

대학생의 데이팅 앱 사용동기에 영향을 미치는 심리적 요인에 대한 연구*

임 은 정

최 승 미†

광운대학교

본 연구에서는 데이팅 앱의 주 사용자로 알려진 대학생을 중심으로 데이팅 앱 사용 동기 및 그에 영향을 미치는 심리적 요인들을 살펴보고자 하였다. 이를 위해 온라인 설문을 통해 데이팅 앱 사용 경험이 있는 대학생(N=319)을 대상으로, 데이팅 앱 사용실태 및 사용동기를 살펴보았으며, 기본심리욕구, 성태도 등의 심리적 요인이 데이팅 앱 사용동기에 미치는 영향을 살펴보았다. 연구 결과 전체 응답자의 약 25%가 지속적으로 데이팅 앱을 사용하는 것으로 나타났다. 데이팅 앱 사용동기로는 '사랑', '자존감 향상', '성', '재미' 등의 하위 동기가 추출되었으며, 위계적 회귀 분석 결과, 데이팅 앱 사용동기 '사랑'을 예측하는 심리적 요인은 기본심리욕구 만족/좌절, 쾌락적 성태도와 성책임감이었고, 데이팅 앱 사용동기 '자존감 향상'의 경우 기본심리욕구 만족, 성책임감이 유의한 설명력을 보였다. 데이팅 앱 사용동기 '성'에 대한 유의한 설명력을 보인 변인으로는 기본심리욕구 만족/좌절, 허용적 성태도 및 성책임감이었으며, 데이팅 앱 사용동기 '재미'는 기본심리욕구 만족/좌절이 유의하게 영향을 미치는 것으로 나타났다. 본 연구 결과를 바탕으로 대학생의 데이팅 앱 사용에 대한 시사점과 후속연구를 위한 제언을 논하였다.

주요어 : 대학생, 데이팅 앱, 데이팅 앱 사용동기, 기본심리욕구, 성태도

* 본 연구는 임은정(2020)의 석사학위논문을 수정, 보완한 내용임.

† 교신저자: 최승미, 광운대학교 심리치료교육 교수, 서울시 노원구 광운로 한울관 214호

E-mail: kucc1905@kw.ac.kr

인터넷망의 확대와 스마트폰 등 첨단기기를 통한 매개 커뮤니케이션의 발달로 비대면 접촉의 온라인 커뮤니케이션이 새로운 대인관계 형성 수단으로 등장했다. 이성과의 만남에도 이러한 변화가 수년전부터 일고 있는데, 과거 이성과의 만남을 주선하던 주변 지인이나 전문 매개의 역할이 오늘날에는 모바일 앱으로 대체되는 추세이다. 모바일 앱은 모바일 어플리케이션의 줄임말로 스마트폰에서 용도에 따라 사용할 수 있는 응용 프로그램을 의미한다(서진이, 2013). 이성 만남을 목적으로 하는 모바일 앱은 데이팅 서비스를 제공한다는 의미로 '데이팅 앱'으로 불린다. 데이팅 앱은 다양한 매칭 시스템을 통해 이성 간의 온라인 데이팅 서비스를 제공하고 있다. 영국 옥스포드 대학 부설 인터넷 연구소(Dutton & Blank, 2011)에 따르면, 영국 내 인터넷 사용자의 1/3 이상이 온라인 데이팅 사이트 방문 경험이 있을 정도로 온라인 데이팅 서비스에 대한 관심이 높은 것으로 나타났다. 해당 서비스가 처음 시작된 미국의 경우, 해마다 이용율이 증가하고 있어, 2017년에는 성인 남녀의 이성 만남 중 온라인 데이팅 서비스를 통한 만남이 조사 대상의 39%에 이르는 것으로 나타났다(조선일보, 2020. 2. 20). 특히 '밀레니얼 세대'라 불리는 1980년 초반부터 2000년대 초반에 출생한 2~30대의 사용 증가가 두드러져, 이들 세대의 약 65%가 이성을 찾기 위해 데이팅 앱을 사용하는 것으로 조사되었다(Vogels, 2020).

이러한 현상은 국내에서도 관찰되고 있는데, 특히 2019년 말부터 시작된 코로나(COVID-19) 팬데믹으로 인해 대면접촉이 제한되면서, 온라인 데이팅 앱을 통한 이성과의 만남이 가파르게 증가하고 있으며, 젊은 세대

의 새로운 문화로 자리잡고 있다(조선일보, 2020. 2. 20; 한국일보, 2020. 7. 3; 한국경제TV, 2020. 10. 12). 실제로 2020년 현재, 국내 非게임 앱 중 2위부터 5위를 데이팅 앱이 차지하고 있으며, 데이팅 앱 서비스 분야에서 전세계적으로 선두를 달리고 있는 '틴더(Tinder)'의 국내 소비지출 증가세는 2019년에 비해 2020년 2배 이상 증가한 것으로 나타났다(조선일보, 2020. 2. 20; DMC미디어, 2020).

데이팅 앱의 가파른 성장세는 주 사용층인 밀레니얼 세대의 새로운 대인관계 욕구가 적극 반영된 점도 한 요인이 된다. 즉, 이들 세대는 자기표현과 창조 등 목적 지향적 요소뿐 아니라 새로운 인맥 형성과 효율적인 대인관계를 실현 등 항시적 연결체계에 대한 강력한 욕구를 지니고 있다(김금희, 호영성, 2020; 김다희, 이재훈, 남민희, 손유빈, 2020; 신현희, 김경란, 2017). 싸이월드와 같은 1세대 SNS가 제한된 관계를 설정, 기존 인맥을 온라인상에서 연결하여 관계 욕구를 실현시켰던 데 반해, 2세대 SNS의 대표주자인 페이스북은 프로필 기반 서비스를 제공하여 기존 인맥 뿐 아니라 불특정 다수와의 관계 확대를 도모하는 개방형 체계를 제공하고 있다. 여기에 더해 오늘날 3세대 SNS의 대표주자로 떠오른 인스타그램은 이미지 기반의 직관적 버티컬 구조 형태로, 정보 전달의 간명성 및 댓글을 통한 실시간 소통과 감정 공유를 특징으로 하고 있다. SNS의 형태적 진화는 이를 사용하는 사람들의 이용동기에 부합하고 있는데, 기존의 인맥을 지속하고 관리하는 형태의 페이스북과 자기만의 콘텐츠를 창조하고 관심분야를 공유하며 새로운 인맥을 형성, 확장하는 인스타그램(신현희, 김경란, 2017)이 20대가 선호하는 주요 SNS인 점은 이들 세대의 대인관계 욕구의 특

성을 단적으로 보여주는 예라고 할 수 있다. 즉, 이들은 오프라인 상의 관계를 지속, 유지하는 도구 뿐 아니라 주요 관심사를 중심으로 온라인상의 새로운 관계를 확장하려는 욕구를 SNS를 통해 실현하고 있는 것이다. 틴더를 비롯한 주요 데이팅 앱들이 페이스북, 인스타그램과 연동하여 가입 과 정보공유를 가능하게 한 점은 젊은 세대의 이러한 특성을 감안한 영리한 전략이라 할 수 있다. 여기에 위치기반 서비스가 더해지면서 실시간으로 매칭 상대자의 위치 정보를 확인하여 온라인 뿐 아니라 오프라인에서의 즉각적 만남이 가능한 강력한 수월성을 제공하며 두드러진 성장세를 보이고 있다.

그러나 이러한 수월성만이 데이팅 앱 시장의 확산을 설명하는 단일 요인은 아니며, 20-30대 젊은 층 뿐 아니라 10대와 40대, 50대 이상의 전 연령대로 사용자층이 점차 확대되는 현상을 사용동기 면에서 설명하려는 연구들이 이어지고 있다. 특히, 데이팅 앱 사용과 관련된 심리사회적 요인을 규명하기 위한 연구가 유럽과 북미권을 중심으로 진행되고 있는데, 이들 연구들 중 다수가 '틴더' 사용자를 대상으로 하고 있다. 이는 '틴더'가 전세계 데이팅 앱 시장에서 지난 10년간 가장 많은 사용자를 보유하고 있을 뿐 아니라 (App Annie, 2020) 다수 데이팅 앱 개발의 모델이 되었기 때문이다. 관련 연구들을 살펴보면 우선, Ligtenberg(2015)이 18세~30세 네덜란드의 데이팅 앱 '틴더(tinder)' 사용자를 대상으로 온라인 조사를 실시하여, 4가지 동기 요인-재미(entertainment), 사회적 상호작용(social interaction), 정체성 탐색(identity exploration), 정보(information)-을 탐색적으로 추출하였다. 틴더를 통해 재미를 추구하고 지루함을 날리고자

하는 동기가 재미 동기인 반면, 사회적 상호 작용 동기는 친구 혹은 성적 파트너를 찾기 위한 동기이다. 정체성 탐색 동기는 스스로에 대한 우월감, 자존감 획득을 의미하는 것으로 이는 '틴더'의 파트너 매칭 특성과 관련되어 있다. '틴더'를 통해 상대방과 매칭이 될 때 중요한 요소 중 하나는 각자가 올린 프로필 사진이다. 제한적으로 제공된 개인정보와 위치정보를 통해 틴더 프로그램이 자동적으로 파트너 후보자를 선별하고, 사용자는 후보자들의 프로필 사진을 보고 파트너를 선택하게 된다. 이때 서로의 사진을 보고 동시에 선택한 사용자들은 매칭에 성공하고 대화를 시작할 수 있다. 따라서 파트너와의 매칭에 성공했다는 것은 외모 혹은 타인의 평가에서 긍정적인 평가, 인정을 받았다는 근거로 비춰져 자존감 향상의 계기가 될 수 있다. 마지막으로 정보 동기 역시 이의 연장선에서 이해될 수 있는데, 매칭 과정에서 자신의 매력 정도에 대한 비교, 평가에 대한 결과를 얻고자 하는 동기를 의미한다.

Sumter, Vandenbosch, & Ligtenberg(2016)는 사용만족이론(the Uses & Gratifications Theory; Katz, 1959; Katz, Blumler, & Gurevitch, 1973)을 빌어 젊은 세대의 데이팅 앱 사용동기를 설명하고자 하였다. 즉, 개인은 특정 욕구와 열망을 충족시키기 위해 특정 매체(media)를 사용한다는 것이 U & G 이론인데, 연구자들에 따르면 데이팅 앱 사용자들은 신체적 욕구(성적 쾌락 추구), 사회적 욕구(파트너 또는 친구 찾기), 심리사회적 욕구(성적 매력이나 장점 등 자기 가치 추구)의 충족 수단으로 데이팅 앱을 사용한다. 관련하여 세부 동기로는 사랑, 일회성의 가벼운 섹스, 용이한 의사소통, 자기 가치 검증, 흥분추구, 트렌드 추구 등이 제안

되었다.

