguin.
7. Moore, J. F. 1993. “Predators and prey: a new ecology of competition,” *Harvard business review* (71:3), pp. 75-83.
8. Sprenkle, D. H., Davis, S. D., and Lebow, J. L. 2009. *Common factors in couple and family therapy: The overlooked foundation for effective practice*, New York: Guilford Press.
9. UBS. 2016. “Extreme automation and connectivity: The global, regional, and investment implications of the Fourth Industrial Revolution” *UBS White Paper for the World Economic Forum*, Annual Meeting 2016.
10. WEF. 2016. *The Future of Jobs*, 2016. 1.

저 자 소 개

최 정 헌 (JungHun Choi)

현재 KC대학교 상담심리학과 교수로 재직 중이다. 연세대학교에서 상담학전공으로 박사학위를 취득하였고, 연세대학교 상담코칭지원센터 실장/수석연구원, 한국도박문제관리센터 강원센터 센터장, 그리고 서울문화예술대학교 상담코칭심리학과 학과장을 역임하였다. 주요 관심분야는 일자리 창출과 심리지원을 통한 삶의 만족도 개선, 중독심리, 코칭심리, 통일시대 및 4차산업시대를 위한 정책 등이다. 지금까지 한국심리학회, 한국기독교상담학회, 한국지역사회복지학회 등 주요 학술지에 논문을 발표하였다.