광고PR실학연구, 2022 15(4), pp.119～145

정보 추구 전략에 기반한 데이팅 앱 이용자 유형에 관한 연구*

이용 동기, 프라이버시 우려, 신뢰, 오프라인 관계 형성 의도, 관계 만족도를 중심으로

국문초록

본 연구는 데이팅 앱 이용자들을 대상으로 데이팅 상대에 대한 불확실성을 낮추기 위한 정보 추구 전략에 따라서 어떻게 유형화 될 수 있는지, 각 유형에 영향을 미치는 이용자의 특성은 무엇인지, 또한 각 유형에 따라서 데이팅 앱 경험인 실질적인 유대관계 형성에 차이가 있는지를 연구하였다. 연구 결과는 다음과 같다. 첫째, 데이팅 앱 이용자들을 정보 추구 전략에 기반하여 유형화한 결과 '관찰형', '적극형', '소극형'의 세 가지 유형이 도출되었다. 둘째, 각 유형에 영향을 미치는 변인을 탐색한 결과, 연애동기가 높을수록 소극형 보다는 관찰형에 속할 가능성이 높고, 소통용이성과 자기확인 동기가 높을수록 소극형 보다는 적극형에 그리고 프라이버시 우려가 높을수록 관찰형과 적극형에 속할 가능성이 높다. 셋째, 각 이용자 유형별로 신뢰에는 유의미한 차이가 없으나, 소극형에 비해서, 관찰형이 더 높은 오프라인 관계 형성 의도를 보였으며, 적극형은 더 높은 관계 만족도를 보였다.

주제어: 데이팅 앱 이용자, 정보 추구 전략, 이용 동기, 프라이버시 우려, 관계 만족도

김희주 | 서강대학교 신문방송학과 석사**

이수영 | 서강대학교 지식융합미디어대학 교수***

* 본 논문은 첫 번째 저자인 김희주의 2021년 서강대학교 신문방송학과 대학원 석사학위 논문에 근거 일부를 수정 및 재분석한 연구로 "IITP 메타버스 융합대학원(서강대학교), 세부과제번호. 00156318" 지원으로 작성되었습니다.

** 서강대학교 일반대학원 신문방송학과에서 석사학위를 취득했다. 디지털 미디어 환경에서 이용자들의 능동적 이용행태와 관계 형성 과정에 관심을 가지고 연구하고 있다(E-mail: lana980210@gmail.com, 제1저자).

*** 서강대학교 지식융합미디어대학과 메타버스 대학원 교수이다. 미국 University of Wisconsin-Madison에서 박사학위를 취득했으며, 이용자가 주도하는 SNS 환경에서 다양한 이용자의 이용행태가 어떻게 산업계에 영향을 주는지에 관심을 가지고 있다(E-mail: sooyoung@sogang.ac.kr, 교신저자).

서론

오늘날 많은 사람들이 온라인을 통해 로맨틱한 관계를 형성한다(Stoicescu, 2020). 한 조사에 따르면 국내 온라인 데이팅 서비스 시장은 2010년 이후 매년 성장하고 있으며, 응답자 가운데 61.7%가 온라인 데이팅 서비스를 통해 오프라인에서 상대를 만난 적이 있다고 응답하였다(한국소비자원, 2021).

그러나 온라인 데이팅에서 많은 사람들이 거짓말을 빈번히 사용한다는 점에서(Sharabi & Caughlin, 2018; Toma, Hancock, & Ellison, 2008), 온라인 데이팅 이용자들에게 거짓말은 온라인에서 만난 사람을 오프라인에서 만나는 것에 있어 하나의 위험 요소로 인지되어 왔다(Couch, Liamputtong, & Pitts, 2012). 이러한 상황에서 많은 온라인 데이팅 이용자들은 상대방에 대한 일종의 불확실성을 느끼게 될 수 있으며, 이러한 불확실성을 해소하기 위해 여러 유형의 정보 추구 전략에 참여하게 된다. 선행연구는 이러한 온라인에서의 정보 추구 전략을 수동적, 상호작용적, 능동적, 추출적의 4가지로 구분하였다(Ramirez et al., 2002). 그러나 이러한 정보 추구 전략이나 불확실성 감소 행위를 온라인 데이팅 분야에 적용한 연구는 다양하지 않은 상황이며(강재원, 2012; Corriero & Tong, 2016; Gibbs, Ellison, & Lai, 2011), 이러한 연구마저도 이용자들을 특정 한가지의 정보 추구전략을 배타적으로 사용하는 이용자로 상정하는 한계를 가지고 있다. 그러나 온라인 데이팅 서비스의 이용은 온라인상에서의 만남만이 아니라 실질적인 만남으로 이어질 수 있기 때문에, 상대의 진실성을 파악하기 위해서 이용자에 따라서 여러 개의 정보 추구 전략을 동시에 사용할 가능성이 있다. 따라서 특정 정보 추구 전략만을 사용하는 이용자와 여러 개의 정보 추구 전략을 이용하는 이용자들은 차별화된 이용 행태를 보일 가능성이 있다. 이러한 점을 고려한다면, 이용자들이 어떤 전략을 구사하는지를 유형화할 필요가 있다.

한편 이용자들이 특정한 정보 추구 전략을 사용하는 데에는 개인의 성향이나 데이팅 서비스를 이용하는 목적 등 다양한 요소가 작용할 수 있다. 먼저 코리에로와 통(2016)은 이용 동기가 데이팅 앱 이용자들의 정보 추구 전략 사용에 영향을 미친다는 것을 밝혔는데, 그들에 따르면 성적인 만남을 목적으로 데이팅 앱을 이용하는 이용자의 경우 상대방에 대해 오히려 높은 불확실성을 원하기 때문에 이러한 이용자들은 전체적인 정보 추구 행동을 적게 하는 경향이 있다. 하지만 이처럼 정보 추구 전략과 관련된 기존 문헌들은 온라인 데이팅의 이용 동기로 성적 욕구 해소나 사랑 찾기 등 직접적인 만남과 관련된 동기만을 논의하고 있다. 그러나 온라인 데이팅 앱의 이용 동기는 자기확인, 온라인에서의 소통 용이성 등 다양한 요소가 있다(Orosz et al., 2018; Sumter, Vandenbosch, & Ligtenberg, 2017). 따라서 본 연구에서는 이러한 다양한 이용 동기를 분석에 포함시켜, 이용 동기에 따라서 차별화되는 정보 추구 전략을 사용하는지 살펴봄으로써 능동적인 이용자의 관점으로 정보 추구 전략의 사용을 논의하고자 한다.

또한 온라인 데이팅 앱의 이용은 기본적으로 개

인의 프라이버시를 기반으로 이루어진다는 점에서 정보 추구 전략 행동에 영향을 미치는 변인으로 이용자의 프라이버시 우려를 들 수 있고, 기존 연구들은 공통적으로 프라이버시 우려가 높을수록 정보 추구 행동을 더 많이 한다고 논의하고 있다(Corriero & Tong, 2016; Gibbs, Ellison, & Lai, 2011). 이에 본 연구는 이러한 기존 연구들의 결과를 토대로 프라이버시 우려가 정보 추구 전략에 따른 이용자 유형을 분류하는 데에도 영향을 미치는지 확인하고자 한다.

한편 상대에 대한 불확실성을 낮추기 위해서 사용하는 정보 추구 전략의 사용이 실질적으로 데이팅 앱 이용자 간의 관계 형성과 관계의 질에 긍정적 영향을 미치는지 살펴볼 필요가 있다. 이를 위해서 본 연구는 이용자 유형별로 상대방에게 느끼는 신뢰, 상대방과 오프라인 관계를 형성하고자 하는 의도, 그리고 상대방과의 관계 만족도에 차이가 있는지를 확인하고자 한다. 기존 연구에서 언급되었듯 신뢰는 연인 관계나 사랑에 있어 가장 중요한 구성요소 중 하나이다(Campbell & Stanton, 2019; Fehr, 1988). 또한 오프라인 관계 형성 의도는 상대방을 온라인에서뿐만 아니라 실제로 만나 관계를 발전시키고자 하는 데에 있어 가장 핵심적인 변인이며, 관계 만족도는 온라인 데이팅을 통한 관계가 일회적으로 끝나지 않고 실질적으로 장기적이고 진지한 관계로 이어질 수 있을 것인지를 판가름하는 요소라고 볼 수 있다. 기존의 온라인 데이팅 앱 관련 연구들이 온라인 데이팅에서의 관계가 오프라인으로 전환되는 과정과 효과를 이해하는 데 많은 주의를 기울이지 않고 있다는 한계를 고려하여(Ramirez et al., 2015), 본 연구에서는 정보 추구 전략에 따른 이용자 유형별로 상대방에 대한 신뢰, 오프라인 관계 형성 의도, 관계 만족도에 차이가 있는지 살펴봄으로써 어떠한 정보 추구 전략 유형이 결과적으로 긍정적인 관계 형성에 도움이 되는지에 대해 살펴보고자 한다. 본 연구를 통해서 정보 추구 전략에 따라 이용자들을 유형화하고, 이에 따른 데이팅 앱 사용의 결과를 비교함으로써 실무적으로 온라인 데이팅 서비스의 마케팅 전략 수립과 실행에 대한 시사점을 제시할 수 있기를 기대한다.

이론적 배경

1. 데이팅 앱에서의 불확실성과 정보 추구 전략

데이팅 앱을 비롯한 온라인 데이팅은 많은 인기를 얻으며 빠르게 성장하고 있는데(Finkel et al., 2012), 온라인상에서 연애 혹은 결혼 상대를 만난 이성애자 커플은 1995년부터 2009년 사이 22%로 증가하였으며, 2017년에는 온라인을 통한 만남이 친구를 통한 만남을 넘어서 가장 대중적인 방식이 되었다(Rosenfeld et al., 2019).

이처럼 온라인 데이팅이 연애 혹은 결혼 상대를 만나는 주된 방법 중 하나로 성장하고 있지만, 이용자들은 상대방에 대한 불확실성으로 인해 상대방을 실제로 만나는 것을 꺼리게 될 수 있다. 이러한 불확실성은 특히 온라인 데이팅에서 만연한 거

짓말과도 관련이 있을 수 있는데, 거짓말은 데이트 상대를 찾기 위해 흔히 사용되어 온 전략으로(Sharabi & Caughlin, 2018), 한 연구에 따르면 인터뷰에 참가한 이용자의 81%가 키, 몸무게, 나이 중 하나 이상의 정보에 대해 거짓말을 했다고 밝히기도 하였다(Toma, Hancock, & Ellison, 2008). 이처럼 온라인에서 만난 사람을 오프라인에서 만날 때, 거짓말은 하나의 위험 요소로 인지되어 왔는데, 이것은 온라인 데이팅 서비스에서 상대방의 부정확한 정보나 상대방이 어떠한 사람인지를 확인하기 어렵기 때문이다(Couch et al., 2012).

