

뉴스 그래픽의 생성형 AI 활용에 대한 수용자 저항 요인

-혁신저항모델과 저널리즘 신뢰성 이론 중심으로-

선행연구

(2024), 생성형 인공지능을 활용한 뉴스 콘텐츠 사례 연구

(2025), 방송 그래픽의 생성형 AI 활용 사례 분석 -2025년 21대 대통령선거 선거방송을 중심으로

(2025), 뉴스그래픽의 Gen AI 활용 양상 분석 - 수사학적 담론 유형을 중심으로 -

연구자 : 류종원 홍익대학교 대학원 AI·실감미디어콘텐츠학 박사과정

지도교수: 한정엽 홍익대학교 대학원 AI·실감미디어콘텐츠학

제1장 서론

- 1.1. 연구 배경
- 1.2. 연구 문제
- 1.3. 연구 목적 및 의의
- 1.4. 연구 방법 및 범위

제2장 이론적 배경

- 2.1. 뉴스 그래픽과 생성형 AI
- 2.2. 뉴스 수용자
- 2.3. 기술수용 및 혁신저항모델
 - 2.3.1. 혁신확산이론(IDT)
 - 2.3.2. 기술수용모델(TAM)
 - 2.3.3. 통합기술수용이론(UTAUT)
 - 2.3.4. 혁신저항모델(IRM)
- 2.4. 저널리즘적 신뢰성 이론
- 2.5. 이론의 통합적 적용
- 2.6. 수용자 개인 특성

제3장 연구 설계

- 3.1 수정 델파이 상세 절차 및 방법
- 3.2. 라운드별 델파이 결과 요약
- 3.3. 연구 문제 및 가설
- 3.4. 연구 모형(개념도)

제4장 연구 결과

- 4.1. 표본특성 및 측정모형 평가
- 4.2. 구조모형 평가 및 추가설 검증
- 4.3. 다중집단분석(MGA) 보조 검증 및 시사점
- 4.4. 논의: 채택·기각 가설의 이론적·실무적 의의