한편, Orosz, Benyo, Berkes, Kikoletti, Gal, Toth-Kiraly, & Bothe(2018)는 데이팅 앱 ‘틴더’ 사용동기에 대한 기존 연구들이 현상에 대한 탐색적 연구 수준에 머물러 이를 측정하기 위한 양질의 심리측정 도구가 개발되지 않음을 지적하며, 엄격한 방법론에 입각한 척도 개발을 시도하여 Tinder Use Motivation Scale을 제작하였다. Orosz 등(2018)이 개발한 틴더 사용 동기를 사랑, 자존감 향상, 성, 재미 등의 네 가지 하위 차원으로 제안하고 있는데, 사랑 동기의 경우 데이팅 앱을 통해 친밀한 대상을 찾고자 하는 욕구가 반영되었으며, 자존감 향상 동기는 데이팅 앱 사용을 통한 자기 가치감의 변화, 자존감의 변화를 기대하는 욕구가 반영되어 있다. 이외 성적 욕구를 반영하는 성 동기와 지루함 해소를 위한 재미 동기 등이 앞선 연구들과 유사하게 제안되었다.

데이팅 앱 사용 동기와 사용 패턴의 관련성을 보면, Orosz 등(2018)의 연구에서, 네 가지 동기 수준이 높을수록 데이팅 앱 사용 빈도 역시 증가하는 편으로 나타났는데, 특히 사랑, 자존감 향상, 성 동기가 높을수록 그러한 경향이 두드러진 것으로 나타났다. 또 다른 선행 연구에서는 남녀 성별에 따라 데이팅 앱 사용 동기에서 차이를 보이는 것으로 나타나 여성의 경우, 우정 및 자기 가치감을 인정받기 위해 데이팅 앱을 사용하는 한편, 남성은 성 파트너를 찾기 위해 이를 더 많이 사용하는 것으로 보고되었다(Ranzini, Lutz, 2017; Sumter, Vandenbosch, Ligtenberg, 2016). 미국 대학생 대상의 연구에서는(Sheldon & Bryant, 2017) 사용자의 자존감이 낮을수록 데이팅 앱 사용 빈도가 유의하게 높다는 결과가 보고되기도 하였다.

‘틴더 사용동기 척도’를 개발한 Orosz 등(2018)은 내재적 동기의 결정요인인 기본심리 욕구의 만족 혹은 좌절 경험과 데이팅 앱 사용동기와의 관련성을 살펴보았다. 기본심리 욕구란 자율성, 유능성, 관계성의 욕구로 구성되어 있으며, 각각의 만족도가 높을수록 자기수용과 친화, 안전감, 자기성장, 공동체에 대한 기여, 관계, 건강 등과 같은 내재적 동기가 높아지고 건설적인 사회성 발달과 심리적 안녕감 역시 증가하는 것으로 알려져 있다(Deci & Ryan, 2002). 반면 기본심리욕구가 좌절될 경우 병리적인 상태 혹은 역기능적인 상태에 놓이게 된다(Bartholomew, Ntoumanis, Ryan, Bosch, & Thøgersen-Ntoumani, 2011).

Orosz 등(2018)은 세 가지 욕구 중에서도 관계성 욕구의 만족과 좌절 경험이 ‘틴더’와 같은 데이팅 앱 사용 동기와 관련이 있을 것으로 보았는데, 즉 일상에서의 관계성 욕구 만족을 경험한 사람보다 좌절을 경험한 사람들이 자존감 향상 동기로 더 많이 ‘틴더’를 사용할 것이라 가정하였다. 연구 결과 기본심리 욕구의 좌절 경험은 ‘틴더’ 사용 시 성적 동기 및 자존감 향상 동기에 유의한 정적 영향을 미치며 나아가 문제적 ‘틴더’ 사용 경향을 증가시키는 것으로 나타났다. 문제적 ‘틴더’ 사용이란 전통적인 인터넷 중독 혹은 인터넷의 병리적 사용 개념과 맥을 같이 하는 것으로 데이팅 앱 사용에 대한 과도한 몰두와 내성, 금단 현상 등으로 정의되고 있다. 일부에서는 온라인에 기반한 행위 중독이라는 관점에서 인터넷 도박이나 게임 중독의 연장선에서 데이팅 앱 사용을 바라보는 시선이 지나치게 병리적이라는 지적이 있기는 하나(Billieux, Schimmenti, Khazaal, Maurage, & Heeren, 2015; Kardefelt-Winther, Jeeren, Schimmenti, Rooij,

Maurage, Carras, Edman, Blaszczyński, Kazaal, & Billieux, 2017), 욕구의 좌절과 데이팅 앱 사용 동기, 사용 패턴과의 관계성을 살펴보았다는 점에서 의미있는 연구 결과라 할 수 있다.

한편, 데이팅 앱 사용 동기에 대한 여러 연구들에서 일관되게 성적 욕구의 충족 혹은 일회적인 성적 만남을 갖기 위한 동기가 공통적으로 언급되고 있어, 이에 대한 수요 및 사용자의 성에 대한 인식과 태도가 데이팅 앱 사용 패턴과 관련이 높음을 짐작해 볼 수 있다. 실제로 성행동과 관련한 선행연구들을 살펴보면, 개인의 성지식과 성태도는 실제적인 성행동에 영향을 미치는데, 성태도가 개방적일수록 성행동이 증가하는 것으로 나타났다(서은주, 차남현, 2021). 오늘날 비교적 이른 시기부터 다양한 매체를 통해 성을 접하며 성장한 젊은 세대들의 경우, 다른 어느 세대보다 허용적 성태도를 보일 가능성이 높으며(Peter & Valkenburg, 2008). 이러한 성태도가 성추구 행동에 대한 몰입 정도에도 영향을 미칠 것으로 보인다. 실제로, 허용적인 성태도를 보인 청소년이 보다 이른 나이에 성관계 경험을 가질 가능성이 높고(Whitebeck, Yoer, Hoyt & Conger, 1999), 허용적 성태도가 실제 성행동으로 이어지는 경우 역시 보다 많은 것으로 나타났다(최정임, 정동훈, 2016).

이러한 관점에서 성태도에 따른 데이팅 앱 사용 양상을 살펴본 연구들을 보면, 허용적 성태도는 일회성 성관계를 위한 데이팅 앱 사용의 빈도를 높이는 것으로 나타났다(Bonilla-Zorita, Griffiths & Kuss, 2020; Castro & Barrada, 2020). 또한 데이팅 앱 사용 빈도가 증가할수록 개방적인 성태도와 성적 충동성이 높은 것으로 보고되었다(김경미, 김선영, 김지은, 김하영, 김혜원, 남소희, 조은주, 2018). 특

히 여성에 비해 보다 허용적이고 개방적인 성태도를 가진 것으로 알려진 남성들의 데이팅 앱 사용 빈도가 여성들에 비해 유의하게 높은 점을 감안할 때, 남녀 성별에 따른 데이팅 앱 사용동기와 성태도를 함께 고려할 필요가 있다.

한편, 데이팅 앱 사용 시 성적 동기가 중요한 요인 중 하나이긴 하나 더 많은 사용자들은 친밀감과 우정, 사랑에 대한 동기를 성적 동기보다 우선에 두고 있으며, 남녀 성별 혹은 연령에 따라 데이팅 앱 사용 동기 중 성적 동기의 비중이 다를 수 있음을 지적하였다(Ligtenberg, 2015). 데이팅 앱에 대한 국내 인식 조사에서도 데이팅 앱에 대한 사람들의 이미지에서 성적 자극, 성적 호기심이 높은 비중을 차지하고 있기는 하나, 그보다는 인맥을 넓힐 수 있는 가벼운 만남의 창구라는 인식이 훨씬 높았다(윤덕환, 채선애, 송으뜸, 2019). 김경미 등(2018)의 연구에서도 데이팅 앱을 통해 실제 만남을 가진 응답자 중 23.1%만이 성적 욕구 충족을 주된 이유로 꼽은 것으로 나타났다. 이상의 연구들을 종합해 볼 때 성적 동기가 데이팅 앱 사용의 주요 동기 중 하나인 것으로 보이기 는 하나, 그 외 다른 동기들과의 비교가 필요해 보이며 더불어 성에 대한 인식과 태도 등이 성 동기 뿐 아니라 다른 데이팅 앱 사용동기와 어떤 관련성이 있는지를 살펴볼 필요가 있다.

인터넷의 발달과 비대면 접촉이 일상화되어 가는 현대사회에서 데이팅 앱을 통한 만남과 관계 맺기는 이제 우리 세대의 새로운 관계 패러다임으로 자리잡은 것으로 보인다. 미국이나 유럽과 같이 데이팅 앱 시장이 빠르게 성장한 해외만큼은 아니어도 우리나라 역시 젊은 세대를 중심으로 데이팅 앱 사용자의 확

산세가 커지고 있는 상황이다. 이러한 현상에 대해 학계에서도 다양한 관심을 기울이고 있기는 하나 국내의 경우 아직은 초기 단계로, 주로 데이팅 앱의 시장성이나 앱 개발, 솔루션 개발 연구 등에 집중되어 있으며, 사용자 현황 및 사용동기, 심리사회적 변인들과의 관련성 등에 대한 논의는 거의 이뤄지지 않은 실정이다. 이에 본 연구에서는 우리나라 대학생들을 중심으로 데이팅 앱 사용 양상 및 사용동기, 데이팅 앱 사용과 관련하여 주요 심리적 변인으로 기본심리욕구와 성태도와의 관련성을 살펴보고자 한다.

본 연구의 연구문제는 다음과 같다.

연구문제 1. 성별에 따른 데이팅 앱 사용실태는 어떠한가?

연구문제 2. 성별 및 사용 양상에 따른 데이팅 앱 사용 동기, 기본심리욕구, 성태도는 어떠한가?

연구문제 3. 데이팅 앱 사용동기와 기본심리욕구, 성태도는 관련이 있는가?

연구문제 4. 데이팅 앱 사용동기를 예측하는 변인은 무엇인가?