위와 같은 이유로 이용자들은 서로에게 일종의 불확실성을 느끼게 된다. 이처럼 온라인 상황에서 얻어지는 정보는 불확실성의 정도에 영향을 미칠 수 있으며, 사람들은 여러 유형의 정보 추구 행동을 통해 상대방에 대한 불확실성을 감소시키고자 한다(Ramirez et al., 2002). 온라인에서의 불확실성을 감소시키기 위한 사람들의 정보 추구 전략은 크게 4가지 유형으로 구분해볼 수 있다. 첫째는, 수동적(passive) 전략으로 관찰을 통해 상대방에 대한 정보를 얻는 것을 말한다(Ramirez et al., 2002). 상당한 양의 정보는 그저 관찰만으로도 얻어질 수 있는데, 이러한 전략을 취함으로써 개인은 상대방에게 자신이 드러나거나 자신을 표현하는 것에 대해 우려하지 않아도 된다(Berger & Kellermann, 1994). 소셜 미디어에서 수동적 정보 추구 전략은 상대방이 남긴 글을 읽거나, 프로필 혹은 사진을 보는 등의 행위(Antheunis, Valkenburg, & Peter, 2010), 또는 프로필 사진과 프로필 정보를 비교하는 행위(Gibbs et al., 2011) 등으로 나타날 수 있다.

두 번째로 상호작용적(interactive) 전략은 당사자가 정보를 얻기를 원하는 상대방과 직접적인 상호작용을 통해 정보를 얻는 방식이다(Ramirez et al., 2002). 소셜 미디어에서는 상대방에게 학력이나 직장과 같은 개인정보나 혹은 여가생활과 같이 얻고자 하는 정보에 대해 직접 물어보는 행위(Antheunis et al., 2010), 상대방이 말했던 내용이나 프로필 정보에 대해 추가적으로 질문하는 행위(Gibbs et al., 2011) 등을 포함한다. 또한 자신이 특정한 정보를 공개했을 때 타인이 비슷한 정보를 공개할 것이라는 가정 하에 자신의 정보를 전략적으로 공개하는 것, 상대방을 안심시켜 상대방이 스스로에 대해 이야기할 의향을 더 가지도록 만드는 것 등도 이러한 전략에 속할 수 있는데(Berger & Kellermann, 1994), 이러한 점에서 자신의 정보를 상대방에게 말해주는 것 또한 상호작용적 정보 추구 전략의 일부가 될 수 있다(Antheunis et al., 2010).

세 번째로 능동적(active) 전략은 상대방과의 직접적인 상호작용 없이 타인이나 제3의 정보원을 통해 간접적으로 정보를 얻는 것을 말한다(Ramirez et al., 2002). 이러한 능동적 전략은 상대방과 친한 타인과의 대화를 통해 정보를 얻거나, 상대방이 작성한 메시지를 제3의 출처로부터 전달받아서 얻는 등의 행동을 포함할 수 있다(Antheunis et al., 2010; Ramirez et al., 2002).

네 번째로 추출적(extractive) 전략은 인터넷상에서 찾을 수 있는 타인에 대한 정보를 수집하고자

검색 엔진을 사용하는 행동을 말한다(Ramirez et al., 2002). 이러한 방식은 상대방이 모르는 사이에 상대방에 대한 정보를 수집할 수 있다는 점에서, 정보를 찾는 이용자에게 특별히 가치 있는 정보를 제공해줄 수 있다(Ramirez et al., 2002). 특히 온라인 데이팅 이용자들의 추출적 정보 추구 전략은 흔히 '구글링(Googling)', 즉 포털 사이트 구글(Google)에 상대방의 이름 등을 검색하여 상대방의 개인정보나 배경 등에 대해 알아보고자 하는 행위로 대표될 수 있다(Gibbs et al., 2011).

한편 각각의 정보 추구 전략은 배타적인 방식이 아니기 때문에, 이용자들은 이러한 정보 추구 전략을 모두 사용하거나, 혹은 일부 전략을 동시에 사용함으로서 다양한 층위를 구성하고 있다고 할 수 있다. 그러나 정보 추구 전략과 관련된 기존 연구들은 이용자들을 특정 하나만의 전략만을 배타적으로 사용하고 있는 이용자로 상정함으로써 실제 이용자들의 이용 행태를 적절히 반영하지 못하는 것으로 보인다. 따라서 본 연구에서는 이용자들을 정보 추구 전략에 따라서 군집, 유형화함으로써 보다 타당하게 온라인 데이팅 이용자들의 정보 추구 행위를 파악하고자 한다. 이에 다음과 같은 연구문제를 설정하였다.

- 연구문제 1. 데이팅 앱 이용자들은 그들이 사용하는 정보 추구 전략에 따라서 어떠한 유형으로 나뉠 수 있는가?

2. 정보 추구 전략 유형에 영향을 미치는 요인

2.1 이용 동기

데이팅 앱의 이용 동기는 기존의 데이팅 앱 연구에서 주된 연구 대상이 된 이용자들의 특성 중 하나이다. 온라인 데이팅 서비스의 이용 동기는 연구자에 따라 다양하게 분류되었는데, 예컨대 재미 추구, 성적인 목적, 마음이 맞는 사람을 찾기 위해서, 지루함 해소, 휴식, 사람을 만나기 쉬운 방법이라서, 가벼운 만남, 진지한 관계, 유희성, 자기 만족성, 대인관계성, 자존감 향상, 사랑 찾기, 소통 용이성, 연애, 자기 확인, 자극 및 흥분, 유행(박웅기·사자엽, 2019; Bryant & Sheldon, 2017; Couch et al., 2008; Orosz et al., 2018; Sumter et al., 2017)등으로 제시되었다.

이처럼 다양한 이용 동기들은 이용자들이 정보 추구 전략을 사용하는 데에도 영향을 미칠 수 있다. 코리에로와 통(2016)은 단순히 재미를 위해 데이팅 앱을 이용하는 이용자들은 상대방과의 지속적인 상호작용을 목적으로 하지 않기 때문에 상대방에 대한 불확실성에 많은 관심을 갖지 않는다고 주장하였다. 이러한 연구 결과는 어떤 이용 동기를 가지고 데이팅 앱을 이용하는지에 따라서 상대방에 대한 불확실성을 얼마나 해소하고 싶어 하는지에 차이가 나타날 수 있으며, 이에 따라 불확실성을 해소하기 위한 이용자들의 정보 추구 전략 사용에도 차이가 있을 수 있음을 시사한다.

데이팅 앱 이용 동기와 정보 추구 전략 사용과의 관계를 발견한 선행연구들은 연애 동기와 가벼운

관계 동기 등 직접적인 만남과 관련된 동기만 측정했을 뿐 다양한 온라인 데이팅 서비스 이용 동기를 측정하지 않았고, 정보 추구 전략의 각 유형을 구분하지 않았다는 한계점이 있다. 이를테면, 능동적 정보 추구 전략은 대체로 SNS에서 상대방의 정보를 찾는 방식으로 나타나는데, 이처럼 SNS에서 상대방에 대한 정보를 추적하는 것은 상대방을 감시하고 지켜보는 행위로 여겨지거나(Tokunaga, 2011), 심하게는 온라인상에서의 스토킹으로도 비춰질 수 있다는 점에서(Muise, Christofides, & Desmarais, 2014) 연애 동기를 지닌 이용자들이나 단순히 가벼운 관계를 추구하는 이용자들은 이러한 정보 추구 전략 사용을 꺼릴 수 있다. 반대로, 온라인에서의 소통이 오프라인에서보다 용이하다는 이유로 데이팅 앱을 이용하는 이용자들은 다른 이용자들에 비해서 다른 온라인 매체도 더 쉽게 이용할 가능성이 높으며, 이러한 경우 다양한 SNS나 검색 엔진을 활용해야 하는 능동적 정보 추구 전략이나 추출적 정보 추구 전략에 참여할 가능성이 높다고 추측해볼 수 있다.

이처럼 이용자들이 지닌 이용 동기는 이용자들이 어떠한 정보 추구 전략 유형에 속하는지에 영향을 미칠 수 있는 변인일 것으로 여겨진다. 이에 본 연구에서는 다음과 같은 연구문제를 설정하였다.

- 연구문제 2-1. 데이팅 앱 이용자의 이용 동기에 따라서 정보 추구 전략 유형에 차이가 있는가?

2.2 프라이버시 우려

온라인 데이팅에 관한 선행연구에 따르면 이용자들의 프라이버시 우려는 정보 추구 행동에 영향을 미치는 변인이다(Gibbs et al., 2011). 데이팅 앱에서는 자신이 공개하기로 선택한 개인정보를 타인이 볼 수 있고(Corriero & Tong, 2016), 특히 데이팅 앱이 요구하는 위치 정보나 성적 지향과 같은 정보는 개인에게 민감한 정보일 수 있기 때문에(Ostheimer & Iqbal, 2019), 많은 이용자들은 데이팅 앱 환경에서 프라이버시에 대해 우려하게 된다.

선행연구들은 프라이버시 우려와 정보 추구 전략 사이의 연관성을 지적하였는데, 이에 따르면 프라이버시 우려가 증가할수록 이용자들은 자신의 정보를 타인에게 공개하기 전에 상대방의 정보를 검증하기 위해 노력하며, 타인이 공개한 정보에 대해서도 의심하기 때문에 타인에 대한 불확실성이 더 커질 수 있고(Gibbs et al., 2011), 이는 더 많은 정보 추구 전략에 참여하는 것으로 이어질 수 있다. 또한 이용자들이 프라이버시에 대해 더 많이 우려할수록 상대에 대해 원하는 불확실성의 정도가 더 낮아졌다(Corriero & Tong, 2016)는 점에서 프라이버시 우려가 증가할수록 정보 추구 전략의 사용이 증가할 개연성이 있다.

기존 연구들은 프라이버시 우려와 전체적인 정보 추구 전략 사용의 관계만을 발견했을 뿐, 정보 추구 전략의 각 유형과 프라이버시 우려의 관계는 구분하지 않았다는 한계점이 있다. 프라이버시 우려는 이용자들이 어떠한 종류의 정보 추구 전략을 사용할 것인지에 영향을 미칠 수 있는데, 이를테면

상호작용적 전략은 기본적으로 상호작용을 통한 상호적 자기 공개를 수반하기 때문에(Berger & Kellermann, 1994), 만일 어떠한 이용자가 자신의 정보는 노출하지 않은 채 상대방의 정보만 알고 싶다면 상호작용적 전략보다는 다른 전략을 더 선택할 가능성이 높을 수 있다. 반대로 수동적 전략의 경우 상대방에게 자신이 드러나거나 자신을 표현하는 것에 대해 우려하지 않아도 되는 전략이며(Berger & Kellermann, 1994), 능동적 전략이나 추출적 전략 또한 상대방과의 직접적인 상호작용 없이 타인이나 제3의 정보원을 통해 간접적으로 정보를 얻는 방식이기 때문에(Ramirez et al., 2002), 프라이버시에 대한 우려가 높은 이용자들은 이러한 전략을 상대적으로 선호할 수 있다. 이러한 점에서, 프라이버시 우려는 단순히 이용자들이 정보 추구 전략에 참여하는 정도 뿐만 아니라 이용자들이 각각의 정보 추구 전략 유형 가운데 어떠한 유형에 속할 것인지에도 영향을 미칠 수 있는 변인이라고 볼 수 있다. 따라서 본 연구에서는 다음과 같은 연구문제를 설정하였다.