제5장 결론

- 5.1 실무적 시사점
- 5.2. 연구의 한계 및 후속연구 제언

본문 목차

참고 문헌

1.1. 연구배경

사회적배경

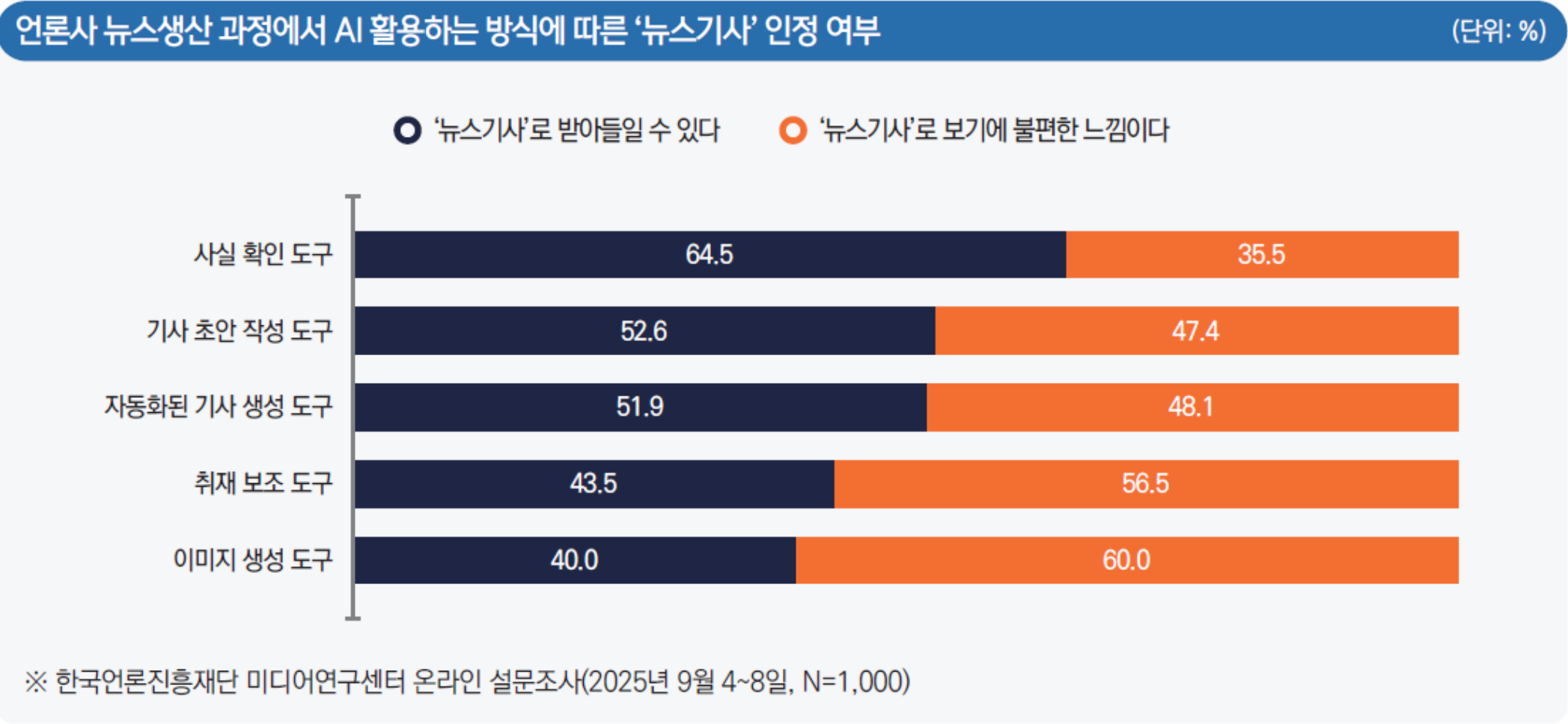
2024년 노벨 물리학상·화학상이 모두 AI 연구자에게 수여되며 시대적 전환을 단적으로 보여줌 (장은지 & 남혜정, 2024)
2022년 ChatGPT 공개 이후 Gen AI가 콘텐츠 제작의 주축으로 부상 (Chui et al., 2023)
텍스트에서 이미지·영상 영역으로 급속 확장 (오세욱, 2024)
딥페이크·허위정보 등 윤리적 우려 부각 (Newman, 2024)
기술 발전과 동시에 저작권, 윤리, 가짜뉴스 등의 우려에 대한 규제 논의가 활발히 진행 중(법률신문, 2024).
EU AI Act(2024), 한국「AI 기본법」2026.1.22 시행(최아리, 2025; 대한민국정부 법률 제 21311호).

산업적배경

Netflix(2025) Gen AI 가이드라인 공개 (투명성·저작권·임시 사용·배우 동의·보안 등).
2024년 부천국제판타스틱영화제(BIFAN) ‘AI 영화’ 부문 신설 → 2025년 AI 시나리오 기반 장편 영화 개막작 선정(오보람, 2025).
국내 ‘AI 영화제’ 다수 신설 (김예랑, 2025) 등 영상 산업 제도권 진입
기사 작성·뉴스 요약·뉴스그래픽 제작까지 활용 확대 (류종원 & 한정엽, 2024)
2025년 제21대 대통령 선거 방송 — 주요 방송사가 Gen AI 선거 그래픽 대거 투입 (류종원 & 한정엽, 2025a)
한국신문협회 회원사 80% 이상이 Gen AI 도입 또는 도입 계획 (박서연, 2024)
「AI 기본법」법령 상 인간 제작자의 관여가 있을 경우 고지의무가 없음(강푸른, 2026).
국내 언론사들은 자체적으로 윤리, 활용 가이드를 마련 중(한국일보, 2024; 한국기자협회, 2024; 최승영, 2024; KBS미디어연구소, 2025; 윤수현, 2025).
AP(2023), BBC, NYT 등 해외 언론사들도 자체 정책 수립 (Barrett, 2023; 오세욱, 2024)



◁ KBS의 AI 영상 SBS의 사진 합성 ▷



자체 가이드라인을 보유한 공영방송에서조차 Gen AI 영상이 논란으로 표출 (김고은, 2025)
합성·CG·재연 등 ‘실체가 아닌’ 시각자료는 과거부터 사용되었음에도 (Griffin, 2012), Gen AI 저작물에는 유독 강한 저항
한국언론진흥재단 조사: 이미지 생성 영역에서 ‘불편’ 응답 60%로 가장 강한 저항 (양정애, 2025)