방 법

연구대상 및 연구절차

데이팅 앱 사용 경험이 있는 만 19세~만 29세 사이의 대학생을 대상으로 온라인 조사기관인 데이터스프링에 의뢰하여 온라인 설문 조사를 실시하였다(2020년 8월 31일~9월 7일). 해당 조사기관은 전체 패널 200,000명 중 남 40%, 여 60%의 비율로 구성되었으며, 패널 중 20대는 33.2%에 해당되었다. 패널은 전국 단

위로 편향되지 않은 가입경로를 통해 모집되었다. 본 연구에서는 해당 기관에 가입된 회원들을 대상으로 인구비례와 관계없이 전국 단위로 설문 메일을 발송하였으며, 전체 10,885건 중 1,873명이 설문에 참여하였다. 참여자 중 데이팅 앱 미사용 경험자 및 설문 응답 중단자 1,552명을 제외한 321명이 응답을 완료하였으며, 이중 불량응답자 2명을 제외한 319명을 최종 연구대상자로 선정하였다. 평균연령은 23.33세(SD= 1.95세)로, 남성 159명(49.8%), 여성 160명(50.2%)이었다.

측정도구

데이팅 앱 사용동기

대학생의 데이팅 앱 사용 동기를 살펴보기 위해 Orosz 등(2018)이 개발한 'Tinder Use Motivation Scale(TUMS)'을 사용하였다. 해당 척도의 타당화 연구에서는 18세에서 43세 성인을 대상으로 연구가 진행되었으나, 척도 개발 당시에는 대학생 표집(17명, 남 5명, 여 12명, 평균연령 20.59세, 표준편차= 1.78세)을 통해 항목을 구성하고 있어, 본 연구의 표집에 적합할 것으로 판단하였다. 또한 데이팅 앱 관련 다수의 선행 연구들이 데이팅 앱 시장의 대표주자인 '틴더' 사용자를 대상으로 하고 있으며(Borges, 2017; Ligtenberg, 2015; Rochat, Bianchi-Demicheli, Aboujaoude, & Khazaal, 2019; Shapiro et al., 2017; Sumter, Vandenbosch, & Ligtenberg, 2016; Timmermans, & De Caluwe, 2017), 국내 데이팅 앱 대부분이 '틴더'의 형태적 속성을 일정부분 차용하고 있어, 해당 척도 사용에 이질성이 없을 것으로 판단하였다. 본 연구에서는 '틴더' 대신 '데이팅 앱'으로 변경하여 사용하였고 이를 원저자에게 고지하

였다.

본 연구에서는 전문 번역가를 통해 번역한 후 임상심리전문가 1인의 자문을 거쳐 수정, 보완하였다. 이를 영어와 한국어가 모두 가능한 이중언어자를 통해 역번역한 후 다시 수정, 보완하여 최종 문항으로 확정하였다. ‘데이팅 앱 사용동기’는 총 16개 문항, 4개의 하위요인-사랑, 자존감 향상, 성, 재미-로 구성되어 있다. ‘사랑’ 요인은 Sternberg(1986)의 사랑 3 요인 이론에 입각하여 문항을 구성, 사랑을 찾기 위한 동기로 데이팅 앱을 사용하는지를 탐색하기 위한 6개의 문항이 포함되어 있다(‘데이팅 앱에서 헌신적인 사랑을 찾는다’, ‘자존감 향상’ 요인은 데이팅 앱을 통해 자존감 향상을 추구하려는 동기로 3개 문항으로 구성되었다(‘데이팅 앱 사용 후 내 자신이 이전보다 더 가치 있다고 느낀다’). 다음으로 ‘성’ 동기는 일회적인 성적 욕망 대상을 추구하려는 동기로 4개의 문항으로 구성되었다(‘나는 섹스 파트너를 찾기 위해 데이팅 앱을 가입했다’). 마지막으로 ‘재미’ 동기는 지루함 해소를 위한 동기로 데이팅 앱을 사용하는 것으로 3개 문항이 해당된다(‘지루할 때 데이팅 앱을 사용한다’). 각 문항은 ‘전혀 그렇지 않다’에서 ‘매우 그렇다’까지 Likert식 7점 척도로 평정하였다.

선행 연구에서 추출된 4요인 구조가 국내 참가자 대상에서도 동일하게 추출되는지 확인하기 위해 탐색적 요인분석(Exploratory Factor Analysis, EFA)을 실시하였다. 주성분 분석, 직교회전방식(varimax)를 채택하였다. 요인과 문항의 선택기준은 고유값(eigen value) 1.0이상, 요인적재량은 .4이상을 기준으로 하였다. 분석 결과, 선행연구와 동일하게 4개의 요인이 추출되었다. KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) 측도는

표 1. 데이팅 앱 사용동기 요인분석

	1	2	3	4
문항 12	.84	.06	.20	.27
문항 16	.78	.14	.23	.30
문항 9	.73	.25	.26	.06
문항 7	.72	.34	.23	.00
문항 5	.64	.11	.28	.40
문항 1	.55	.43	.26	.19
문항 3	.07	.85	.09	.23
문항 10	.19	.81	.13	.12
문항 6	.37	.66	.23	.24
문항 14	.34	.54	.12	.45
문항 8	.27	.21	.84	.18
문항 2	.28	.15	.84	.14
문항 13	.32	.10	.81	.236
문항 15	.21	.11	.19	.81
문항 4	.09	.27	.08	.73
문항 11	.26	.24	.26	.63
고유치	7.68	1.57	1.13	1.04

.918, Bartlett의 구형성 검정 유의확률이 .05 미만이므로 요인분석 모형이 적합한 것으로 판단하였다. 4개 요인의 누적분산은 71.34%로 요인의 설명력이 높은 것으로 보인다. 각 요인별로 1요인 6개, 2요인 4개, 3요인과 4요인 각각 3개의 문항이 포함되었다. 선행연구와 비교하여 1요인은 ‘사랑’ 동기, 2요인 ‘성’ 동기, 3요인은 ‘자존감 향상’ 동기, 4요인 ‘재미’ 동기로 명명하였다. 탐색적 요인분석의 결과를 토대로, 구인타당도를 알아보기 위해 확인적 요인분석을 실시하였고, 최종 분석 결과, $\chi^2=226.5$, GFI=.91, CFI=.70, RMSEA=.06을 나타냈다. CFI의 지수가 기준에 미치지 못하였으

나 GFI와 RMSEA가 각 .9이상, .1이하의 적합도 기준에 부합하였다(우종필, 2017).

Orosz 등(2018)의 연구에서 요인별 내적합치도 계수(Cronbach's α)는 '사랑' .96, '자존감 향상' .89, '성' .91, '재미' .82였으며, 본 연구에서는 '사랑' .90, '성' .90, '자존감 향상' .89, '재미' .74였다. 전체 문항의 내적합치도 지수는 .92였다.

기본심리욕구만족·좌절

기본심리욕구 만족·좌절 척도(Basic Psychological Need Satisfaction and Frustration Scale; BPNSFS)는 Chen 등(2015)이 개발한 것으로 본 연구는 우리의 실정에 맞게 타당화한 이진현(2017)의 한국판 기본심리욕구만족과 좌절 척도(K-BPNSFS)를 사용하였다. K-BPNSFS는 기본심리욕구 만족과 좌절 2개의 요인에 자율성, 유능성, 관계성이라는 세 가지 기본심리욕구 하위 단위로 구성되었다. 그러나 탐색적 요인분석을 실시한 결과 뚜렷한 3요인 구조가 도출되지 않았다. 이에 3요인 구조보다는 욕구상태에 대한 욕구만족과 욕구좌절의 상위요인으로 구분하는 것이 더 타당하다는 이은주(2020)의 견해에 따라 본 연구에서는 기본심리욕구 만족과 좌절 2개 요인으로 각 12문항, 총 24문항을 사용하였으며, 각 문항은 '전혀 그렇지 않다(1점)'에서 '매우 그렇다(5점)까지 5점 Likert식 척도로 구성되었다.

이진현(2017)의 연구에서 내적합치도 계수(Cronbach's α)는 욕구만족 .88, 욕구좌절 .91이었으며, 본 연구에서는 욕구만족 .89, 욕구좌절 .78로 나타났다.

성태도

Hendrick & Hendrick(1987)이 개발한 다차원

적 성태도 척도(Multi-dimensionality of Sexual Attitude Scale, MSAS)는 성의 개념을 인지적, 정서적, 행동적 영역에 대해 다양한 측면으로 측정하였다. 총 43문항의 MSAS는 성 허용성(21문항), 성관념(7문항), 교감(9문항), 수단(6문항)을 평가하는 하위 요인으로 구성되었다. 이를 최인숙(2009)이 쾌락적 성(15문항), 부도덕적 성관념(4문항), 성책임감(3문항), 도구적 성(3문항)으로 하위요인으로 구성된 총 25문항으로 한국판 다차원적 성태도 척도로 타당화하였다. 한국판 다차원적 성태도 척도는 다수의 대학생의 성태도와 관련하여 선행연구에서 사용되었는데(이은하, 이지연, 정지영, 강시원, 한현민, 김소연, 김동미, 방소현, 박예찬, 지혜민, 2015; 정경순, 장근자, 김수진, 2017; 조승희, 2020) 본 연구는 25 문항 중 18 문항으로 구성된 조승희(2012)의 연구에서 사용된 다차원적 성태도 척도 질문지를 사용하였다. 조승희(2012)는 일부 요인과 문항을 추출하여 쾌락적 성태도와 허용적 성태도, 성 책임감 등 3개 요인으로 구성하였다. 쾌락적 성태도는 파트너와 깊은 감정을 나누는 즐거움과 육체적 자극으로서의 성관계를 나타내는 8문항으로 구성되어 있으며, 허용적 성태도는 일회적 만남을 통한 성관계, 대상에 구애받지 않는 성관계 등의 성에 대한 허용적 태도를 측정하는 7문항으로 구성되어 있다. 마지막으로 3문항의 성 책임감은 피임에 대한 책임 등에 관한 것으로 구성되었다. 각 문항은 '전혀 그렇지 않다(1점)에서 '매우 그렇다(5점) 사이에서 평정하였다.

성태도 척도의 요인구조를 살펴보기 위해 탐색적 요인분석을 실시한 결과, 선행연구와 동일하게 3개의 요인이 추출되었다. 다음으로 구인타당도를 알아보기 위해 확인적 요인분

석을 실시하였으며, 분석 결과, $\chi^2=320.15$, CFI=.91, TLI=.90, RMSEA=.09로 수용 가능한 것으로 나타났다. 탐색적 요인분석에서 14번 문항이 .4이하의 요인적재량을 보여 제거하였고, 확인적 요인분석 시 SMC 값이 .4이하인 4번 문항을 제외하여 허용적 상태도 6문항, 쾌락적 상태도 7문항, 성책임감 3문항, 총 16문항으로 분석하였다.