- **연구문제 2-2. 데이팅 앱 이용자의 프라이버시 우려에 따라서 정보 추구 전략 유형에 차이가 있는가?**

한편, 이번에는 이러한 정보 추구 전략 유형에 따라서 어떤 차별화된 데이팅 앱 경험을 하게 되는지, 미디어 경험에 대한 논의가 필요하다.

3. 이용자 정보 추구 전략 유형에 따른 데이팅 앱 경험

3.1 신뢰

신뢰는 건전하고 안정적인 연인 관계에서 가장 중요한 요소 중 하나로, 사랑의 가장 중요한 구성요소이기도 하다는 점에서(Campbell & Stanton, 2019; Fehr, 1988), 데이팅 앱을 통한 관계가 발전하는 과정에서 중요한 변인 중 하나이다. 특히 온라인 데이팅의 여러 위험과 불확실성으로 인해 신뢰는 이용자들에게 있어 중요한 문제이다(Chen et al., 2020). 이는 온라인의 익명성으로 인해 이용자들은 서로가 현실 세계에서 어떤 사람인지 모르기 때문에 서로를 불신하게 될 수 있는 것과도 관련이 있다고 볼 수 있다(Gavin et al., 2019).

신뢰는 온라인에서 서로를 알게 된 데이팅 앱 이용자들이 오프라인에서 관계를 발전시키는 데에도 주된 역할을 할 수 있다. 신뢰는 온라인 데이팅에서 알게 된 프로필 속의 상대방과 데이트를 하고자 하는 의도에도 긍정적인 영향을 미치는 변인으로 나타났으며(Wotipka & High, 2016), 성별이나 신체적 매력 등을 통제한 상태에서도 데이트 의도에 유의미한 긍정적 영향을 미치는 변인으로 밝혀졌다(McGloin & Denes, 2018).

한편 이용자들의 정보 추구 전략은 데이팅 앱을 통해 알게 되는 상대방에 대한 신뢰에 영향을 미칠 수 있다. 정보 추구 전략을 사용함으로서 상대방에 대한 정보를 얻게 됨에 따라, 실제로 상대방에 대해 더 잘 알게 될 수 있고, 상대방을 더 신뢰하게

될 수 있기 때문이다. 선행연구에 따르면, 온라인 데이팅에서 프로필 정보의 진위를 확인할 수 있는 외부 링크 등을 첨부하여 정보에 대한 제3의 정보원을 제공한 경우, 이용자들은 더 높은 신뢰를 보였다(Wotipka & High, 2016). 능동적 정보 추구 전략이나 추출적 정보 추구 전략이 이와 유사하게 제3의 정보원을 통해 상대에 대한 정보를 얻는 방식임을 고려하면, 이러한 정보 추구 전략을 사용하는 것이 상대방에 대한 신뢰를 높일 수 있을 것이라고 추측해볼 수 있다.

그러나 정보 추구 전략을 많이 사용함으로써 상대방에 대해 더 많은 진실을 알게 될수록 오히려 상대방에 대한 신뢰가 낮아질 가능성도 존재한다. 만일 상대방이 거짓말을 한 경우, 다양한 정보 추구 전략을 적극적으로 사용함으로써 오히려 상대방이 거짓말을 했다는 사실을 발견할 가능성이 높아질 수 있기 때문이다. 따라서 정보 추구 전략이 신뢰에 미치는 영향은 반드시 긍정적이지만은 않을 수 있다. 이러한 측면에서 데이팅 앱 이용자들을 정보 추구 전략에 따라 분류하고, 이용자 유형별로 신뢰에 차이가 있는지를 살펴본다면 어떠한 정보 추구 전략을 사용하는 것이 상대방에 대한 높은 신뢰를 갖고, 보다 긍정적인 관계 형성에 도움을 줄 것인지에 대해 논의할 수 있을 것으로 보인다. 따라서 본 연구에서는 다음과 같은 연구문제를 설정하였다.

- 연구문제 3-1. 데이팅 앱 이용자의 정보 추구 전략 유형에 따라서 데이팅 앱을 통해 만나는 상대방에 대한 신뢰에 차이가 있는가?

3.2 오프라인 관계 형성 의도

어떠한 정보 추구 전략의 사용이 성공적인 오프라인 관계를 가져올 수 있는지를 확인하기 위해선 이용자들의 오프라인 관계 형성 의도를 살펴볼 필요성이 있다. 기존의 연구들은 지각된 신체적 매력(McGloin & Denes, 2018), 상대방에 대한 신뢰(Wotipka & High, 2016) 등의 변인이 오프라인 데이트 의도와 긍정적인 상관관계가 있으며, 온라인에서 긴 시간 동안 대화하는 것은 대면 만남의 질에 부정적인 결과를 초래한다는 것을 발견하였다(Ramirez et al., 2015). 그러나 정보 추구 전략이 온라인에서 만나는 데이트 상대에 대한 불확실성을 낮추려는 의도에서 사용된다는 점에서 데이팅 앱 이용자들의 정보 추구 전략 유형이 이용자들의 오프라인 관계 형성 의도에 어떠한 영향을 미치는지를 파악할 필요가 있다.

정보 추구 전략을 통해 상대방에 대한 정보를 얻고 불확실성을 감소시키는 것 자체는 상대방을 실제로 만나고자 하는 의도를 높일 수 있다. 그러나 수동적 정보 추구 전략이나 상호작용적 정보 추구 전략을 통해 상대방이 직접 제공하는 프로필이나 상대방과의 직접적인 질의응답에서 얻는 정보들은 대체적으로 상대방이 스스로 좋은 사람으로 보이고자 하는 인상관리의 영향을 받기 때문에 상대방에 대한 긍정적인 정보를 담고 있을 가능성이 높은 반면(Ellison, Heino, & Gibbs, 2006; Toma & Hancock, 2010), 능동적 정보 추구 전략이나 추출적 정보 추구 전략을 통해 상대방이 직접 제공하지 않는 정보를 접하게 될 경우 상대방에 대해 오

히려 좋지 않은 내용을 알게 될 수 있다. 이를테면, 상대방의 과거 관계나 연인들에 대한 정보를 얻게 되는 것은 현재 그와 만나고자 하는 데이팅 앱 이용자에게 부정적인 감정을 불러일으킬 수 있다(Frampton & Fox, 2018). 특히 SNS에 업로드된 정보는 온라인상에서 누구에게나 접근 가능할 수 있으며, 과거의 정보들까지도 모두 저장하고 있을 수 있기 때문에 이러한 위험성은 더욱 높아질 수 있다(Treem & Leonardi, 2013; Fox & Moreland, 2015). 이러한 위험성은 정보 추구 전략의 사용이 유형에 따라서는 오히려 상대방과의 오프라인 관계를 형성하고자 하는 의도에 부정적인 영향을 미칠 수 있음을 시사한다.

따라서 본 연구에서는 이용자들이 상대방에 대한 불확실성을 감소시키기 위해 사용하는 정보 추구 전략의 유형에 따라서 이용자들이 지닌 오프라인 관계 형성 의도가 어떻게 다르게 나타나는지 살펴보고자 하며, 이를 통해 어떠한 정보 추구 전략 유형이 오프라인 관계 형성에 보다 효과적인지 발견하고자 한다. 이에 다음과 같은 연구문제를 설정하였다.

- **연구문제 3-2. 데이팅 앱 이용자의 정보 추구 전략 유형에 따라서 데이팅 앱을 통해 만나는 상대방에 대한 오프라인 관계 형성 의도에 차이가 있는가?**

3.3 관계 만족도

관계 만족도는 한 개인이 자신이 형성한 관계에 만족하는 정도로 관계의 지속이나 성공을 예측하는 강력한 변수이다(Anderson & Emmers-Sommer, 2006). 따라서 데이팅 앱 이용을 통해 형성한 관계가 장기적인 유대관계로 이어질 수 있을 것인지를 예측하기 위해서는 이용자들의 관계 만족도를 살펴볼 필요성이 있다.

상대방에 대한 불확실성의 정도는 관계 만족도에 영향을 미치는데, 상대방의 현재 행동을 설명하거나 미래 행동을 예측할 수 있는 정도가 높아질수록, 관계 만족도도 높아진다(Anderson & Emmers-Sommer, 2006). 이와 유사하게 로맨틱한 관계에 있어 상대방과의 관계에 대한 불확실성이 보일 경우 상대방과 자신 모두의 관계 만족도가 낮아지는 것으로 나타났다(Imai, Taniguchi, & Umemura, 2021).

이러한 점에서, 정보 추구 전략의 사용은 상대방에 대한 불확실성을 감소시키고, 상대방이 어떤 사람인지 알게 하며 상대방의 행동을 더 잘 예측할 수 있게 함으로써 상대방과의 관계 만족도에 긍정적인 영향을 미칠 수 있다. 또한 데이팅 앱 이용자들이 정보 추구 전략을 보다 많이 사용할수록 상대방에 대한 정보를 더 많이 얻게 된다면, 이를 통해 상대방이 어떠한 사람인지에 대해 더 잘 알게 될 수 있기 때문에 자신과 잘 맞는 상대방을 찾을 가능성도 높아질 수 있다. 이러한 점에서, 정보 추구 전략은 상대방과의 관계 만족도에도 영향을 미칠 수 있다.

그러나, 앞서 언급한 선행연구들은 대부분 실질적으로 어떠한 정보 추구 전략의 사용이 직접적으로 관계 만족도에 긍정적 영향을 미치는지에 대해서는 주목하지 않았다. 특히 정보 추구 전략의 유형에 따라서 상대방에 대해 접근 가능한 정보의 양과 질이 달라질 수 있기 때문에, 정보 추구 전략의 유형

에 따라 자신과 잘 맞는 상대방을 찾고, 상대방에 대한 불확실성을 감소시키는 데에 긍정적 영향을 미칠 수 있는 정도도 달라질 것으로 추측된다. 이러한 측면에서 엔더유니스와 동료들(Antheunis et al., 2010)은 정보 추구 전략의 종류에 따라 상대에 대한 불확실성이 해소되는 정도가 다를 수 있음을 지적하였는데, 이들에 따르면 상호작용적 정보 추구 전략은 불확실성 감소에 긍정적 영향을 미쳤지만 수동적 정보 추구 전략과 능동적 정보 추구 전략은 불확실성 감소에 유의미한 영향을 미치지 않았다.