‘Gen AI 생성’이라는 속성 자체에 더 엄정한 잣대 적용 = 본 연구의 문제의식

제목 (저자, 연도)	내용 요약
Algorithms in the newsroom? News readers’ perceived credibility and selection of automated journalism (Wölker & Powell, 2021)	인간·자동화·혼합 저작 뉴스 간 신뢰도 및 선택 행동을 실험 비교. 대부분 조건에서 저작 방식별 차이 비유의.
People are skeptical of headlines labeled as AI-generated, even if true or human-made (Altay & Gilardi, 2024)	헤드라인의 실제 진위·제작 주체와 무관하게 ‘AI 생성’ 라벨만으로 정확도 평가·공유 의향 하락. ‘완전 자동화 가정’ 제시.
생성형 AI 시대 뉴스 생산의 변화와 저널리스트의 역할 인식 (임종주, 2024)	Gen AI 확산이 뉴스 생산·기자 역할 인식에 미친 영향을 질적 분석. AI 활용·직무별 역할 인식 차이 유형화.
인공지능 생성 뉴스 제목과 사람이 만든 헤드라인의 감성·언어전략·자극성 비교 분석 (이해민 & 김진화, 2025)	AI 헤드라인은 중립·설명적, 인간 기자는 감성·자극 전략을 활용함을 텍스트 마이닝으로 확인.
인공지능 기술을 활용한 뉴스 원고 작성에 대한 고찰 (전의만 & 안종혁, 2025)	데이터 수집~배포 AI 기반 뉴스 생산 프로세스 유형화. 효율성과 윤리·저작권 등 리스크 논의.
AI in the Newsroom: Does the Public Trust Automated Journalism and Will They Pay for It? (Nanz et al., 2025)	뉴스 유형(연성·경성)별 AI 저널리즘 신뢰·지불 의향 차이 실험. 정치 등 경성 뉴스에서 저항 강함..
‘Or They Could Just Not Use It?’ : The Dilemma of AI Disclosure for Audience Trust in News (Toff & Simon, 2025)	AI 사용 공개의 역설적 효과 실증. 투명성이 신뢰 향상으로 이어지지 않으며 오히려 신뢰 하락 유발 가능.

뉴스 콘텐츠제작에서 생성형 AI 활용에 대한 연구는 기사작성 등 텍스트 기반 연구에 집중 중.

When Machines Paint the News: Decoding News Consumers’ Perceptions of AI-Generated News Image (박유빈, 2023)	AI 제작’·’인간 제작’ 라벨별 동일 이미지에 대한 수용자 평가 차이(객관성·정보성·흥미) 확인. 저항 메커니즘의 체계적 규명에는 미도달.
인공지능 생성 콘텐츠(AIGC)와 인공지능 사용 공개에 대한 소비자 인식 연구 (한승민 외, 2024)	글·사진·영상 형식별 AI 콘텐츠 인식을 카노모형으로 분석. 뉴스그래픽 특화 메커니즘 규명에는 한계.
방송 그래픽의 생성형 AI 활용 사례 분석 (류종원 & 한정엽, 2025a)	대선 개표방송 Gen AI 그래픽 사례를 유형별로 분류·기술. 수용자 측면 분석 미포함.
Reality Re-Imag(in)ed: Mapping Publics’ Perceptions of AI-Generated Images in News Contexts (Strikovic & Cools, 2025)	AI 생성 이미지에 대한 수용자 인식 초점집단 탐색. 허용 범위 유형화 수준에 머무름.

수용자의 저항이 상대적으로 높게 나타난 시각 콘텐츠에 대한 연구는 사례 나열 / 저항의 유무 등 표면적 연구에 머무는 중

특히 수용자의 인지적·태도적 저항의 기저 메커니즘에 대한 연구는 전무한 실정

1.2. 연구문제

[연구문제1] Gen AI 뉴스그래픽에 대한 수용자의 인지적·태도적 저항을 형성하는 요인은 무엇인가?