조승희(2012)의 연구에서의 내적 합치도 계수(Cronbach's α)는 허용적 상태도 .88, 쾌락적 상태도 .89, 성 책임감 .84였으며, 본 연구에서의 전체 내적합치도 계수는 .90, 허용적 상태도는 .92, 쾌락적 상태도는 .85, 성책임감은 .81이었다.

자료분석

본 연구는 SPSS 27.0을 이용하여 측정도구의 신뢰도를 검증하기 위해 신뢰도 계수를 산출하였다. 데이팅 앱 사용 실태를 살펴보기 위해 관련변인들에 대한 빈도 분석을 실시하였다. 성별 및 데이팅 앱 사용 양상에 따른 측정변인들의 차이를 살펴보기 위해 독립표본 t -검정과 일원배치분산분석(one-way ANOVA)을 실시하였으며, 측정변인들 간의 관련성을 살펴보기 위해 피어슨 상관분석(Pearson correlation analysis)을 실시하였다. 마지막으로, 데이팅 앱 사용동기에 미치는 측정변인들의 영향을 확인하기 위해 위계적 회귀분석(Hierarchical regression analysis)을 실시하였다.

연구결과

데이팅 앱 사용 실태 분석

연구에 참여한 대상자들은 하나 이상의 데이팅 앱을 사용하고 있었으며, 국내의 데이팅 앱 중 가장 많은 이용률을 보이는 데이팅 앱은 '아만다'(21.4%)였으며, '틴더'(14.2%)가 그 뒤를 잇고 있었다. 그 외 '글램'(12.0%), '위피'(11.7%), '정보의 데이트'(11.5%)등을 주로 사용하는 것으로 나타났다. 한편, 남녀에 따라 데이팅 앱의 사용빈도 및 유료결제 여부, 데이팅 앱 매칭 후 오프라인에서 만난 파트너의 수 및 향후 이용의사를 비교해 보았다. 먼저 사용빈도의 경우(단일 선택), 남녀 모두 '1회 사용(현재 미사용)'이 가장 많았으며(남=35.2%, 여=43.1%), '총 3회 이상 사용(현재 미사용)'도 전체 응답자의 35.7%(남=34.6%, 여=36.9%)를 차지하고 있다. 주 4~5회 이상, 거의 매일 데이팅 앱을 사용한다고 보고하는 경우도 남녀 각각 10명, 6명이었다. 유료 결제 여부를 살펴보면, 참여자 중 64명(20.1%, 남=49명 여=15명)이 유료 결제 서비스를 이용하였으며, 남성이 여성에 비해 유의하게 많은 것으로 나타났다($\chi^2=22.86$, $p<.000$). 다음으로 응답자의 53.9%(남=50.9%, 여=56.9%)는 온라인 매칭 후 오프라인으로 만남을 이어간 경험이 있었으며, 오프라인으로 만난 파트너 수는 남녀 모두 1~3명이 가장 많았다(남= 36.5%, 여=44.4%). 오프라인 만남의 경우 여성의 비율이 다소 높기는 하였으나 통계적으로 유의한 차이는 없었다. 한편, 향후 데이팅 앱 사용 의향을 묻는 질문에 응답자의 44.2%는 계속해서 사용할 것이라 보고하였고, 남녀 간의 차이는 없었다.

성별 및 데이팅 앱 사용에 따른 주요변인의 차이

남녀 성별에 따라 데이팅 앱 사용 동기 및 기본심리욕구, 성태도 등에서의 차이를 살펴 보았다. 먼저 데이팅 앱 사용 동기의 경우, 4개의 하위요인 모두에서 남녀 간의 차이가 관찰되었는데, 남성이 여성에 비해 모든 동기 요인에서 유의하게 높은 수준을 보였다(사용동기 ‘사랑’ $t=-3.52, p<.01$, ‘자존감향상’ $t=-2.26, p<.05$, ‘성’ $t=-5.50, p<.001$, ‘재미’ $t=-2.61, p<.01$). 남성이 여성에 비해 사랑을 찾거나, 자존감 향상, 또는 성 파트너 탐색, 지루함을 잊기 위해 데이팅 앱을 사용하는 경향이 높은 것으로 보인다. 성태도의 경우, 허용적 성태도($t=-8.19, p<.001$)와 쾌락적 성태도($t=-7.53, p<.001$) 두 하위요인에서 남성이 여성에 비해 유의하게 높은 수준을 보인 반면, 성책임감에 있어서는 남녀 차이가 관찰되지 않았다. 여성에 비해 남성이 보다 허용적이고 쾌락적인 성태도를 지닌 것으로 보인다. 기본

심리욕구의 만족과 좌절 경험에서 남녀 성별에 따른 유의미한 차이는 관찰되지 않았다(표 2).

유료 결제 여부에 따른 주요변인에서의 차이를 살펴보면 성태도 및 사용 동기에서 유의미한 차이가 관찰되었는데, 성태도의 경우 유료결제로 데이팅 앱을 사용하는 집단이 그렇지 않은 집단보다 허용적 성태도($t=2.03, p<.05$)와 쾌락적 성태도($t=3.05, p<.01$) 모두가 유의하게 높은 것으로 나타났다. 사용 동기의 경우에도 유료 결제 집단이 모든 하위 동기 요인에서 그렇지 않은 집단에 비해 유의하게 높은 동기 수준을 보였다(표 2).

한편 향후 사용 의향에 따른 주요 변인들에서의 차이를 살펴보면, 사용 의향이 있는 집단이 그렇지 않은 집단에 비해 유의하게 기본심리욕구의 좌절이 높은 것으로 나타났다($t=3.62, p<.001$). 또한 허용적 성태도($t=2.32, p<.05$), ‘사랑’ 동기($t=9.90, p<.001$), ‘자존감향상’($t=7.05, p<.01$), ‘성’ 동기($t=5.98, p<.001$),

표 2. 성별, 유료결제 유무, 사용 의향 유무에 따른 주요 변인의 차이 비교 N=319

변인	성별		t	유료결제		t	사용 의향		t
	남 N=159 M(SD)	여 N=160 M(SD)		유 N=64 M(SD)	무 N=255 M(SD)		유 N=141 M(SD)	무 N=178 M(SD)	
욕구 만족	43.67(7.27)	42.64(7.32)	1.25	44.23(7.10)	42.88(7.34)	1.32	42.85(6.95)	43.39(7.57)	-.66
욕구 좌절	16.33(4.36)	16.26(4.43)	.14	34.07(8.61)	33.09(7.64)	.90	35.04(8.11)	31.89(7.36)	3.62***
허용적 성태도	20.38(5.34)	15.14(6.06)	8.19***	19.17(5.91)	17.40(6.33)	2.03*	22.41(6.53)	20.61(7.18)	2.32*
쾌락적 성태도	21.06(4.54)	17.05(4.96)	7.53***	20.78(5.52)	18.61(4.97)	3.05**	26.86(5.76)	25.58(6.76)	1.79
성책임감	12.70(2.42)	13.09(2.46)	-1.47	12.75(2.65)	12.93(2.39)	-.53	12.73(2.43)	13.01(2.44)	-1.01
‘사랑’	22.06(8.24)	18.78(8.43)	3.52***	24.64(7.51)	19.36(8.40)	4.59***	25.04(7.03)	16.75(7.71)	9.90***
‘자존감향상’	10.15(4.14)	9.03(4.70)	2.26*	11.48(4.01)	9.11(4.45)	3.88***	11.43(4.02)	8.12(4.25)	7.05**
‘성’	13.78(5.95)	10.47(4.74)	5.50***	14.58(5.59)	11.50(5.46)	4.01***	14.12(5.14)	10.52(5.47)	5.98***
‘재미’	11.19(4.08)	10.03(3.87)	2.61**	12.02(4.05)	10.25(3.93)	3.19**	12.53(3.11)	9.07(3.99)	8.46***

* $p<.05$, ** $p<.01$, *** $p<.001$

‘재미’ 동기($t=8.46, p<.001$)에서 사용 의향이 있는 집단이 그렇지 않은 집단에 비해 유의하게 높은 수준을 보이는 것으로 나타났다(표 2).

다음으로, 사용 빈도에 따른 집단 간 주요 변인에서의 차이를 살펴보았는데(집단 간 $df=5$, 집단 내 $df=313$, 총 $df=318$), 먼저 사용동기의 경우 ‘사랑’($F=11.73, p<.001$), ‘자존감 향상’($F=7.69, p<.001$), ‘성’($F=10.23, p<.001$), ‘재미’($F=16.87, p<.001$) 동기 모두에서 집단 간 차이가 관찰되었다. 사후분석 결과, ‘거의 매일’ 사용하는 집단이 ‘사랑’ 동기 및 ‘재미’ 동기가 다른 집단보다 유의하게 높은 것으로 나타났으며, ‘성’ 동기의 경우 ‘주 1~3회’ 사용하고 있는 집단이 다른 집단에 비해 유의하게 높은 것으로 나타났다. 사후분석 결과를 자세히 살펴보면 ‘거의 매일’ 사용하고 있는 집단(20.71)이 ‘1회 사용경험’(15.84), ‘1~3회 사용경험’이 있는 집단(15.78)보다 기본심리욕구 좌절이 높고, ‘사랑’ 동기는 ‘거의 매일’ 사용하고 있는 집단(28.86)과 ‘주 1~3회’ 사용하고 있는 집단(25.93)이 ‘1회 사용경험’(16.82)이 있는 집단보다 높았다. ‘성’ 동기는 ‘주 1~3회’(16.73) 사용하고 있는 집단이 ‘1회 사용경험’(10.15)이 있는 집단보다 높았고, ‘재미’ 동기는 ‘거의 매일’(16.14) 사용하고 있는 집단이 ‘주 4~5회’(14.33) 사용하고 있거나 ‘주 1~3회’(13.63) 사용하고 있는 집단, ‘1~3회 사용경험’(10.44)이 있는 집단보다 높았고, 가장 낮은 집단은 ‘1회 사용경험’(8.94)이 있는 집단이었다. ‘자존감 향상’동기는 ANOVA에서 빈도 유형별 유의한 차이가 있었으나, Scheffe 사후분석에서는 차이를 보이지 않았다. 기본심리욕구의 만족과 성태도 3개 하위 요인에서는 사용빈도에 따른 집단 간 유의한 평균차이가 관

찰되지 않았다.