위의 논의에 근거해서, 본 연구에서는 정보 추구 전략에 따른 이용자 유형 간에 관계 만족도에 차이가 있는지 살펴봄으로써, 어떠한 정보 추구 전략의 사용이 관계 만족도에 긍정적인 영향을 미칠 수 있을 것인지를 발견하고자 한다. 따라서 다음과 같은 연구문제를 설정하였다.

- 연구문제 3-3. 데이팅 앱 이용자의 정보 추구 전략 유형에 따라서 데이팅 앱에서 만나는 상대방과의 관계 만족도에 차이가 있는가?

연구 방법

1. 표집

1.1 사전 심층인터뷰

본 연구에서 살펴보고자 하는 주요 변인들의 기존 측정 도구들은 데이팅 앱과 관련되지 않은 연구들을 위해 개발된 것으로, 데이팅 앱이 가지고 있는 특수성을 반영하지 못할 우려가 있다. 따라서 본 연구에서는 데이팅 앱 이용자들을 대상으로 사전 인터뷰를 실시하여 기존 측정 문항을 본 연구에서 사용하는 것에 대한 타당성을 확인하고, 기존 측정 문항을 보완할 수 있는 새로운 문항들을 추가하고자 하였다. 사전 인터뷰는 데이팅 앱 이용자 6명을 대상으로 기존 관련 연구들을 바탕으로 구성된 질의응답 후에 참가자들의 응답에 관한 추가적인 설명이나 정보를 묻는 방식으로 진행되었다. 이를 통해 인터뷰 참가자들의 데이팅 앱에 관한 기본적인 태도, 이용 동기, 이용 방식, 이용 경험과 관련한 응답과, 데이팅 앱을 사용할 때 상대방에 대한 불확실성을 감소시키기 위해 활용하였던 정보 추구 전략들에 대한 응답을 수집하였다.

사전 인터뷰에 참가한 응답자들은 공통적으로 본 연구에서 살펴보고자 했던 바와 같이 데이팅 앱에서 알게 된 상대방에 대해 어느 정도의 불확실성을 느낀다고 응답하였다. 또한 참가자들은 다양한 정보 추구 전략을 활용함으로써 상대방에 대한 신뢰를 제고하고, 나아가 상대방과의 오프라인 만남을 계획하거나 상대방과의 관계를 더욱 발전시키고자 하는 등의 의사 결정을 내린다고 응답하기도 하였다.

즉 사전 인터뷰를 통해 이용자들이 다양한 방식으로 데이팅 앱에서 만난 상대방에 대한 정보 추구 행위를 한다는 사실을 알 수 있었으며, 이러한 응답들을 통해 이용자들의 정보 추구 전략에 대한 측정 문항을 도출할 수 있었다.

1.2 본 설문조사

본 연구는 데이팅 앱 서비스를 사용해 보았거나, 사용하고 있는 이용자를 모집단으로 하며, 기존 연구에서 사용된 측정 문항들과 본 연구를 위해 진행된 사전 심층인터뷰에서 추출한 측정 문항들을 바탕으로 구성한 최종 설문지 링크를 각종 온라인 커뮤니티에 게시하는 방식으로 편의 표집에 의한 온라인 설문조사를 진행하였다. 온라인 설문조사를 통한 응답 수집은 2021년 10월 22일부터 약 1주일간 진행되었으며, 이를 통해 총 255명의 응답을 수집하였다. 그 가운데서 데이팅 앱을 이용해본 적이 없거나, 이용해본 적이 있더라도 타인과 대화한 경험이 없는 경우, 혹은 절반 이상 미완성되거나 지나치게 불성실한 응답은 제외하였다. 이를 통해 총 178명의 응답을 바탕으로 연구 결과를 도출하였다.

이러한 178명의 응답자 중에서, 여성은 93명(52.2%), 남성은 85명(47.8%)명이었으며, 이용자들은 평균적으로 11.4개월간 데이팅 앱을 이용했다고 응답하였다. 또한, 이들은 평균적으로 이용기간 내내 23명의 다른 이용자와 대화를 나누었다고 응답했으며, 그 중 평균적으로 4명을 실제로 만났다고 응답했으나 절반에 달하는 49.2%의 응답자가 데이팅 앱에서 만난 사람과 실제로 연애로 이어지지는 못했다고 응답하였다.

2. 주요 변인의 측정

2.1 정보 추구 전략

정보 추구 전략이란 불확실성을 감소시키기 위하여 상대방에 대한 정보를 수집하는 행동들로 정의하였다. 본 연구에서는 정보 추구 전략을 4가지 유형으로 구분한 선행연구(Ramirez, et al., 2015)에 근거하여 기존의 연구에서 사용된 문항들을 본 연구의 목적에 맞게 수정하여 사용하되, 사전 인터뷰를 통해 추출한 문항을 추가하여 수동적 정보 추구 전략을 측정하기 위한 3개 문항, 상호작용적 정보 추구 전략을 측정하기 위한 6개 문항, 능동적 정보 추구 전략을 측정하기 위한 4개 문항, 추출적 정보 추구 전략을 측정하기 위한 3개 문항을 구성하였다. 각 문항은 리커트(Likert) 5점 척도로 측정하였다.

2.2 이용 동기

이용 동기는 데이팅 앱을 이용하는 동기로, 선행연구에서 분류한 연애, 가벼운 관계, 소통 용이성, 자기확인, 자극 및 흥분, 유행의 6가지 동기를 본 연구에 맞게 재구성하여 측정하였다(Sumter et al., 2017). 해당 측정 척도는 데이팅 앱 가운데 '틴더(Tinder)'라는 특정 앱의 이용 동기를 측정하기 위해 개발된 문항들이지만, 국내에서 사용되는 데이팅 앱 대부분도 틴더와 유사한 형태적 속성을 띠고 있다는 점(임은정·최승미, 2021)에서 해당 문항들을 본 연구에도 사용할 수 있을 것으로 판단하였다. 한편 해당 연구에서는 가벼운 관계에 대한 동기를 측정하기 위해 이용자가 성적인 동기를 가지고 있는지를 직접적으로 질문하는 문항을 사용하였는데, 성문화가 서양보다 보수적이라고 여겨지는 한국의 사회적 분위기를 고려하였을 때(조선희·한은주, 2020), 지나치게 노골적으로 성적인 목적을 묻는 질문은 응답자의 사회적

바람직성 편향을 유도하여 연구 결과의 타당성을 해칠 우려가 있다고 판단하였다. 따라서 가벼운 관계 의도를 측정하기 위해서는 다른 선행연구에서 사용한 측정 문항(Orosz et al., 2018)을 사용하였으며, 사전 인터뷰에서 추출한 2문항을 추가하였다. 이를 통해 연애 동기를 측정하기 위한 5개 문항, 가벼운 관계 동기를 측정하기 위한 4개 문항, 소통 용이성 동기를 측정하기 위한 5개 문항, 자기 확인 동기를 측정하기 위한 5개 문항, 자극적 흥분 동기를 측정하기 위한 2개 문항, 유행 동기를 측정하기 위한 3개 문항으로 설문을 구성하였다. 각 문항은 리커트(Likert) 5점 척도로 측정하였다.

2.3 프라이버시 우려

본 연구에서는 프라이버시 우려를 자신의 의지와 무관하게 프라이버시가 침해당하는 것에 대해 걱정하는 것(류성진·고흥석, 2021; 이승은, 2019)으로 정의하였다. 이를 측정하기 위해 선행연구(Dinev & Hart, 2004)의 프라이버시 우려 측정 척도 가운데 정보의 오남용을 측정하기 위해 사용된 문항들을 본 연구의 맥락과 목적에 맞게 수정하여 리커트(Likert) 5점 척도의 4개 문항을 사용하였다.

2.4 신뢰

신뢰는 본래 개인이나 집단이 다른 개인이나 집단의 말을 믿을 수 있는 기대치(Rotter, 1971)로, 본 연구에서는 이러한 신뢰의 개념을 데이팅 앱 환경에 맞게 상대방이 제공하는 정보를 믿을 수 있는 정도로 정의하였다. 이를 측정하기 위해 선행연구(McCroskey & Teven, 1999)의 신뢰(Trustworthiness) 척도를 본 연구의 맥락과 목적에 맞게 일부 수정한 리커트(Likert) 5점 척도의 6개 문항을 사용하였다.

2.5 오프라인 관계 형성 의도

오프라인 관계 형성 의도는 데이팅 앱 프로필 속의 인물을 실제로 만나고자 하는 의도를 의미한다(McGloin & Denes, 2018). 이를 측정하기 위해 선행연구(McGloin & Denes, 2018)에서 데이트 욕구(Desire to date)를 측정하기 위해 개발한 리커트(Likert) 5점 척도의 10개 문항을 사용하였다.

2.6 관계 만족도

본 연구에서 관계 만족도는 한 개인이 자신이 형성한 관계에 만족하는 정도(Anderson & Emmers-Sommer, 2006)로 정의하였다. 이를 측정하기 위해 선행연구(Hendrick, 1988)의 관계 평가 척도를 사용하되 본 연구의 맥락에 맞게 수정하였고, 사전 인터뷰에서 추출한 두 문항을 추가하여 총 9개 문항으로 구성하였다. 각 문항은 리커트(Likert) 5점 척도로 측정하였다.