[연구문제2] 수용자의 개인 특성은 Gen AI 뉴스그래픽에 대한 인지적·태도적 저항에 영향을 미치는가?
(AI친밀도, 언론 신뢰도)

1.3. 연구 목적 및 의의

연구 목적

뉴스 콘텐츠 맥락에서 Gen AI 활용 시각콘텐츠의 인지적·태도적 저항 요인 규명 :
저항 요인을 이론 통합 → 전문가 합의 → 수용자 실증의 순차적 절차로 규명

수용자 개인 특성의 직접 효과·조절 효과 양면 검증

상대적으로 가장 저항이 강한 Gen AI 뉴스그래픽의 저항요인을 규명함으로써 Gen AI 시각콘텐츠 분야의 학술적 근거자료 제공

연구의 의의

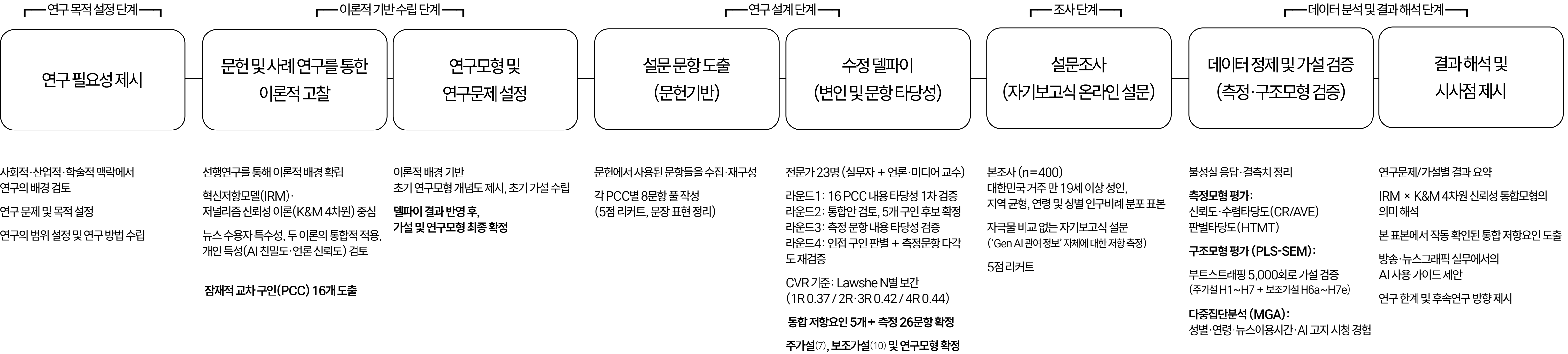
텍스트 중심의 AI 저널리즘 연구를 시각콘텐츠 영역으로 확장

혁신저항모델(IRM)과 저널리즘 신뢰성 이론의 통합적 적용을 통해 뉴스 맥락에 특화된 저항 요인 분류 체계 제시

언론사의사결정에 근거 기반 지침 제공 및 Gen AI 가이드라인·정책 수립의 학술적 근거 제공

1.4. 연구방법 및 범위

연구 방법 (연구 흐름도)



연구 범위

본 연구의 뉴스 그래픽의 범위는 방송 및 온라인 뉴스에서 사용되는 非 촬영기반 시각적 정보 요소를 의미한다.

이론적 범위는 혁신저항모델과 저널리즘 신뢰성 이론의 통합적 적용, 수용자의 인지적·태도적 저항에 영향을 미치는 요인을 탐색하는 데 초점을 둔다.

실험(설문) 대상은 대한민국 성인 남녀(만 19세 이상)로 한정하며, 일반 뉴스 소비자의 인식과 태도를 조사한다.

분석 방법은 Smart PLS 프로그램의 부분최소제곱 구조방정식모델링(PLS-SEM)을 사용하여 탐색적 이론의 검증, 모형 적합도 평가, 다중집단 분석을 수행한다.

2.이론적배경

2.1.뉴스그래픽과생성형AI

2.1.1 뉴스그래픽의 정의·분류

정의: 기사 내용 이해를 돕기 위한 시각적 기호·형태로 이루어진 영상구성요소 (차지원, 1992)

표출 형태 분류 (송인승 & 전지윤, 2021)

타이틀 그래픽 · 자동화 그래픽 · 인서트 그래픽(노말·실크) · 가상 그래픽(AR·VR)

수행 목적 분류 (류종원 & 한정엽, 2025b; Bain, 1867 적용)

양식	정의	활용 예
서사적	사건의 시간적 흐름·인과적 전개 시각화	타임라인, 시계열 통계
설명적	개념·원리·구조 시각화	인포그래픽, 다이어그램
묘사적	사건·현상의 외양·상태 감각적 재현	사건 현장 묘사, 시각 재현

