

# 정보 출처에 따른 오정보 신뢰성 판단 연구

## 챗GPT와 소셜 미디어 비교 중심 분석

오지현 이화여자대학교 커뮤니케이션·미디어 연구소 연구위원\*

김영옥 이화여자대학교 커뮤니케이션·미디어학부 교수\*\*

본 연구의 목적은 정보의 출처(챗GPT vs 소셜 미디어)에 따른 오정보 신뢰성 판단 경로를 파악하는 데 있다. 이때 사회적 실재감과 상황적 동기의 매개효과와 자기효능감과 비판적 이해역량의 조절효과가 있는지 검증하고자 하였다. 연구 결과, 챗GPT를 통해 정보를 접한 경우에 오정보에 대한 신뢰성이 소셜 미디어를 통해 접한 정보에 대한 신뢰성보다 높게 나타났다. 또한 사회적 실재감은 정보의 출처가 오정보 신뢰성에 영향을 미치는 과정을 정적으로 매개했고, 상황적 동기는 부정적으로 매개했다. 사회적 실재감과 상황적 동기의 순차적 매개효과는 유의미한 정적 효과를 나타냈고, 자기효능감 및 비판적 이해역량의 조절효과 또한 유의미한 것으로 나타났다. 구체적으로, 챗GPT를 통해 정보를 접한 경우에 사회적 실재감에 정적인 영향을 미쳤으며, 이를 통해 발생한 상황적 동기가 오정보 신뢰성을 높였다. 또한 자기효능감과 비판적 이해역량이 낮은 경우에만 정보 출처가 오정보 신뢰성에 영향을 미치는 과정에서 사회적 실재감과 상황적 동기의 순차적 매개 효과가 통계적으로 유의미하게 나타났다. 이상의 연구결과를 통해 오정보에 대한 신뢰성 판단과 대처 전략에 대한 시사점을 도출하였다.

**핵심어:** 챗GPT, 소셜 미디어(SNS), 오정보, 사회적 실재감, 상황적 동기, 자기효능감, 비판적 이해역량

---

\* wlgus502@naver.com, 제1저자

\*\* kimyw@ewha.ac.kr, 교신저자

# 디지털포용 사회 구현을 위한 디지털포용 척도 개발과 타당화 연구\*

황용석 건국대학교 미디어커뮤니케이션학과 교수\*\*

황현정 한국방송광고진흥공사 전문위원\*\*\*

이현주 디지털산업정책연구소 연구위원\*\*\*\*

이 연구는 디지털 대전환(digital transformation)이라는 시대적 흐름에서 수반되는 기술격차와 불평등 문제점을 해소하고 장기적으로 디지털포용 사회를 달성할 수 있도록 하는 기반으로서 전 국민들을 대상으로 디지털포용 수준을 측정할 수 있는 척도를 개발하고 타당화하는 것에 목적이 있다. 디지털포용 정책이 현실적이고 개인 맞춤형되어 유용하게 국민들에게 제공되기 위해서는 개인의 디지털포용 수준을 진단하는 것이 우선이다. 그러므로 본 연구에서는 디지털포용에 대한 문헌검토와 전문가조사를 통해서 개념적 프레임워크를 구성하고, 객관적인 척도 개발과정을 거쳐 각 구성개념별로 계량적인 척도를 마련하고자 했다. 연구 결과, 디지털포용은 물리적 접근, 지불능력, 디지털 역량과 디지털활용의 4가지 상위개념으로 구성되며 물리적 접근은 인터넷접근 여부와 보유 기기 여부, 지불능력은 소득대비 인터넷 지출과 관련된 상대적가치와 데이터가용성으로 척도를 마련했다. 디지털역량과 디지털활용은 EFA와 CFA 과정을 거쳐서 측정 척도를 마련했다. 구체적으로 디지털역량은 도구적 이용능력, 공유 및 생산능력, 권리역량, 비판적 이해역량으로 4가지 구성개념과 27개의 문항으로 이뤄지며, 디지털활용은 경제 및 생활활용, 사회참여활용, 업무활용이라는 3가지 구성개념과 13개의 세부 측정항목으로 도출했다. 본 연구결과를 통해 도출된 척도들은 디지털포용 수준을 진단하고, 맞춤형된 포용정책을 수립하는 데 기반적 연구로서 기여할 수 있을 것으로 기대된다.

**핵심어:** 디지털포용, 디지털포용척도, 척도개발, 디지털포용정책

\* 본 연구는 “디지털 포용사회 구현을 위한 ‘디지털포용지수’ 개발 연구”(방송통신정책연구 2021-0-02191)의 연구결과를 기반으로 작성됨.

\*\* prohys@gmail.com, 주저자

\*\*\* hhjsss0513@gmail.com, 교신저자

\*\*\*\* hyunjoolee69@gmail.com