3. 측정 도구의 타당도 및 신뢰도 분석

각 항목을 측정하기 위한 문항들의 타당도 분석을 위하여, 각 변인별로 요인분석을 실시하였다. 요인 추출 방법으로는 주성분 분석을 사용하였으며, 베리멕스 회전을 실시하였다. 요인분석 과정에서 요인 적재값이 낮아 타당도를 저해하는 문항들의 경우 분석에서 제외하였다. 신뢰도 분석 실시

〈표 1〉 측정 도구의 타당성 및 신뢰도 분석 결과

요인	정보 추구 전략	참고문헌	요인 적재치	아이겐값	설명된 분산값 (%)	Cronbach's alpha
수동적 정보 추구 전략	나는 상대방의 프로필 사진을 살펴본다.	Antheunis et al., 2010	.908	2.438	18.756	.847
	나는 상대방의 프로필 정보를 살펴본다.		.924			
	나는 상대방이 작성한 프로필 정보와 프로필 사진을 비교해본다.	Gibbs, Ellison, & Lai, 2011	.772			
상호작용적 정보 추구 전략	나는 상대방에게 직접 개인적인 정보에 대해 질문한다.	Antheunis et al., 2010	.774	1.821	14.005	.649
	나는 상대방이 거짓말을 하지 않는지 추가 질문을 통해 확인한다.	Gibbs et al., 2011	.774			
	나는 상대방에게 직접 사진을 요구한다.	사전인터뷰	.573			
능동적 정보 추구 전략	나는 상대방에게 SNS 계정을 알려달라고 한다.	사전 인터뷰	.810	3.095	23.809	.893
	나는 상대방의 SNS 친구를 통해 상대방에 대한 정보를 확인한다.		.796			
	나는 상대방이 SNS에서 타인과 대화한 내용을 통해 상대방에 대한 정보를 확인한다.		.833			
	나는 SNS에서 상대방의 친구들이 상대방에 대해 이야기하는 내용을 보고 상대방에 대한 정보를 확인한다.		.828			
추출적 정보 추구 전략	나는 상대방의 정보를 알아보기 위해 구글에 상대방의 이름 혹은 아이디를 검색해본다.	Gibbs et al., 2011	.853	2.366	18.196	.802
	나는 상대방의 정보를 알아보기 위해 SNS에 상대방의 이름 혹은 아이디를 검색해본다.	사전 인터뷰	.766			
	나는 상대방의 사진이 본인이 맞는지 확인해보기 위해 구글 이미지 검색을 활용한다.		.728			
요인	이용 동기	참고문헌	요인 적재치	아이겐값	설명된 분산값 (%)	Cronbach's alpha
연애 동기	연애 상대를 찾기 위해서	Sumter et al., 2017	.904	3.088	20.585	.891
	누군가와 연인 관계를 맺기 위해서		.894			
	누군가와 지속적인 관계를 맺기 위해서		.819			
	나와 함께 할 사람을 찾기 위해서		.814			
가벼운 관계 동기	가벼운 만남 상대를 찾기 위해서	사전 인터뷰	.878	1.789	11.928	.919
	쉽게 가벼운 관계를 맺을 사람을 찾기 위해서		.897			
소통 용이성 동기	오프라인에서보다 온라인에서 부끄러움을 덜 느껴서	Sumter et al., 2017	.829	2.433	16.223	.856
	온라인에서 스스로를 보여주는 것이 더 쉬워서		.828			
	온라인에서 대화하는 것이 더 쉬워서		.810			
자기 확인 동기	내 자존감을 향상시키기 위해서		.825	3.016	20.110	.889
	스스로의 기분을 좋게 만들기 위해서		.803			
	내가 매력적이라는 것을 확인하기 위해서		.842			
	내 외모에 대해 칭찬을 받기 위해서		.838			
재미 동기	재미있어서		.756	1.534	10.229	.640
	새로운 무언가여서		.852			

요인	프라이버시 우려	참고문헌	요인 적재치	아이겐값	설명된 분산값 (%)	Cronbach's alpha
프라이버시 우려	나는 내가 인터넷에 올린 정보들이 악용될 수도 있다는 것에 대해 우려한다.	Dinev & Hart, 2004	.850	2.777	69.417	.842
	데이팅 앱에서 결제를 할 때, 나는 나의 카드 정보가 도용될 수도 있다는 것에 대해 우려한다.		.677			
	나는 내가 인터넷에 올린 정보들을 다른 사람들이 이용할까봐 우려한다.		.893			
	나는 내가 인터넷에 올린 정보들이 예상치 못한 방식으로 사용될까봐 우려한다.		.894			
요인	신뢰	참고문헌	요인 적재치	아이겐값	설명된 분산값 (%)	Cronbach's alpha
신뢰	내가 데이팅 앱에서 만나는 상대방은 솔직하다.	McCroskey & Teven, 1999	.760	4.165	69.421	.911
	내가 데이팅 앱에서 만나는 상대방은 믿을 만하다.		.871			
	내가 데이팅 앱에서 만나는 상대방은 정직하다.		.877			
	내가 데이팅 앱에서 만나는 상대방은 도덕적이다.		.851			
	내가 데이팅 앱에서 만나는 상대방은 윤리적이다.		.798			
	내가 데이팅 앱에서 만나는 상대방은 진실되다.		.837			
요인	오프라인 관계 형성 의도	참고문헌	요인 적재치	아이겐값	설명된 분산값 (%)	Cronbach's alpha
오프라인 관계 형성 의도	내가 만약 데이트 상대를 찾는다면, 나는 상대방에게 데이트를 신청할 것이다.	McGloin & Denes, 2018	.784	5.811	58.110	.917
	나는 상대방에게 호감을 얻기 위해 다가갈 의향이 있다.		.796			
	나는 상대방을 더 알아가기 위해 메시지를 보낼 의향이 있다.		.809			
	만약 상대방이 나에게 데이트를 신청한다면 나는 그에 응할 것이다.		.752			
	만약 상대방이 나에게 말을 건다면 나는 들뜰 것이다.		.728			
	만약 상대방이 나에게 호감을 얻기 위해 다가온다면, 나도 마찬가지로 그 사람에게 다가갈 것이다.		.785			
	나는 상대방과 관계를 지속할 의향이 있다.		.808			
	나는 상대방에게 데이트를 신청하고 싶다.		.803			
	만약 상대방이 나에게 메시지를 보낸다면 나는 기분이 좋을 것 같다.		.715			
	나는 관계를 발전시키기 위해 상대방에게 내 휴대폰 번호를 줄 것이다.		.624			
요인	관계 만족도	참고문헌	요인 적재치	아이겐값	설명된 분산값 (%)	Cronbach's alpha
관계 만족도	데이팅 앱에서 만난 사람(들)은 나의 욕구를 충족시켜 주었다.	Hendrick, 1988	.758	4.111	58.726	.879
	전반적으로, 나는 데이팅 앱에서 만난 사람(들)과의 관계에 만족했다.		.797			

	다른 사람들과의 관계와 비교했을 때, 데이팅 앱에서 만난 사람(들)과의 관계는 만족스러웠다.		.815			
	데이팅 앱에서 만난 사람(들)과의 관계는 나의 기대를 충족시켰다.		.822			
	나는 데이팅 앱에서 만난 사람(들)을 사랑했다.		.678			
	전반적으로, 나는 데이팅 앱 이용에 만족했다.	사전 인터뷰	.746			
	나는 친구 등 지인들에게 데이팅 앱을 통해 사람을 만나는 것을 추천할 것이다.		.739			

결과 요인별로 각각 크론바흐 알파 계수가 0.6 이상임을 확인할 수 있었다. 자세한 결과는 〈표 1〉과 같다.

한편 본래 상호작용적 정보 추구 전략을 측정하고자 사전 인터뷰를 통해 추출한 문항인 '나는 상대방에게 SNS 계정을 알려달라고 한다'의 경우 요인분석을 통해 능동적 정보 추구 전략을 측정하기 위한 문항들과 같은 요인으로 묶인 것을 확인할 수 있었다. 이는 SNS 계정을 물어보는 행위가 궁극적으로는 SNS에서 상대방의 친구나 지인 등 제3의 정보원인 타인을 통해 상대방의 정보를 알아보기 위해 선제적으로 이뤄져야 할 행위이기 때문으로 설명할 수 있다.

또한 이용 동기를 측정하기 위한 문항들에 대해 요인분석을 실시한 결과 선행연구에서 사용된 문항 가운데 유행 동기와 자극적 흥분 동기를 측정하기 위한 문항에서 각각 1개씩의 문항이 함께 묶여 하나의 요인으로 구성되어 재미 동기로 명명하였으며, 이러한 동기는 데이팅 앱을 통해 인간관계를 형성하려는 의도보다는, 단순히 새로운 서비스를 재미로 이용하는 것과 관련이 있는 동기라고 해석할 수 있다.

연구 결과

1. 정보 추구 전략에 따른 이용자 유형화(연구문제 1)

데이팅 앱 이용자들이 사용하는 정보 추구 전략의 종류에 따라 이용자들을 유사한 특성을 지닌 집단으로 유형화하기 위해 군집분석을 시행하였다. 먼저 군집의 개수를 판단하기 위해 4개의 정보 추구 전략을 바탕으로 계층적 군집분석을 시행하였고, 그 결과 이용자 유형은 총 3개의 군집으로 분류하는 것이 적절하다는 것을 확인하였다. 도출된 세 개의 군집유형을 바탕으로 K-평균 군집분석을 시행하였다. 군집분석 결과 〈표 2〉와 같이 군집 1은 54명, 군집 2는 79명, 군집 3은 45명으로 분류되었다. 또한 군집 중심을 확인한 결과, 군집 1은 수동적 정보 추구 전략만을 평균보다 많이 사용하는 것으로 나타났으며, 군집 2는 수동적 정보 추구 전략을 제외한 상호작용적, 능동적, 추출적 정보 추구 전략을 모두 평균보다 많이 사용하는 것으로 나타났다. 한편, 군집 3의 경우 4가지의 정보 추구 전략을 모두 평균 이하의 수준으로 사용하는 것으로 나타났다.

이러한 군집분석 결과를 바탕으로 각 유형의 속성을 해석하자면, 군집 1은 데이팅 앱 상의 프로필

〈표 2〉 정보 추구 전략에 따른 군집분석 결과

변수	군집 1 (관찰형) (N=54)	군집 2 (적극형) (N=79)	군집 3 (소극형) (N=45)	*F*
수동적 정보 추구 전략	.640	−.182	−.450	20.655***
상호작용적 정보 추구 전략	−.006	.641	−1.118	87.884***
능동적 정보 추구 전략	−.247	.749	−1.018	99.480***
추출적 정보 추구 전략	−.511	.798	−.789	95.697***

** $p<.001$

등 상대방이 제공한 정보를 유심히 관찰하는 방식으로 상대방에 대한 정보를 얻고자 하는 이용자 유형이며, 군집 2는 이러한 관찰적 행위보다는 상대방과의 직접적인 대화, SNS를 통한 상대방의 주변 인물 탐색, 포털 사이트와 같은 온라인상에서의 정보 검색 등 보다 적극적이면서도 활동적인 미디어 이용 행위를 통해 상대방에 대한 정보를 찾고자 하는 이용자 유형이라고 볼 수 있다. 한편, 군집 3의 경우 어떠한 정보 추구 전략도 잘 사용하지 않는 집단으로, 정보 추구 행위 자체에 소극적인 이용자 유형으로 해석할 수 있다. 이러한 결과를 바탕으로 군집 1은 '관찰형', 군집 2는 '적극형', 군집 3은 '소극형'으로 명명하였다.

각 군집의 인구통계학 및 데이팅 앱 이용 관련 기본적 특성은 다음의 〈표 3〉과 같다.