산업 적합성 검증: 10년 이상 경력 뉴스 콘텐츠 제작자 17인 자문, 7점 척도 (류종원 & 한정엽, 2025b)

2.1.2 Gen AI 뉴스그래픽 활용 현황

YTN 91일간 인서트 노멀 그래픽 7,366건 정량 분석 (류종원 & 한정엽, 2025b)

유형	전체	비중	Gen AI	활용률	Gen AI 중 비중
묘사적	4,038	54.8%	164	4.06%	68.9%
설명적	2,865	38.9%	71	2.48%	29.8%
서사적	463	6.3%	3	0.65%	1.3%

- 한승민 외(2024): 실용적 콘텐츠(뉴스)에서 Gen AI에 대한 부정적 인식 강화
- 양정애(2024): 이미지 생성 AI 기사를 뉴스로 인정 안 함 **약 60%**
- Toff & Simon(2025): AI 라벨 부착 시 신뢰 하락 (사전등록 실험)

→ 본 연구의 분석 대상 도출

묘사적 Gen AI 뉴스그래픽

= 실제 사건이나 현상의 이해를 돕기 위해 Gen AI로 제작된 뉴스그래픽

→ 현 시점 Gen AI가 가장 빈번히 활용되는 영역(전체 활용의 68.9%)이며, Gen AI 뉴스그래픽을 대표할 수 있는 유형 (류종원 & 한정엽, 2025b)

→ 본조사 자기보고식 설문에서 응답자에게 개념·맥락 설명 자료로 활용 가능

2. 이론적 배경

2.2. 뉴스 수용자

2.2.1 기술 사용자 vs 콘텐츠 수용자

차원	사용자 (user)	수용자 (audience)
발전 영역	정보 시스템·기술수용 연구	미디어 콘텐츠 연구
대표 이론	TAM, UTAUT	Uses & Gratifications, Napoli (2011)
행위의 본질	기술의 직접 조작	콘텐츠의 해석
본 연구 적용	(적용 안 함)	분석 대상

2.2.2 뉴스 수용자의 이중적 지위

- 사적 개인 (효용 기반 소비) + 공적 시민 (규범 기반 판단) (Schudson, 1998)
- 감시적 시민으로서 뉴스 신뢰성에 의존 (Zaller, 2003; Ytre-Arne & Moe, 2018)
- 두 지위 결합으로 신뢰성이 핵심 평가 영역으로 부각 (Strömbäck et al., 2020)
- 뉴스(실용적) vs 영화·드라마(쾌락적): Gen AI 활용에 뉴스에서 부정 인식이 더 강함 (한승민 외, 2024)

2.2.3 인식된 혁신으로서의 Gen AI 뉴스그래픽

- Rogers(2003): 혁신은 "개인이 새롭게 인식하는 아이디어·관행·대상" (p. 12)
 - 객관적 새로움이 아닌 인식된 새로움이 성립 기준
- Altay & Gilardi(2024): 'AI 생성' 라벨 부착 시 수용자가 전 과정을 AI가 수행했다고 인식 (완전 자동화 가정)
- → 콘텐츠 해석자도 Gen AI 뉴스그래픽을 인식된 혁신으로 받아들이는 위치

2.2.4 본 연구의 적용 맥락 — 두 이론 영역의 결합

적용 맥락	도출되는 특수성	결합되는 이론
분석 대상자: 수용자	콘텐츠 해석자	(두 영역의 적용 토대)
콘텐츠: 뉴스	신뢰성의 다차원 평가	저널리즘 신뢰성 이론
콘텐츠 위상: 인식된 혁신	수용·저항 메커니즘	기술수용 및 저항 이론

→ IRM (혁신저항) × K&M (저널리즘 신뢰성)

두 이론을 통합적으로 도입할 학술 근거 확립

2.3. 기술수용 및 혁신저항모델

2.3.1 혁신확산이론 (IDT) — Rogers (2003)

혁신의 인식된 5속성: 상대적 이점, 양립성, 복잡성, 시험가능성, 관찰가능성
→ 채택률 분산의 49~87% 설명 (Rogers, 2003, p. 221)

한계: 거시적 확산 양상 정리에 강점, 개인의 비수용·저항 메커니즘 설명에 제한

2.3.2 기술수용모델 (TAM) — Davis (1989)