측정변인 간의 상관분석

데이팅 앱 사용동기 및 측정변인들 간의 관련성을 알아보기 위해 각 변인들 간의 피어슨 상관분석(Pearson correlation analysis)을 실시하였다(표 3).

분석 결과, 데이팅 앱 사용 동기 중 ‘사랑’은 성별($r=.19, p<.01$), 유료결제($r=.25, p<.001$), 사용의향($r=.49, p<.001$), 기본심리욕구 좌절($r=.31, p<.001$), 쾌락적 성태도($r=.29, p<.001$), 허용적 성태도($r=.19, p<.01$)와 유의한 정적 상관을 보였다. ‘자존감 향상’ 동기는 성별($r=.13, p<.05$), 유료결제($r=.21, p<.001$), 사용의향($r=.37, p<.001$), 기본심리욕구 만족($r=.19, p<.01$) 뿐 아니라 기본심리욕구 좌절($r=.11, p<.05$) 모두와 유의한 정적 상관을 보였으며, 쾌락적 성태도($r=.16, p<.001$) 및 허용적 성태도($r=.11, p<.05$)와 유의한 정적 상관, 성책임감($r=-.17, p<.01$)과 유의한 부적 상관을 보였다. 다음으로 ‘성’ 동기의 경우성별($r=.30, p<.001$), 유료결제($r=.22, p<.001$), 사용의향($r=.32, p<.001$), 기본심리욕구 좌절($r=.33, p<.001$), 허용적 성태도($r=.34, p<.001$), 쾌락적 성태도($r=.16, p<.01$)와는 유의한 정적 상관을 보인 반면, 성책임감($r=-.16, p<.01$)과는 유의한 부적 상관을 보이고 있다. 마지막으로, ‘재미’ 동기는 성별($r=.15, p<.01$), 유료결제($r=.18, p<.01$), 사용의향($r=.43, p<.001$), 기본심리욕구 좌절($r=.29, p<.001$) 및 허용적 성태도($r=.15, p<.01$)와는 유의한 정적 상관을 보인 반면, 성 책임감($r=-.15, p<.01$)과는 유의한 부적 상관을 보였다.

표 3. 측정변인 간 상관분석

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	1											
2	.27*	1										
3	.07	.17***	1									
4	.07	.07	-.04	1								
5	.01	.08	.20***	-.31***	1							
6	.42***	.11*	.13*	.04	.03	1						
7	.39***	.17**	.21**	.21***	.03	.63***	1					
8	-.08	-.03	.24	.24***	-.23**	.16**	.30***	1				
9	.19**	.25***	.49***	.05	.31***	.19**	.29***	-.10	1			
10	.13*	.21***	.37***	.19**	.15**	.11*	.16**	-.17**	.64***	1		
11	.30***	.22***	.32***	.02	.33***	.34***	.26***	-.16**	.61***	.46***	1	
12	.15**	.18**	.43***	.02	.29***	.15**	.09	-.15**	.56***	.50***	.59***	1

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$, 성별(남=1, 여=0), 유로결계(유=1, 무=0), 사용의향(유=1, 무=0)

데이팅 앱 사용동기에 영향을 미치는 변인

대학생의 데이팅 앱 사용동기에 영향을 미치는 변인을 파악하기 위해 회귀분석을 실시하고 결과를 표 4에 제시하였다. 데이팅 앱 사용동기의 예측변인으로 성별, 유료결제, 사용 의향을 1단계에 입력하였고, 2단계에서는 기본심리욕구의 만족과 좌절을 독립변인으로 하였으며, 3단계에서는 성태도를 투입하였다. 성별, 유료결제, 사용 의향은 상관분석을 통해 데이팅 앱 사용동기와 유의한 관련성이 관찰되어 1단계의 통제 변인으로 투입하였으며, 선행연구들을 통해 데이팅 앱 사용 동기와 유의한 관련성이 있는 것으로 보고된 기본심리욕구와 성태도를 순차적으로 투입하였다 (Jenkins, 2004; 김경미 외, 2018; Bonilla-Zorita, Griffiths, & Kuss, 2020; Castro, & Barrada, 2020).

우선, 독립변인 간 높은 상관이 발생할 가능성을 살펴보기 위해 다중공선성을 확인한 결과, 공차한계 값은 0.1 이상(.50~.99)이었으며 분산팽창계수는 10 미만(1.01~1.98)으로 변인들 간의 다중공선성 문제가 없음이 확인되었다. Durbin-Watson의 통계량이 2에 근사한 값을 보여 잔차의 독립성 가정에도 문제가 없으므로 회귀모형이 적합한 것으로 나타났다 (송지준, 2015).

데이팅 앱 사용 동기 하위 요인별 위계적 회귀 분석 결과를 살펴보면, '사랑' 동기의 경우, 1단계에서 성별($\beta=.12, p<.05$), 유료결제($\beta=.14, p<.001$), 사용 의향($\beta=.45, p<.001$)이 유의한 예측 변인으로 확인되었으며, 전체 변량의 28%를 설명하였다($F=40.71, p<.001$). 2단계에서는 성별($\beta=.12, p<.05$), 유료결제($\beta=.12, p<.05$), 사용 의향($\beta=.41, p<.001$), 기본심리욕구 만족($\beta=.13, p<.05$), 기본심리욕구 좌절(β

$=.26, p<.001$)이 모두 유의한 예측변인으로 확인되었으며, '사랑' 동기 변량의 34%를 설명하였다($F=32.03, p<.001$). 3단계에서는 유료결제($\beta=.11, p<.05$), 사용 의향($\beta=.40, p<.001$), 기본심리욕구만족($\beta=.10, p<.05$)과 좌절($\beta=.22, p<.001$), 쾌락적 성태도($\beta=.22, p<.001$)와 성책 임감($\beta=-.11, p<.05$)이 유의한 예측 변인으로 확인되었으며, 변량의 38% 설명하였다($F=23.38, p<.001$).

다음으로 '자존감 향상' 동기에 대한 위계적 회귀분석의 결과, 1단계에서는 유료결제($\beta=.14, p<.05$), 사용 의향($\beta=.34, p<.001$)이 유의한 예측 변인으로 확인되었으며, 전체 변량의 16% 설명하였다($F=26.89, p<.001$). 2단계에서는 유료결제($\beta=.12, p<.05$), 사용 의향($\beta=.33, p<.001$), 기본심리욕구 만족($\beta=.23, p<.001$)과 좌절($\beta=.14, p<.01$)이 유의한 예측변인으로 확인되었으며, '자존감 향상' 동기 변량의 22% 설명하였다($F=17.14, p<.001$). 3단계에서 성태도 변인을 투입한 결과, 유료결제($\beta=.11, p<.05$), 사용 의향($\beta=.32, p<.001$), 기본심리욕구 만족($\beta=.25, p<.001$), 성책임감($\beta=-.23, p<.001$)이 유의한 예측변인으로 확인되었으며, 전체 변량의 24% 설명하였다($F=13.53, p<.001$).

데이팅 앱 '성' 동기에 대한 위계적 회귀분석 결과, 1단계에서는 성별($\beta=.25, p<.001$)과 유료결제($\beta=.11, p<.05$), 사용 의향($\beta=.28, p<.001$)이 유의한 예측 변인으로 확인되었고, '성' 동기 변량의 19%를 설명하였다($F=24.04, p<.001$). 2단계에서는 성별($\beta=.25, p<.001$), 사용 의향($\beta=.23, p<.001$), 기본심리욕구 좌절($\beta=.30, p<.001$)이 사용동기 '성' 동기의 유의한 예측 변인으로 확인되었으며 전체 변량의 27%를 설명하였다($F=22.73, p<.001$). 마지막 3

표 4. 데이팅 앱 사용동기의 예측변인 N=319

종속변인	독립변인										통계량	
	성별	유료 결제	사용 의향	육구 만족	육구 좌절	허용적 성태도	페락적 성태도	성책 임감	F	R ²		
'사랑'	β	.12	.14	.45								
	t	2.49*	2.79***	9.43***							40.71***	.28
	β	.12	.12	.41	.13	.26					32.03***	.34
'자존감'	t	2.55*	2.42*	8.65***	2.59*	5.19***						
	β	.04	.11	.40	.10	.22	-.03	.25	-.11		23.38***	.38
	t	.71	2.23*	8.57***	1.99*	4.47***	-.55	3.87***	-2.19*			
'재미'	β	.06	.14	.34							20.42***	.16
	t	1.20	2.56*	6.50***								
	β	.05	.12	.33	.23	.14					17.14***	.22
'성'	t	1.04	2.17*	6.28***	4.35***	2.67**						
	β	-.02	.11	.32	.25	.10	.01	.13	-.23		13.53***	.24
	t	-.29	2.10*	6.19***	4.61***	1.79	.13	1.89	-4.19***			
'개미'	β	.25	.11	.28							24.04***	.19
	t	4.67***	1.98*	5.49***								
	β	.25	.08	.23	.10	.30					22.73***	.27
'사람'	t	4.19***	1.61	4.60***	1.88	5.85***						
	β	.12	.08	.20	.11	.27	.24	.04	-.16		18.77***	.33
	t	2.20*	1.70	4.20***	2.23*	5.31***	3.80***	.60	-2.97**			
'재미'	β	.09	.08	.41							26.84***	.20
	t	1.79	1.56	8.01***								
	β	.09	.06	.37	.09	.24					21.22***	.25
'개미'	t	1.84	1.21	7.29***	1.81	4.54***						
	β	.06	.07	.36	.12	.22	.11	-.05	-.10		14.21***	.27
	t	.99	1.29	7.11***	2.28*	4.20***	1.75	-.79	-1.84			

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

단계에서 성별($\beta=.12, p<.05$)과 사용 의향($\beta=.20, p<.001$), 기본심리욕구 만족($\beta=.11, p<.05$)과 기본심리욕구 좌절($\beta=.27, p<.001$), 허용적 성태도($\beta=.24, p<.001$)와 성책임감($\beta=-.16, p<.01$)이 유의한 예측 변인으로 확인되었으며, 전체 변량의 33%를 설명하였다($F=18.77, p<.001$).