2. 정보 추구 전략 유형에 영향을 미치는 요인(연구문제 2-1, 2-2)

연구문제 2-1과 2-2는 앞서 연구문제 1에서 도출한 이용자들의 세 개의 정보 추구 전략 유형의 구분에 있어서 이용 동기, 프라이버시 우려가 어떠한 영향을 미치는지에 대해 살펴보고자 하는 것이었다. 이를 위해 다항 로지스틱 회귀분석을 실시하였다. 분석을 통해 먼저 모형의 적합도와 우도비를 검증한 결과 카이제곱 값 62.636, 자유도는 16으로 나타났고 유의확률 값은 .001보다 작아 통계적으로 유의하였다. 또한 Nagelkerke R-제곱 값이 0.336으로 종속변수 변화량에 33.6% 정도 영향을 미친다고 해석할 수 있다. 즉 독립변인 중 적어도 하나는 종속변수에 대해 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

〈표 3〉 각 집단의 기본적 특성

변수		군집 1 (관찰형)		군집 2 (적극형)		군집 3 (소극형)	
성별	남성	N=22 (40.7%)		N=45 (57.0%)		N=18 (40.0%)	
	여성	N=32 (59.3%)		N=34 (43.0%)		N=27 (60.0%)	
변수		평균	표준편차	평균	표준편차	평균	표준편차
이용 기간 (개월)		14.80	18.97	11.00	14.07	8.29	12.90
대화한 상대방 수		24.56	25.81	23.97	46.42	19.71	25.99
만난 상대방 수		5.38	5.30	3.76	4.76	4.75	7.24
연애한 상대방 수		.89	.89	.91	1.19	.53	.76

〈표 4〉 정보 추구 전략유형에 영향을 미치는 변인 분석 결과

종속변수 (정보 추구 전략유형)	독립변수	유의확률(p)	Exp(B)
관찰형	연애 동기	.018	1.847
	가벼운 관계 동기	.314	1.225
	소통용이성 동기	.830	0.951
	자기 확인 동기	.460	1.198
	재미 동기	.401	1.254
	프라이버시 우려	.034	1.646
적극형	연애 동기	.269	1.343
	가벼운 관계 동기	.198	1.312
	소통용이성 동기	.009	2.022
	자기 확인 동기	.000	2.656
	재미 동기	.007	0.443
	프라이버시 우려	.017	1.828

〈참조 범주: 소극형〉

연구문제 2-1을 위해 각 이용 동기의 하위 요인들이 정보 추구 전략 유형에 영향을 미치는지 살펴본 결과, 〈표 4〉와 같이 참조 범주를 소극적 정보 추구형으로 설정했을 때[1], 이용 동기 가운데 연애 동기, 소통 용이성 동기, 자기 확인 동기, 재미 동기가 이용자들의 정보 추구 전략 유형 구분에 유의미한 영향을 미침을 알 수 있었다. 즉 이용자의 연애 동기(β=1.847, p〈.05)가 높을수록, 해당 이용자가 소극형보다 관찰형에 속할 확률이 증가하였다. 또한, 이용자의 소통 용이성 동기(β=2.022, p〈.01)와 자기 확인 동기(β=2.656, p〈.001)가 높을수록, 해당 이용자가 소극형보다 적극형에 속할 확률이 증가하였다. 반대로, 재미 동기(β=0.443, p〈.01)가 높을 때는 해당 이용자가 적극형보다 소극형에 속할 확률이 증가하였다.

한편 연구문제 2-2를 위해 프라이버시 우려가 정보 추구 전략 유형에 영향을 미치는지 살펴본 결과, 프라이버시 우려가 정보 추구 전략 유형 구분에 유의미한 영향을 미침을 알 수 있었다. 참조 범주를 소극형으로 설정하였을 때, 프라이버시 우려(β=1.646, p〈.05)가 높을 때, 해당 이용자가 소극형보다 관찰형에 속할 확률이 증가하였고, 프라이버시 우려(β=1.828, p〈.05)가 증가할 때, 해당 이용자가 소극형보다 적극형에 속할 확률 또한 증가하였다.

3. 이용자의 정보 추구 전략 유형에 따른 데이팅 앱 이용 경험(연구문제 3)

3.1 신뢰(연구문제 3-1)

연구문제 3-1은 이용자의 정보 추구 전략 유형

1) 소극형은 수동적 정보 추구전략, 상호작용적 정보 추구전략, 능동적 정보 추구전략, 추출적 정보 추구전략 등 모든 정보 추구전략을 평균이하로 사용하고 있는 집단이기 때문에 타 집단과의 비교에서 참조집단으로 설정하였다.

〈표 5〉 이용자 유형별 오프라인 관계형성 의도, 관계만족도 사후분석 결과

종속변수	이용자 유형(I)	이용자 유형(J)	평균차 (I-J)	표준 오차
오프라인 관계 형성 의도	관찰형	적극형	0.152	0.119
		소극형	0.350*	0.136
	적극형	관찰형	-0.152	0.119
		소극형	0.198	0.126
	소극형	관찰형	-0.350*	0.136
		적극형	-0.198	0.126
관계만족도	관찰형	적극형	-0.140	0.133
		소극형	0.340	0.153
	적극형	관찰형	0.140	0.133
		소극형	0.480**	0.141
	소극형	관찰형	-0.340	0.153
		적극형	-0.480**	0.141

*p<.05, **p<.01

에 따라서 신뢰에 차이가 있는지를 살펴보고자 하는 것이었다. 이를 검증하기 위해 군집 유형별로 신뢰에 대한 일원배치 분산분석(ANOVA)을 실시 결과, 이용자의 정보 추구 전략 유형 간에 신뢰는 유의미한 차이를 나타내지 않았다.

3.2 오프라인 관계 형성 의도(연구문제 3-2)

이용자의 정보 추구 전략 유형에 따라서 오프라인 관계 형성 의도에 차이가 있는지를 분석하기 위해서 오프라인 관계 형성 의도에 대한 일원배치 분산분석(ANOVA)을 실시하였다. 분석 결과, 오프라인 관계 형성의도에 대해서 세 집단간의 유의한 차이가 나타났다(F=3.290, p<.05). 이에 대해 보다 세부적인 집단 간 차이를 살펴보기 위해 사후분석(Scheffe's post-hoc analysis)을 실시하였고, 〈표 5〉와 같이 관찰형 이용자 집단이 소극형 이용자 집단에 비해 오프라인 관계 형성 의도가 더 높은 것으로 나타났다.

3.3 관계 만족도(연구문제 3-3)

이용자의 정보 추구 전략 유형에 따라서 관계 만족도에 차이가 있는지를 분석하기 위해서 관계 만족도에 대한 일원배치 분산분석(ANOVA) 결과, 관계 만족도에 대해서 세 집단간의 유의한 차이가 나타났다(F=5.814, p<.01). 이에 대해 보다 세부적인 집단 간 차이를 살펴보기 위해 사후분석(Scheffe's post-hoc analysis)을 실시하였고, 〈표 5〉와 같이 적극형 이용자 집단이 소극형 이용자 집단에 비해 관계 만족도가 높은 것으로 나타났다.

논의 및 결론

본 연구는 데이팅 앱 이용자들을 대상으로 데이팅 상대에 대한 불확실성을 낮추기 위한 정보 추구 전략에 따라서 어떻게 유형화 될 수 있는지, 각 유

형에 영향을 미치는 이용자의 특성은 무엇인지, 또한 각 유형에 따라서 데이팅 앱 경험인 실질적인 유대관계 형성에 차이가 있는지를 탐색하였다. 연구 결과는 다음과 같다.

첫째, 데이팅 앱 이용자들을 정보 추구 전략을 기준으로 유형화한 결과 '관찰형', '적극형', 그리고 '소극형'의 세 가지 유형이 도출되었다. 둘째, 각 유형에 영향을 미치는 변인을 확인한 결과, 연애 동기가 높은 이용자는 소극형 집단 보다 관찰형 집단에 속할 가능성이 높았으며, 소통 용이성과 자기확인 동기가 높은 이용자는 소극형 집단 보다 적극형 집단에 속할 가능성이 높았다. 또한, 프라이버시 우려가 높을수록 소극형 집단 보다는 관찰형이나 적극형에 속할 가능성이 더 높았다. 셋째, 각 이용자 유형별로 신뢰에는 유의미한 차이가 없었으나, 관찰형이 소극형에 비해 더 높은 오프라인 관계 형성 의도를 보였으며, 적극형이 소극형에 비해 더 높은 관계 만족도를 보였다.

이용자의 유형을 살펴보면, 관찰형 집단의 경우 상대방이 제시하는 프로필 등의 정보만을 기반으로 데이팅을 하는, 가장 기본적인 수준의 정보 추구 전략만을 사용하는 이용자들이라고 볼 수 있다. 반면, 적극형 집단은 모든 정보 추구 전략들을 활발히 사용하지만 상대방이 제시한 정보는 잘 사용하지 않는 것으로 드러났는데, 이들은 상대방이 제공한 정보에 의존하지 않고, 자신이 주도적으로 정보를 찾는 유형의 이용자라고 할 수 있다. 즉 이들은 상대방이 제공하는 정보는 잘 살피지 않으나, 상대방과의 직접적인 질의응답, 상대방의 SNS를 통한 지인 등 주변 인물 및 환경 탐색, 포털 검색 등 다양한 미디어를 활용한 보다 능동적이고 적극적인 방식으로 상대방에 대한 정보를 탐색하는 유형의 이용자들이라고 볼 수 있다. 소극형 집단은 어떠한 유형의 정보 추구 전략도 거의 사용하지 않는 유형으로, 상대방의 정보에 대해 다소 무관심한 이용자들이라고 볼 수 있다.

각 집단 유형을 구분하는데 영향을 미치는 이용 동기는 연애 동기, 소통 용이성 동기, 자기확인 동기이다. 이 중에서 연애 동기가 높을수록 소극형 집단 보다는 관찰형 집단에 속할 가능성이 높지만, 관찰형 집단과 적극형 집단 간에는 유의미한 영향을 미치지 못하고 있다. 그러나 소통 용이성 동기와 자기확인 동기의 경우, 이 두 동기가 높은 이용자들은 관찰형 집단과 소극형 집단보다는 적극형에 속할 가능성이 높다.[2] 이것은 온라인에서의 소통을 오프라인에서의 소통보다 편하게 받아들이며 데이팅 앱을 통해 스스로의 자존감을 향상시키는 데 목적이 있는 이용자들은 적극적으로 다양한 정보 추구 전략에 참여한다는 것을 의미한다. 이처럼 적극형에 속하는 이용자들은 상대방이 제시한 정보에는 관심이 없고, 스스로 적극적으로 정보를 찾는 유형인데, 이러한 이용 행태는 사실상 소통 용이성 동기와 자기확인 동기에 부합하는 행동이라고 할 수 있다. 예컨대 소통 용이성 동기를 가진 이용자는 온라인에서 만나는 사람들과 커뮤니케

2) 관찰형 집단이 참조집단이 됐을 경우, 관찰형 집단과 적극형 집단을 구분할 수 있는 변인은 소통 용이성(β =2.217, $p<0.003$), 자기확인 동기(β =2.217, $p<0.001$)였다.

이션에 어려움을 느끼지 않기 때문에 상대방에게 직접적으로 정보를 확인하는 상호작용적 정보 추구 전략을 사용하기 쉽다. 또한 자기확인 동기는 데이팅 앱 이용을 통해서 자신의 가치를 확인하고 자존감을 향상시키고자 하는 동기로 SNS 이용 정도와 상관관계가 높다(성요안나·현명호, 2016)는 점에서 이러한 동기가 높은 이용자들은 다른 이용자들에 비해 데이팅 앱 이외의 다른 SNS 매체도 활발히 사용하는 이용자들일 가능성이 있기 때문에 능동적 정보 추구 전략이나 추출적 정보 추구 전략 등 적극적인 정보 추구 전략의 사용이 보다 용이할 것으로 보인다. 특히 자기확인 동기가 높은 이용자는 상대방이 제공한 정보를 상대방의 장점이 부각된 왜곡된 정보로 생각하여 이러한 정보에는 관심을 갖지 않을 개연성이 있다고 할 수 있다. 이러한 경우, 자기확인 동기가 높은 이용자들은 데이팅 앱뿐만 아니라 SNS 등 다양한 미디어를 모두 적극적으로 활용하여 상대방에 대한 정보를 확인하는 미디어 이용 행태를 보일 가능성이 높다. 이처럼 정보 추구 전략이 데이팅 상대에 대한 불확실한 정보를 적극적으로 확인해 가는 행동이라는 점에서, 차별화되는 정보 추구 전략의 사용은 이용과 충족 관점의 이용 동기에 기반한 능동적 행위로 보는 것이 타당하다고 판단된다.[3] 즉 데이팅 앱을 이용함에 있어서 적극적으로 상대방에 대한 정보를 찾는 능동적 이용행위를 보여주는 이용자들은 온라인을 통한 소통을 편하게 생각하고, 온라인 환경을 자신의 장점을 드러낼 수 있는 장소로 인지하는 이용자들이라고 할 수 있다. 능동적 이용자는 자신의 동기에 기반해서 미디어 환경을 주도적으로 구축하는 존재라는 점에서(박상희 외, 2020), 적극형 집단은 자신에게 최적화된 정보 추구 전략을 구사함으로서 능동적인 이용행위를 보이고 있다고 할 수 있겠다.

또한 프라이버시 우려가 높을수록 소극형 집단보다는 관찰형 집단이나 적극형 집단에 속할 가능성이 더 높았다는 것은 프라이버시에 대해 많이 우려할수록 하나 이상의 정보 추구 전략을 사용할 가능성이 높음을 의미한다. 이러한 결과는 앞에서 살펴본 선행연구들의 논의와 일치하는 것으로 온라인에서 만난 상대방이나 그와의 관계에 대해 우려하는 심리가 곧 정보 추구 전략의 사용으로 이어질 수 있음을 시사한다.

한편 어떠한 형태의 정보 추구전략도 적극적으로 사용하지 않는 소극형 집단이 다른 두 유형의 집단에 비해서 오프라인 관계 형성 의도와 관계 만족도가 낮다는 점에서 하나 이상의 적극적인 정보 추구 전략의 사용은 데이팅 상대에 대한 불확실성을 감소시키고, 지속적인 관계유지에 도움을 준다는 것을 보여준다. 물론 오프라인 형성 의도와 관계 만족도는 소극형 집단과의 비교에 있어서만 차이를 보일 뿐, 관찰형 집단과 적극형 집단 간에는 통계적으로 유의미한 차이가 없다. 그러나 오프라인 형성 의도와 관계 만족도에서 두 집단 간의

3) 예상과 달리 적극형 집단의 미디어 리터러시 점수가 가장 낮았는데(관찰형 4.13; 적극형 3.75; 소극형 3.91), 이것은 상대방의 정보를 능동적이고 주도적으로 찾는 행위가 미디어 사용 능력에 관한 것이 아닌 이용 동기에 기반하고 있음을 보여준다고 할 수 있다.

차이가 통계적으로 유의미하지 않다고 해도, 기본적으로 적극형 집단과 관찰형 집단은 상대에 대해서 가지고 있는 정보의 양과 질에서 차이를 가지고 있다. 이는 적극형 집단은 자발적으로 상호작용적이고 능동적으로 상대에 대한 정보를 찾는 반면 관찰형 집단은 상대가 제공한 정보만을 가지고 있으므로 이 두 집단이 상대방에 대해서 가지고 있는 정보의 양과 질에는 차이가 있을 수밖에 없기 때문이다. 따라서 오프라인 관계 형성 의도와 관계 만족도에 있어서 비록 이 두 집단 간의 차이가 통계적으로 유의미하지 않다고 해도, 적극형 집단은 관찰형 집단에 비해서 상대방에 대한 더 많은 정보를 기반으로 데이팅을 하기 때문에 실질적으로 장기적인 관계 유지에 있어서는 차이를 보일 개연성이 높다고 하겠다.

본 연구는 온라인 데이팅 분야에서 정보 추구 전략에 주목한 연구가 충분하지 않은 상황임을 감안할 때, 데이팅 앱 환경에서 이용자의 정보 추구 전략이 어떠한 방식으로 나타나는지에 대해 주목했다는 의의가 있다. 특히, 본 연구는 데이팅 앱 관련 산업과 서비스 제공자에게 유의미한 서비스 개선 방향성을 제공할 수 있다는 점에서 보다 실질적인 의의를 가진다. 최근 온라인 데이팅 앱들은 상대방에 대한 이용자들의 불확실성과 우려를 줄이고, 관계의 안정성과 질을 높이기 위해 전문 교육을 받은 주선자를 통한 소개 서비스 제공(정다은, 2021), 학벌 및 직업, 재산 등에 따른 가입 자격 요건 도입(윤홍집, 2021; 박소은, 2021; 이강준·박수현, 2021), 사진 도용을 막기 위한 인공지능 본인 인증 시스템(오대석, 2020) 등 다양한 장치를 제공하고 있다. 그러나 본 연구의 결과는 데이팅 앱 이용자의 특성에 따라 그들이 사용하는 정보 추구 전략에 차이가 있고 이러한 차이가 곧 오프라인 관계 형성 의도, 관계 만족도와 같은 이용자의 심리와 실제 관계 형성 과정에 영향을 미칠 수 있다는 점을 보여준다. 따라서 이러한 점이 고려한다면, 실무적으로 온라인 데이팅 앱을 서비스함에 있어 주 이용자층에 대한 분석을 기반으로 각 정보 추구 전략을 용이하게 만드는 앱 내 환경을 제공하는 등 보다 차별화된 서비스의 기획과 적절한 마케팅 전략 수립이 필요하리라 생각된다.

본 연구에는 한계점 또한 존재한다. 첫째, 본 연구는 편의 표집이라는 비확률적 표집을 사용했고, 표본의 크기도 비교적 크지 않았기 때문에 본 연구의 결과를 일반화하는 데에 한계가 존재할 수밖에 없다. 둘째, 정보 추구 전략의 중요한 결과라고 할 수 있는 신뢰에 있어서 이용자 유형 간에 유의미한 차이가 없었다는 점에서 이용자들의 신뢰에 긍정적인 영향을 미칠 수 있는 변인으로서 정보 추구 전략에 대한 의문은 해결되지 못하였다. 그러나 신뢰는 여러 인간관계의 근본적 구성요소라는 점, 온라인 환경에서는 필연적으로 불확실성이 수반된다는 점 등으로 미루어보았을 때 신뢰는 여전히 데이팅 앱 이용자들에게 있어 중요한 변인일 것으로 판단된다. 이러한 측면에서 본 연구에서 신뢰의 측정 항목은 선행연구를 기반으로 하였다. 그러나 앱을 통한 만남이라는 본 연구의 특성이 반영된 신뢰의 측정 도구를 사용했다면, 보다 더

유의미한 결과가 도출될 가능성이 있다고 하겠다. 향후 보다 더 타당성 있는 신뢰 측정 문항의 개발을 통해서 어떠한 요인이 데이팅 앱 이용자들의 신뢰에 긍정적 영향을 미쳐 그들의 장기적이고 성공적인 관계 형성이나 관계의 질을 향상시킬 수 있을 것인지에 대한 연구가 필요하다고 하겠다. 본 연구의 한계점을 보완한 후속연구가 기대된다.

참고문헌

강재원 (2012). 소셜 네트워크 데이팅 (SND)의 정보 추구 전략들에 관한 연구: 커뮤니케이터 관련 변인들과의 관계를 중심으로. *한국언론학보, 56*(5), 65~87.

류성진, 고흥석 (2021). 디지털 네이티브 vs. 디지털 이민자 집단의 정보 프라이버시 염려에 영향을 주는 요인에 관한 탐색적 연구: 온라인 플랫폼 이용행위, 저렴한 구매욕구 충족행위, 그리고 인구통계학적 변수를 중심으로. *한국방송학보, 35*(1), 33~70.

박상희, 이수영, 박선호 (2020). 콘텐츠 플랫폼으로서 모바일 쇼핑채널에서 유희적 동기가 쇼핑의도에 미치는 영향: 20대 모바일 쇼핑채널 이용자의 능동적 이용행태를 중심으로. *광고PR실학연구, 13*(1), 55~81. doi:10.21331/JPRAPR.2020.13.1.002

박소은 (2021. 5. 14). 데이팅 앱, '빠르게 짝 찾고 앱 삭제한다'. *이투데이*. URL: https://www.etoday.co.kr/news/view/2025943

박웅기, 사자엽 (2019). 중국 소셜 데이팅 서비스 이용과 충족연구. *사회과학논총, 22*(1), 103~120. doi:10.31625/issdoi.2019.22.1.103

성요안나, 현명호 (2016). 대학생의 SNS 이용 동기와 SNS 중독경향성의 관계에서 경험회피의 매개효과. *스트레스연구, 24*(4), 257~263. doi:10.17547/kjsr.2016.24.4.257

오대석 (2020. 6. 10). 틴더, 더 안전한 사용 환경을 위한 새로운 사진 인증 기술 출시. *매일경제*. URL: https://www.mk.co.kr/news/it/9380479

윤홍집 (2021. 4. 18). "서울대생만 만나자" 명문대 소개팅앱 '갑론을박'. *파이낸셜뉴스*. URL: https://www.fnnews.com/news/202104161238030299

이강준, 박수현 (2021. 1. 16). '소개팅 앱' 노골적 가입조건 "30대男 연봉 7000만원 · 女 외모 3.6점 이상". *머니투데이*. URL: https://news.mt.co.kr/mtview.php?no=2021011516103580915

이승은 (2019). 온라인 활동 참여와 미디어 이용행태가 온라인 프라이버시 침해 우려에 끼치는 영향 연구. *인문사회 21, 10*(3), 731~744. doi:10.22143/HSS21.10.3.52

임은정, 최승미 (2021). 대학생의 데이팅 앱 사용동기에 영향을 미치는 심리적 요인에 대한 연구. *한국심리학회지: 여성, 26*(1), 27~49.