마지막으로 데이팅 앱 ‘재미’ 동기에 대한 위계적 회귀분석을 실시한 결과, 1단계에서는 사용 의향($\beta=.41, p<.001$)이 유의한 예측 변인으로 확인되었고, 전체 변량의 20%를 설명하였다($F=26.84, p<.001$). 2단계에서는 사용 의향($\beta=.37, p<.001$), 기본심리욕구 좌절($\beta=.24, p<.001$)이 사용동기 ‘재미’의 유의미한 예측변인으로 확인되었으며, 전체변량의 25%를 설명하는 것으로 나타났다($F=21.22, p<.001$). 마지막으로 3단계에서는 사용 의향($\beta=.36, p<.001$) 및 기본심리욕구 만족($\beta=.12, p<.05$)과 기본심리욕구 좌절($\beta=.22, p<.001$)이 사용동기 ‘재미’를 유의미하게 예측하는 것으로 나타났다 전체 변량에 대한 설명량은 27%로 증가하였다($F=14.21, p<.001$).

논 의

10여 년 전 젊은 세대의 새로운 만남과 소통의 창구로 등장한 데이팅 앱은 전 세계적인 코로나 팬데믹 현상으로 비대면 접촉이 일상화되면서 사람들을 만나고 소통하는 창으로서의 기능이 확대되고 있다. 학계에서도 이러한 현상에 주목하며 데이팅 앱이 우리의 일상에 어떠한 영향을 미치며 관련된 심리사회적 변인에 대해 관심을 보이고 있다. 이에 본 연구에서는 데이팅 앱의 주 사용자로 알려진 대학

생을 중심으로 데이팅 앱 사용동기 및 관련 심리적 특성들의 양태를 살펴보고자 하였다. 이를 위해 데이팅 앱 사용 경험이 있는 대학생 319명을 대상으로 데이팅 앱 사용 실태를 살펴보고, 기본심리욕구, 성태도 등의 심리적 특성이 데이팅 앱 사용동기에 미치는 영향을 연구하였다.

본 연구의 주요결과를 중심으로 논의해보면 다음과 같다.

먼저, 대학생의 데이팅 앱 사용 실태에 대한 결과를 살펴보면, 사용 빈도 면에서 남녀 모두 1회 사용경험(현재 미사용)이 가장 많았으며, 응답자 중 약 25%는 평균 월 1회 이상 주기적으로 데이팅 앱을 이용하는 것으로 나타났다. 호기심 등으로 데이팅 앱에 접속한 사용자 중 적어도 1/4은 주기적 사용자가 되는 것으로 보인다. 이용 빈도에서 성별에 따른 유의한 차이는 관찰되지 않았다. 한편 상업적으로 개발된 앱 사용자의 충성도를 나타내는 지표로 유료 사용 여부가 중요한 요소가 되는데(김정옥, 2008)본 연구 참여자들의 데이팅 앱 유료 사용 빈도를 살펴보면, 여성에 비해 남성이 유의하게 많은 것으로 나타났다. 응답자들이 많이 사용하는 것으로 보고된 ‘아만다’나 ‘틴다’와 같은 경우, 하루 1~2회 무료로 이성을 소개받을 수 있으나, 보다 상세한 조건을 설정해서 맞춤형 이성을 소개받거나 소개 횟수를 늘리기 위해서는 유료 결제를 신청해야 한다. 따라서 남성 사용자들이 여성 사용자에게 비해 보다 적극적으로 데이팅 앱을 이용하는 것으로 보이며 선호하는 이성을 소개받기 위해 기꺼이 비용을 지불하는 것으로 보인다. 한편으로 데이팅 앱 사용자 수가 여성보다는 남성이 많아 유료 결제 역시 남성 사용자의 비율이 높음을 반영한 결과로 해석

해 볼 수도 있다. 실제로 데이팅 앱 다운로드 수와 월간 활성 사용자(Monthly Active User)가 여성보다 남성의 비율이 훨씬 높다(App Ape, 2019). 더불어, 데이팅 앱 시장의 성장세와 함께 나타난 부작용, 즉 데이팅 앱 매칭이후 이성으로부터의 음란한 대화나 성적 접촉 시도, 원치 않는 지속적 연락 등의 피해 경험이 여성 사용자들에게 보다 빈번하게 보고되면서 남성에 비해 여성이 데이팅 앱 사용을 꺼려하는 것으로 보인다. 최근에는 이러한 문제점을 보완한 '범블(Bumble)' 등의 여성 중심 데이팅 앱이 소개되며 여성 사용자의 비율이 늘고 있는 추세로, 기존 데이팅 앱에서 여성 친화적 데이팅 앱으로의 변화가 사용 양상에서 어떤 변화를 가져올지를 살펴볼 필요가 있다.

한편, 향후 데이팅 앱 사용 의향에 대한 질문에 전체 응답자의 44.2%가 지속 사용 의사를 보고하여, 현재 사용하지 않는 74.9% 중 상당수가 데이팅 앱 사용 의향이 있음을 보고하였다. 남성이 여성에 비해 통계적으로 유의하지 않지만 사용의사에 좀 더 긍정적 반응을 보였다.

한편, 매칭 후 오프라인에서 파트너를 만난 경우는 전체 응답자의 54%에 달했으며, 남녀간의 유의한 차이는 관찰되지 않았다. 데이팅 앱 업체에서 제공하는 위치 기반 서비스의 영향으로 근거리의 잠재적 파트너와의 매칭이 용이해지면서, 온라인에서의 만남이 오프라인으로 이어지는 경우가 증가한 것으로 보인다. 더불어, 유료 서비스를 이용할수록 파트너에 대한 구체적인 조건 설정이 가능할 뿐 아니라 본인에 대한 호감 정도를 즉시 확인할 수 있는 솔루션이 등장하면서, 파트너에 대한 탐색과 선택의 고민이 줄고 빠른 매칭과 만남이 이어지는 것으로 보인다. 이는 온라인 데이팅

서비스가 처음 제공되었던 2000년대 초반의 모습과는 상당히 다른 양상으로, 당시 온라인 데이팅 서비스는 인터넷 채팅 서비스가 주를 이뤄 시공간의 제약을 받지 않는다는 장점과 함께 자신을 드러낼 만한 시청각적 단서를 최소화시킨 상태에서 사람들을 만날 수 있다는 익명성이 주요 장점으로 부각되었다. 따라서 당시에는 온라인 데이팅 서비스를 이용하는 사람들이 오프라인 상에서 자신을 드러내기 어려운, 예를 들어 수줍음이 많거나 사회적 능력이 부족한 사람들이 오프라인 대인관계의 실패에 대한 보상으로 온라인 데이팅 서비스를 사용한다는 사회적 보상 가설이 설득력을 가졌다(social compensation hypothesis; McKenna & Bargh, 2000). 그러나 본 연구에서 드러난 바와 같이 오늘날 데이팅 앱을 사용하는 사람들의 절반은 온라인을 통한 만남을 오프라인으로 이어가려는 적극성을 보이고 있어, 기존의 사회적 보상 가설만으로 설명하기 어려워 보인다. 오히려 오늘날 데이팅 앱의 사용자의 상당수는 다양한 사람들과의 오프라인 만남을 더욱 손쉽게, 더욱 확장적으로 맺고자 하는 적극적인 관계 욕구를 표현하고 있을 가능성이 높아 보인다. 이와 관련하여 부익부 가설(rich-get-richer hypothesis; Valkenburg & Peter, 2007; Kraut, Patterson, Lundmark, Kiesler, Mukophadhyay, & Scherlis, 2002)에 주목할 필요가 있다. 부익부 가설에 따르면 온라인에서의 사용 패턴이 오프라인에서의 패턴과 유사한 방식으로 표현된다. 다시 말하면, 오프라인에서 외향적인 사람이 온라인에서도 내향적인 사람보다 더 많은 사람들을 만나고 관계를 맺는 경향이 있으며, 오프라인에서 이성관계 불안이 낮은 사람이 이성관계 불안이 높은 사람에 비해 온라인에서도 보다 더 적극적으로 이

성과 소통하고 자신의 매력을 드러내 보인다는 것이다. 일부에서 제기하고 있는 데이팅 앱 사용이 인터넷의 익명성과 가상성에 기댄 병리적 행위라는 관점과는 대척점에 있는 것으로, 관련하여 개인의 성격이나 대인관계, 정서적 특징 등 다양한 요소가 고려된 추가 연구가 필요해 보인다.

한편, 기본심리욕구의 만족 및 좌절 경험에 따른 데이팅 앱 사용 패턴을 살펴본 결과, 성별 및 유료 결제 여부에서는 유의한 차이가 관찰되지 않았으나, 사용 의향의 경우, 지속 사용의 뜻을 보인 집단이 그렇지 않은 집단에 비해 기본심리욕구의 좌절이 높은 것으로 나타났다. 기본심리욕구의 좌절이 높을수록 데이팅 앱을 지속적으로 사용하는 것으로 보이나, Orosz 등(2018)의 선행 연구 결과를 고려해 볼 때, 좌절 경험과 데이팅 앱 사용 사이에 보다 다차원적인 이해가 필요하다. 즉, Orosz 등(2018)의 연구에 따르면, 기본심리욕구 중 관계 욕구의 만족이 높은 집단은 높은 '성' 사용동기, 문제적인 토티 사용이 관찰되고 있으며, 관계 욕구의 좌절이 높은 사람들은 '성' 동기 및 '자존감 향상' 동기를 거쳐 문제적 토티 사용을 보이는 것으로 나타났다. 다시 말해 욕구의 만족과 좌절 모두 문제적 토티 사용의 가능성이 있으며, 사용동기의 관점에서 이를 이해할 필요가 있음을 제시해 주고 있다.

성태도의 경우, 허용적 성태도는 남성, 유료 결제, 사용의향이 높은 집단일수록 유의하게 높은 것으로 나타났다. 쾌락적 성태도 역시 남성, 유료결제 집단에게서 보다 높은 것으로 관찰되었다.

한편 데이팅 앱 사용 동기의 경우, 남성이 여성에 비해 4가지 하위 동기 요인 모두에서 유의하게 높은 것으로 나타났다. 이는 원칙도

개발자인 Orosz 등(2018)의 연구와는 다소 불일치된 결과인데, Orosz 등(2018)의 연구에서는 하위 동기 요인별로 남녀 성차가 관찰되었다. 즉, '성' 동기의 경우 남성이 여성에 비해 유의하게 높았던 반면, '사랑'과 '자존감 향상' 동기는 여성이 높았다. 선행 연구에서 '재미' 동기에서는 남녀차이가 관찰되지 않았다. Orosz 등(2018)은 이러한 결과에 대해 남성은 성적 동기로 데이팅 앱을 주로 사용하나 여성은 관계의 형성과 친밀한 교제 등의 목적으로 데이팅 앱을 사용한다고 해석하였다. 본 연구와 선행 연구결과의 차이는 각 나라의 사회, 문화적 차이에 기인하는 바가 클 것으로 보이나 그 밖에도 연구에 참여한 대상자의 차이에도 기인하는 바가 클 것으로 보인다. 남녀 대학생 대상이었던 본 연구에 비해 Orosz 등(2018)의 연구는 10대 후반에서 40대의 헝가리인을 대상으로 자료가 수집되어 두 연구 결과의 단순 비교는 한계가 있다. 추후 연구에서 보다 넓은 연령층 및 다양한 대상자를 선정하여 살펴볼 필요가 있다.