정다은 (2021. 6. 13). "랜선 연애도 안전하게"…'가벼운 만남' 편견 지우는 데이팅 앱. *서울경제*. URL: https://www.sedaily.com/NewsView/22NMCCSSNF

조선희, 한은주 (2020). 대학생 성희롱 인식과 성태도의 남녀 차이. *한국융합학회논문지, 11*(11), 385~391. doi:10.15207/JKCS.2020.11.11.385

한국소비자원 (2021). 온라인 데이팅 서비스 이용 실태조사. *조사보고서*, 1~26.

Anderson, T. L., & Emmers-Sommer, T. M. (2006). Predictors of relationship satisfaction in online romantic relationships. *Communication Studies, 57*(2), 153~172. doi:10.1080/10510970600666834

Antheunis, M. L., Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2010). Getting acquainted through social network sites: Testing a model of online uncertainty reduction and social attraction. *Computers in Human Behavior, 26*(1), 100~109. doi:10.1016/j.chb.2009.07.005

Berger, C. R., & Kellermann, K. (1994). Acquiring social information. *Strategic Interpersonal Communication*, 1~31. doi:10.4324/9780203056851-6

Bryant, K., & Sheldon, P. (2017). Cyber dating in the age of mobile apps: Understanding motives, attitudes, and characteristics of users. *American Communication Journal, 19*(2).

Campbell, L., & Stanton, S. C. (2019). Adult attachment and trust in romantic relationships. *Current Opinion in Psychology, 25*, 148~151. doi:10.1016/j.copsyc.2018.08.004

Chen, Q., Yuan, Y., Feng, Y., & Archer, N. (2020). A decision paradox: Benefit vs risk and trust vs distrust for online dating adoption vs non-adoption. *Internet Research*. doi:10.1108/intr-07-2019-0304

Corriero, E. F., & Tong, S. T. (2016). Managing uncertainty in mobile dating applications: Goals, concerns of use, and information seeking in Grindr. *Mobile Media & Communication, 4*(1), 121~141. doi:10.1177/2050157915614872

Couch, D., Liamputtong, P., & Pitts, M. (2012). What are the real and perceived risks and dangers of online dating? Perspectives from online daters: Health risks in the media. *Health, Risk & Society, 14*(7-8), 697~714. doi:10.1080/13698575.2012.720964

Dinev, T., & Hart, P. (2004). Internet privacy concerns and their antecedents-measurement validity and a regression model. *Behaviour & Information Technology, 23*(6), 413~422. doi:10.1080/01449290410001715723

Ellison, N., Heino, R., & Gibbs, J. (2006). Managing impressions online: Self-presentation processes in the online dating environment. *Journal of Computer-Mediated Communication, 11*(2), 415~441. doi:10.1111/j.1083-6101.2006.00020.x

Fehr, B. (1988). Prototype analysis of the concepts of love and commitment. *Journal of Personality and Social Psychology, 55*(4), 557. doi:10.1037//0022-3514.55.4.557

Finkel, E. J., Eastwick, P. W., Karney, B. R., Reis, H. T., & Sprecher, S. (2012). Online dating: A critical analysis from the perspective of psychological science. *Psychological Science in the Public Interest, 13*(1), 3~66. doi:10.1177/1529100612436522

Fox, J., & Moreland, J. J. (2015). The dark side of social networking sites: An exploration of the relational and psychological stressors associated with Facebook use and affordances. *Computers in Human*

Behavior, 45, 168~176. doi:10.1016/j.chb.2014.11.083

Frampton, J. R., & Fox, J. (2018). Social media's role in romantic partners' retroactive jealousy: Social comparison, uncertainty, and information seeking. *Social Media+ Society, 4*(3), 2056305118800317. doi:10.1177/2056305118800317

Gavin, J., Rees-Evans, D., Duckett, A., & Brosnan, M. (2019). The attractiveness, trustworthiness and desirability of autistic males' online dating profiles. *Computers in Human Behavior, 98*, 189~195. doi:10.1016/j.chb.2019.04.016.

Gibbs, J. L., Ellison, N. B., & Lai, C. H. (2011). First comes love, then comes Google: An investigation of uncertainty reduction strategies and self-disclosure in online dating. *Communication Research, 38*(1), 70~100. doi:10.1177/0093650210377091

Hendrick, S. S. (1988). A generic measure of relationship satisfaction. *Journal of Marriage and the Family*, 93~98. doi:10.2307/352430

Imai, T., Taniguchi, E., & Umemura, T. (2021). Relational uncertainty and relationship satisfaction in a romantic relationship: Self-disclosure as a moderator and a mediator. *Current Psychology*, 1~13. doi:10.1007/s12144-021-01478-0

McCroskey, J. C., & Teven, J. J. (1999). Goodwill: A reexamination of the construct and its measurement. *Communications Monographs, 66*(1), 90~103. doi:10.1080/03637759909376464

McGloin, R., & Denes, A. (2018). Too hot to trust: Examining the relationship between attractiveness, trustworthiness, and desire to date in online dating. *New Media & Society, 20*(3), 919~936. doi:10.1177/1461444816675440

Muise, A. M. Y., Christofides, E., & Desmarais, S. (2014). "Creeping" or just information seeking? Gender differences in partner monitoring in response to jealousy on Facebook. *Personal Relationships, 21*(1), 35~50. doi:10.1111/pere.12014

Orosz, G., Benyó, M., Berkes, B., Nikoletti, E., Gál, É., Tóth-Király, I., & Bőthe, B. (2018). The personality, motivational, and need-based background of problematic Tinder use. *Journal of Behavioral Addictions, 7*(2), 301~316. doi:10.1556/2006.7.2018.21

Ostheimer, J., & Iqbal, S. (2019). Privacy in online dating: Does it matter? In *Proceedings of the 3rd International Conference on Cryptography, Security and Privacy* (pp. 71~75). doi:10.1145/3309074.3309085

Ramirez Jr, A., Walther, J. B., Burgoon, J. K., & Sunnafrank, M. (2002). Information-seeking strategies, uncertainty, and computer-mediated communication: Toward a conceptual model. *Human Communication Research, 28*(2), 213~228. doi:10.1111/j.1468-2958.2002.tb00804.x

Ramirez, A., Sumner, E. M., Fleuriet, C., & Cole, M. (2015). When online dating partners meet offline: The

effect of modality switching on relational communication between online daters. *Journal of Computer-Mediated Communication, 20*(1), 99~114. doi:10.1111/jcc4.12101

Rosenfeld, M. J., Thomas, R. J., & Hausen, S. (2019). Disintermediating your friends: How online dating in the United States displaces other ways of meeting. *Proceedings of the National Academy of Sciences, 116*(36), 17753~17758. doi:10.1073/pnas.1908630116

Rotter, J. B. (1971). Generalized expectancies for interpersonal trust. *American Psychologist, 26*(5), 443. doi:10.1037/h0031464

Sharabi, L. L., & Caughlin, J. P. (2019). Deception in online dating: Significance and implications for the first offline date. *New Media & Society, 21*(1), 229~247. doi:10.1177/1461444818792425

Stoicescu, M. (2020). Social impact of online dating platforms. A case study on Tinder. In *2020 19th RoEduNet Conference: Networking in Education and Research (RoEduNet)* (pp. 1~6). IEEE. doi:10.1109/roedunet51892.2020.9324854

Sumter, S. R., Vandenbosch, L., & Ligtenberg, L. (2017). Love me Tinder: Untangling emerging adults' motivations for using the dating application Tinder. *Telematics and Informatics, 34*(1), 67~78. doi:10.1016/j.tele.2016.04.009

Tokunaga, R. S. (2011). Social networking site or social surveillance site? Understanding the use of interpersonal electronic surveillance in romantic relationships. *Computers in Human Behavior, 27*(2), 705~713. doi:10.1016/j.chb.2010.08.014

Toma, C. L., & Hancock, J. T. (2010). Looks and lies: The role of physical attractiveness in online dating self-presentation and deception. *Communication Research, 37*(3), 335~351. doi:10.1177/0093650209356437

Toma, C. L., Hancock, J. T., & Ellison, N. B. (2008). Separating fact from fiction: An examination of deceptive self-presentation in online dating profiles. *Personality and Social Psychology Bulletin, 34*(8), 1023~1036. doi:10.1177/0146167208318067

Treem, J. W., & Leonardi, P. M. (2013). Social media use in organizations: Exploring the affordances of visibility, editability, persistence, and association. *Annals of the International Communication Association, 36*(1), 143~189. doi:10.1080/23808985.2013.11679130

Wotipka, C. D., & High, A. C. (2016). An idealized self or the real me? Predicting attraction to online dating profiles using selective self-presentation and warranting. *Communication Monographs, 83*(3), 281~302. doi:10.1080/03637751.2016.1198041

투고일 : 2022년10월02일/ 수정일 : 2022년11월25일/ 게재확정일 : 2022년11월28일

Abstract

An Exploratory Study on the Types of Dating App Users Based on Information Seeking Strategies: Focusing on Motives, Privacy Concerns, Trust, Intention to Form Offline Relationships, and Relationship Satisfaction

Heejoo Kim
Master, Department of Mass Communication, Sogang University

Sooyoung Lee
Professor, School of Media, Arts, and Science, Sogang Univerity

This study explores how dating app users can be categorized according to information-seeking strategies to reduce uncertainty about dating partners, what characteristics of users affect each type, and whether there is a difference in actual relationship formation, which is a dating app experience. The results are follows: first, three types were derived: 'observational information-seeking type', 'active information-seeking type', and 'inactive information-seeking type'. Second, users with high dating motive are more likely to belong to the observational information-seeking type than to the inactive information-seeking type, and users with high communication ease and self-verification motives are more likely to belong to the active information-seeking type than the inactive information-seeking type. In addition, the higher the privacy concern, the higher the possibility of belonging to the observational information-seeking type or the active information-seeking type than the inactive information-seeking type. The observational information-seeking type users have higher intention to form an offline relationship than the inactive information-seeking type users, and the active information-seeking type users have higher relationship satisfaction than the inactive information-seeking type users.

keywords: Dating app users, Information-seeking strategies, Dating app use motives, Privacy concern, Relationship satisfaction