기본심리욕구 만족의 경우 쾌락적 성태도와 성책임감, 데이팅 앱 사용동기 중 '자존감 향상'에 유의한 정적 상관을 보였고, 기본심리욕구 좌절은 성책임감과 유의한 부적 상관을 보인 반면, 사용동기 4개의 하위 요인 모두에서 유의한 정적 상관을 보였다. 기본심리욕구가 만족될수록 성에 대해 더 개방적이고 성책임감이 높아지며, 데이팅 앱 사용 동기 '자존감 향상'이 높아지는 것으로 나타났다. 반면, 기본심리욕구가 좌절 정도가 클수록 성책임감이 낮으며 데이팅 앱 사용동기 하위 요인 모두와 유의한 정적 상관을 보이는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 일상에서의 기본심리욕구 만족과 좌절 여부에 따라 데이팅 앱 사용

동기에 차이가 있음을 시사한다.

마지막으로, 데이팅 앱 사용동기에 영향을 미치는 변인을 살펴보기 위해 각 동기별, 관련변인들을 단계별로 투입하는 위계적 회귀 분석을 실시하였다. 특징적인 점은 4가지 하위 동기 요인 중 '성' 사용동기만이 남녀의 성차가 유의미한 예측요인으로 확인되었다. 앞서 남녀 집단 간 동기 수준의 남성이 여성에 비해 전반적으로 높은 동기를 지닌 것으로 보였으나 위계적 회귀 분석에서는 남녀의 성차가 '성' 동기에서만 유의한 설명력을 지닌 것으로 나타났다. 이는 Orosz 등(2018)의 선행 연구 결과를 지지하는 결과로 보인다.

한편, 기본심리욕구 만족과 좌절은 4가지 하위 동기 모두에 대해 유의한 설명력을 지닌 것으로 관찰되었는데, 기본욕구의 만족 경험 뿐 아니라 좌절 경험 모두가 데이팅 앱 사용동기에 영향을 준다는 것이다. 이러한 결과는 앞서 제시한 온라인 데이팅 서비스 이용에 대한 두 가지 가설, 즉 사회적 보상 가설과 부익부 가설 어느 하나를 지지하기 어려운 결과이다. 다시 말해 오프라인 상에서의 좌절 경험이 데이팅 앱 사용을 부추길 수 있으나 동시에 오프라인 상에서의 높은 만족 경험도 데이팅 앱 사용을 자극할 수 있음을 보여주는 결과이다. 욕구의 만족과 좌절 경험 각각이 어떠한 심리적 기제를 통해 데이팅 앱 사용동기를 자극하는지에 대한 후속 연구가 필요할 것으로 보인다.

쾌락적, 허용적 성태도는 각각 '사랑' 동기와 '성' 동기를 유의하게 예측하고 있는 것으로 나타났는데, 쾌락적 성태도는 깊은 사랑을 나누며 파트너와 즐거움을 함께하는 육체적 행위로서 성을 바라보는 것으로, 높은 쾌락적 성태도는 '사랑' 동기에 기반한 데이팅 앱 사

용을 자극하는 것으로 보인다. 반면, 사랑이나 관계, 대상에 대한 의미부여에 연연해하지 않는 허용적 성태도는 '성' 동기를 유의하게 예측하고 있어, 허용적 성태도가 높을수록 일회적 성관계 파트너와의 매칭을 위한 데이팅 앱 사용 가능성이 클 것으로 보인다. 데이팅 앱에 대한 대중의 수요가 늘어나면서 그에 대한 우려의 목소리 또한 높아지고 있는데, 그중에서 가장 많이 지적되는 것이 성을 목적으로 한 일회적 만남의 증가 또는 그로 인한 성적 피해 등에 대한 것이다. 허용적 성태도는 이러한 부정적 데이팅 앱 사용의 예측 요인일 수 있으므로 이 역시 후속 연구를 통해 살펴볼 필요가 있다.

본 연구의 의의와 시사점은 다음과 같다.

첫째, 국내에서는 아직 본격화되지 못한 데이팅 앱 사용 양상 및 사용 동기에 대한 연구를 주소비층인 대학생을 중심으로 살펴보았다는 점에서 의의가 있다.

둘째, 국내 데이팅 앱 관련 연구들이 주로 앱 개발 및 시장성 등에 대한 연구에 치중해 있는데 반해, 본 연구에서는 기본심리욕구의 만족 경험과 성태도 등 데이팅 앱과 관련된 주요 심리적 변인들이 데이팅 앱 사용 동기에 어떤 영향을 미치는지 살펴보고자 했다는 점이다. 특히, 기본심리욕구의 만족과 좌절 경험은 전통적으로 온라인 기반 행동들의 특성을 설명하기 위한 주요 변인 중 하나로, 좌절로 인한 결핍이 온라인 기반 행동을 부추기는 것으로 알려져 있다(정민선, 김현미, 권형용, 2012; 임숙희, 2016). 그러나 본 연구 결과를 감안할 때, 만족 및 좌절 모두가 데이팅 앱 사용 동기를 예측하고 있어, 기존의 온라인 기반 행동 중 하나로 이해하기 어려운 새로운 차원의 심리행동임을 짐작케 한다. 데이팅 앱

과 온라인 게임 등은 온라인이라는 플랫폼을 공유하며, 관계나 성취, 재미를 위해 사용한다는 점에서 공통된다. 그러나, 데이팅 앱 사용동기에는 사회적 관계, 대인관계를 위한 개인적 특성이 주요하고, 온라인 게임이나 도박의 경우 효능감, 도전감 등의 개인적 특성이 주요한 요소여서(김정욱, 2008) 기존의 온라인 기반 행동과는 다른 양상을 보이는 것으로 판단된다. 이와 관련하여 데이팅 앱 사용에 대한 추후 연구가 필요할 것으로 보인다.

끝으로 본 연구의 한계점과 후속연구를 위한 제언은 다음과 같다. 첫째 본 연구에서는 젊은 세대의 데이팅 앱 사용 양상을 파악하기 위해 남녀 대학생만을 대상으로 연구를 진행하였으나, 최근 조사에 따르면 국내 데이팅 앱 시장 사용자가 10대 후반에서 3·40대 이상까지 확산되고 있는 추세이다. 따라서 보다 다양한 세대가 경험하는 데이팅 앱 사용 실태를 파악하기 위해 폭넓은 연령대의 대상군 확보가 필요할 것으로 보인다.

둘째, 본 연구는 데이팅 앱 사용 경험이 있는 대상자들을 사전 선별하여 자료를 수집·분석한 바, 모집단의 실제적 특성을 파악하는데 한계가 있다. 더불어, 온라인 조사의 한계로 설문지 외에 개별 면담을 통한 조사가 부족하여, 현상에 대한 구체적 실체에 대한 접근은 다소 미흡하였다. 현상에 대한 보다 구체적 실체에 다가가기 위한 질적 조사를 병행하여 연구할 필요가 있다.

셋째, 본 연구의 변인 뿐 아니라 대학생의 온라인 관계 형성에 영향을 미치는 다양한 심리적 특성이 추가될 필요가 있다. 앞서 제안한 바와 같이 개인의 성격 특성 및 자존감, 우울, 불안 등의 정서적 특성, 대인관계 특성 등의 변인과 데이팅 앱 사용동기, 사용 패턴과의 관

련성에 대한 보다 다각적인 접근이 필요하다.

참고문헌

- 김경미, 김선영, 김지은, 김하영, 김혜원, 남소희, 박수빈, 옹희선, 정한술, 조은주 (2018). 소셜 데이팅 서비스 어플 사용에 따른 대학생의 성 지식, 성 태도와 성적 충동성에 관한 연구. *이화간호학회지*, 52, 127-142.
- 김금희, 호영성 (2020). 2019년 MZ세대 분석 보고서 - 90년대생에게 관계의 의미 편 -. *대학내일 20대 연구소*. <https://20slab.org/Archives/37457>에서 자료 얻음.
- 김다희, 이재훈, 남민희, 손유빈 (2020). ‘강팍’이 흥한 이유, 온라인 관계에 열려 있는 Z세대. *대학내일 20대 연구소*. <https://www.20slab.org/archives/37633>에서 자료 얻음.
- 김정욱 (2008). 온라인게임에서 게이머의 개인적 특성과 환경적 특성이 충성도에 미치는 영향에 관한 연구: 한국과 중국 온라인 게임을 중심으로. *품질경영학회지*, 36(3), 7-101.
- DMC미디어 (2020). 인터넷 모바일 시장 현황 및 전망: 2부 콘텐츠/서비스편. https://www.dmcreport.co.kr/report/trendBrief/freeView?reportcode=DMCTBF20200069&drtopdepth=RPT_TYPE_1에서 2020. 5. 27 자료 얻음.
- 서은주, 차남현 (2016). 간호대학생의 간호전문직관과 생명 및 죽음에 대한 윤리의식 간의 관계. *디지털융복합연구*, 14(5), 349-358.

- <https://doi.org/10.14400/JDC.2016.14.5.349>
서진이 (2013). 모바일 앱의 현재와 미래. KISTI(한국과학기술정보연구원) Market Report, 3(12), 1-6.
- 송지준 (2015). 논문작성에 필요한 SPSS/AMOS통계분석방법. 파주: 21세기사.
- 신현희, 김경란 (2017). SNS의 형태적 진화에 따른 이용동기 및 사용행태 차이 - 대학생의 페이스북과 인스타그램 이용을 중심으로 -. 디지털융복합연구, 15(6), 155-164.
- App Ape (2019). 소개팅 앱으로 만나도 될까?... 소개팅 앱 사용자 집중 분석!
<https://www.mobiinside.co.kr/2019/09/10/app-app-e-meeting/>에서 2020. 3. 20 자료 얻음.
- App Annie (2020). 2020 모바일 현황 보고서.
<https://www.appannie.com/kr/go/state-of-mobile-2020/>
- 우종필 (2017). 구조방정식모델 개념과 이해. 서울: 한나래출판사.
- 윤덕환, 채선애, 송으뜸 (2019). 사교 및 소셜 데이팅 앱(어플) 관련 인식 조사. 리서치보고서, 2019(1), 1-27.
- 이은주 (2020). 한국판 청소년용 기본심리욕구 만족과 좌절 척도(BPNSFS)의 타당화. 교육심리연구, 34(4), 783-808.
- 이은하, 이지연, 정지영, 강시원, 한현민, 김소연, 김동미, 방소현, 박예찬, 지혜민 (2015). 대학생 커플 간의 성 의사소통 양상에 따른 성 태도, 성적 자율성 및 성 만족도의 상관관계에 관한 연구. 이화간호학회지, 49, 119-133.
- 이진현 (2017). 기본심리욕구 만족-좌절척도 (BPNSFS)의 한국 타당화 연구. 용문상당심리대학교 대학원 석사학위논문.
- 임숙희 (2016). 청소년의 게임조절 동기 증진에 영향을 미치는 기본심리욕구 탐색. 사회과학연구 27(2), 155-174.
- 정경순, 장군자, 김수진 (2017). 간호대학생의 성태도, 자아탄력성과 성적자율성간의 관계. 한국데이터정보과학회지, 28(6), 1361-1370.
- 정민선, 김현미, 권현용 (2012). 청소년의 기본 욕구충족과 인터넷 중독의 관계에 대한 스트레스대처의 매개효과 검증. 청소년상담연구, 20(1), 159-174.
- 조선일보 (2020. 2. 20). 스마트폰 결제 1위...Z 세대의 새로운 관계 맺기.
https://www.chosun.com/site/data/html_dir/2020/02/14/2020021402628.html에서 자료 얻음
- 조승희 (2012). 이성교제를 경험한 대학생의 성 행동에 대한 연구. 명지대학교 대학원 박사학위논문.
- 조승희 (2020). 대학생의 성 이중기준, 성 의사소통, 성태도, 성행동 간의 관계. The Journal of Humanities and Social Science 21, 11(2), 465-480.
- 최인숙 (2009). Hendrick 다차원적 성태도 척도의 타당화. 숙명여자대학교 대학원 박사학위논문
- 최정임, 정동훈 (2016). 성태도, 대인관계, 스마트폰 이용이 청소년들의 성행동에 미치는 영향. 정보사회와 미디어, 17(2), 1-34.
- 한국경제TV (2020. 10. 12). 늘어난 소개팅 앱 사용자, 일상화되는 언택트 만남.
<https://wowtv.co.kr/NewsCenter/News/Read?articleId=J20201012429776>에서 자료 얻음.
- 한국일보 (2020. 7. 3). 코로나19로 소개팅 못한다고? 데이팅앱 이용은 '폭풍증가'.
<https://www.hankookilbo.com/News/Read/A2020070313210002104?did=GO>에서 검색.

- Bartholomew, K. J., Ntoumanis, N., Ryan, R. M., Bosch, J. A., & Thøgersen-Ntoumani, C. (2011). Self-determination theory and diminished functioning: the role of interpersonal control and psychological need thwarting. *Pers Soc Psychol Bull*, 37(11), 1459-73.
- Billieux, J., Schimmenti, A., Khazaal, Y., Maurage, P., & Heeren, A. (2015). Are we overpathologizing everyday life? A tenable blueprint for behavioral addiction research. *Journal of Behavioral Addiction*, 4(3), 119-123.
- Bonilla-Zorita, G., Griffiths, M. D., & Kuss, D. J. (2020). Online Dating and Problematic Use: A Systematic Review. *International Journal of Mental Health and Addiction*.
<https://doi.org/10.1007/s11469-020-00318-9>
- Borges, T. A. (2017). *Attachment Style, Tinder Use, and permissive Sexual Attitude* (A dissertation submitted to the Graduate Faculty of Auburn University in partial fulfillment of the requirements for the Degree of Doctor of Philosophy). Auburn University, Montgomery.
- Castro, A., & Barrada, J. R. (2020). Dating Apps and their Sociodemographic and Psychological Correlates: A Systematic Review. *International Journal of Environment Research and Public Health*, 17(18).
- Chen, B., Vansteenkiste, M., Beyers, W., Boone, L., Deci, E. L., Van der Kaap-Deeder, J., Duriez, B., Lens, W., Matos, L., Mouratidis, A., Ryan, R. M., Sheldon, K. M., Soenens, B., Van Petegem, S., & Verstuyf, J. (2015). Basic psychological need satisfaction, need frustration, and need strength across four cultures. *Motivation and Emotion*, 39, 216-236.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2002). Overview of self-determination theory: An organismic dialectical perspective. *Handbook of self-determination research*, 3-33.
- Dutton, W., & Blank, G. (2011). *Next Generation Users: The Internet in Britain*. (Oxford Internet Surveys 2011 Report). Oxford Internet Institute. Retrieved from https://oii.ox.ac.uk/archive/downloads/research/oxis/oxis2011_report.pdf
- Jenkins, S. S. (2004). *Gender and self-determination in sexual motivation*. Doctoral Dissertation, University of Rochester, New York, USA.
- Hendrick, C., & Hendrick, S. (1987). Multidimensionality of Sexual Attitudes. *The Journal of Sex Research*, 23(4), 502-526.
- Kardefelt-Winter, D., Jeeren, A., Schimmenti, A., Rooij, A., Maurage, P., Carras, M., Edman, J., Blaszczynski, A., Kazaal, Y., & Billieux, J. (2017). How can we conceptualize behavioral addiction without pathologizing common behaviors? *Addiction*, 112(10), 1709-1715.
- Katz, E. (1959). Mass communications research and the study of popular culture: An editorial note on a possible future for this journal. *Studies in Public Communication*, 2, 1-6.
- Katz, E., Blumeler, J., & Gurevitch, M. (1973). Uses and gratifications research. *Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509-523.
- Kraut, R., Patterson, M., Lundmark, V., Kiesler, S., Mukophadhyay, T., & Scherlis, W. (1998). Internet paradox: A social technology that reduces social involvement and psychological well-being? *American Psychologist*, 53(9), 1017-

- 1031.
- Ligtenberg, L. (2015). *Tinder, the App That is Setting the Dating Scene on Fire: A Uses and Gratifications Perspective* (Master's Thesis). University of Amsterdam, Amsterdam.
- Mckenna, K. Y. A., & Bargh, J. A. (2000). Plan 9 from Cyberspace: The Implications of the Internet for Personality and Social Psychology. *Personality and Social Psychology Review, 4*(1), 57-75.
- Orosz, G., Benyo, M., Berkes, B., Kikoletti, E., Gal, E., Toth-Kiraly, I., & Bothe, B. (2018). The personality, motivational, and need-based background of problematic Tinder use. *Journal of Behavioral Addictions, 7*(2), 301-316.
- Peter, J., & Valkenburg, P. M. (2008). Adolescent's Exposure to Sexually Explicit Internet Material, Sexual Uncertainty, and Attitudes Toward Uncommitted Sexual Exploration: Is There a Link? *Communication Research, 35*(5), 579-601.
- Ranzini, G., & Lutz, C. (2017). Love at first Swipe: Explaining Tinder Self-presentation and Motives. *Mobile Media Communication, 5*(1), 80-101.
- Rochat, L., Bianchi-Demicheli, F., Aboujaoude, E., & Khazaal, Y. (2019). The psychology of "swiping": A cluster analysis of the mobile dating app Tinder. *Journal of Behavioral Addictions, 8*(4), 804-813.
- Shapiro, C. K., Tatar, O., Sutton, A., Fisher, W., Naz, A., Perez, S., & Rosberger, Z. (2017). Correlates of Tinder Use and Risky Sexual Behavior in Young Adults. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking, 20*(12), DOI: 10.1089/cyber.2017.0279
- Sheldon, P., & Bryant, K. (2017). Cyber Dating in the Age of Mobile Apps: Understanding Motives, Attitudes, and Characteristics of Users. *American Communication Journal, 19*(2).
- Sternberg, R. J. (1986). A Triangular Theory of Love. *Psychological Review, 93*(2), 119-135.
- Sumter, S. R., Vandenbosch, L., & Ligtenberg, L. (2016). Love me Tinder: untangling emerging adults' motivations for using the dating application Tinder. *Telematics and Informatics, 34*(1), 67-78.
- Timmermans, E., & De Caluwe, E. (2017). Development and Validation of the Tinder Motives Scale (TMS). *Computers in Human Behavior, 70*, 341-350.
- Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2007). Who Visits Online Dating Sites? Exploring Some Characteristics of Online Daters. *Cyberpsychology & Behavior, 10*(6), 849-852.
- Vogels, E. A., (2020). *About half of never-married Americans have used an online dating site or app*. Pew Research. Retrieved from <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2020/03/24/the-never-been-married-are-biggest-users-of-online-dating/>
- Whitebeck, L. B., Yoer, K. A., Hoyt, D. R., & Conger, R. D. (1999). Early Adolescent Sexual Activity: A Developmental Study. *Journal of Marriage and the Family, 61*, 934-946.

1차원고접수 : 2021. 02. 18.

심사통과접수 : 2021. 03. 24.

최종원고접수 : 2021. 03. 31.

A Study on the Psychological Factors Affecting College Students' Motivation to Use Dating Apps

Im Eun-jung

Choi Seung-mi

Kwangwoon University

This study aims to investigate the motivation of using dating apps and psychological factors affecting them, focusing on young people in their 20s(n=319), who are known as the main users of dating apps. For this purpose, this study examined the actual state of using dating apps and the motivations for using them, and examined the effects of psychological factors such as basic psychological needs, and sexual attitudes on the motivation to use the apps. The study found that about 25% of all respondents continue to use dating apps. As for the motivations to use dating apps, the sub-factors such as 'love', 'self-esteem improvement', 'sex' and 'fun' were extracted. As a result of hierarchical regression analysis, psychological factors predicting 'love' for dating app use motivation were basic psychological desire satisfaction/disapproval, hedonic sexual attitude and sexual responsibility, and they showed significant explanation. And psychological factors predicting 'self-esteem improvement' for dating app use motivation were basic psychological desire satisfaction and sexual responsibility that showed significant explanation. The variables that showed significant explanatory amount on the 'sex' motivation for using dating apps were basic psychological desire satisfaction/disapproval, permissive sexual attitude and sexual responsibility. The 'fun' motivation for using dating apps was found to have a significant effect on basic psychological needs satisfaction/disapproval. Based on the results of this study, implications for the use of dating apps in their 20s and suggestions for follow-up studies were discussed.

Key words : College students' use of dating app, motivation to use dating app, adult attachment, basic psychological needs, sexual attitude