Fishbein & Ajzen(1975) 합리적 행동이론에 기반, 정보시스템 수용을 두 신념으로 정리

- 인지된 유용성 (Perceived Usefulness) – 사용이 직무 수행을 향상시킨다고 믿는 정도
- 인지된 사용 용이성 (Perceived Ease of Use) – 사용에 정신적 노력이 거의 들지 않는다고 믿는 정도

한계: "왜 수용하는가"에 초점, "왜 수용하지 않는가"를 설명 못 함 (Ram & Sheth, 1989)

2.3.3 통합기술수용이론 (UTAUT) — Venkatesh et al. (2003)

8개 기존 모델 통합 → 4핵심 변수

- 성과 기대 · 노력 기대 · 사회적 영향 · 촉진 조건

한계: TAM과 동일하게 수용 측면 위주, 비수용·저항을 독립 차원으로 다루지 않음
(Kaur et al., 2020)

세 이론 공통의 학술 공백

이론	핵심 기여	저항 처리
IDT	거시적 확산, 인식된 혁신 개념	미흡
TAM	개인 수용의 직접적 두 신념	미흡
UTAUT	8개 모델 통합, 4핵심 변수	미흡

→ 본 연구는 저항을 능동적·독립 구인으로 다루는
혁신저항모델(IRM, Ram & Sheth, 1989)
을 핵심 이론으로 채택

2.3.4. 혁신저항모델(Innovation Resistance Model, Ram & Sheth, 1989)

Ram & Sheth(1989)의 5개 장벽 — 사용 장벽 제외, 4개 장벽 채택

범주	장벽	이론적 정의
기능적	사용 (Usage)	기존 작업 흐름·관행·습관과 양립하지 않을 때 발생 ※ 본 연구 제외
기능적	가치 (Value)	기존 대안 대비 충분한 효용을 제공하지 못한다는 인식에서 발생
기능적	위험 (Risk)	혁신의 작동·결과가 가져올 실질적 위험에 대한 우려에서 발생
심리적	전통 (Tradition)	혁신이 수용자의 가치·사회적 규범과 충돌할 때 발생
심리적	이미지 (Image)	혁신에 대한 고정관념적 부정 연상에서 발생 (Ram & Sheth, 1989, p. 9)

4개 장벽의 콘텐츠 해석자 맥락 적용 — 비대칭 가능성

- 가치 — Gen AI 뉴스그래픽이 기존 대비 충분한 효용을 제공하지 못한다는 인식
- 위험 — 기술적 불확실성으로 부정확 정보를 포함할 실제 작동 가능성에 대한 평가
- 전통 — 인간 저널리스트 관여라는 사회적 규범과의 충돌 인식
- 이미지 — 'AI=딥페이크'·'AI=조작' 등 사전 부정 연상의 활성화

2.3.5. 수용과 저항의 관계

저항 = 수용의 단순 부재가 아닌 독립된 능동적 심리 구인 (Ram, 1987; Szmigin & Foxall, 1998; Joachim et al., 2018)

거부·연기·반대 다양한 형태

따라서 본 연구는 수용/비수용의 이분법이 아닌, 저항의 심리적 기제와 그 강도를 측정

사용 장벽 제외

- ① 원전 정의 부적합 – Ram & Sheth(1989, p. 7) 정의는 기술 직접 조작 전제. 콘텐츠 해석자는 직접 조작 안 함
- ② 선행 연구의 선례 – Antioco & Kleijnen(2010) PoC 상황 정리; Alshallaqi et al.(2022) 사용장벽 제외 선례
- ③ 측정 타당도 – 직접 조작 경험 전제 척도는 콘텐츠 해석자에 부적합

위험 장벽 vs 이미지 장벽 — 본질의 구분

장벽	작용의 본질
위험	혁신의 실제 작동 가능성에 대한 평가
이미지	혁신에 대한 사전 연상의 활성화

- Slovic et al.(2007) 정동 휴리스틱: 부정 이미지가 위험 인식에 선행하여 두 장벽이 표면적으로 인접하게 작동할 가능성
→ 본질 구분에도 **수용자 인지 수준에서의 분리 가능성은 별도 검증 필요**

2.4. 저널리즘적 신뢰성 이론

정보가 불충분한 조건에서 특정 대상이 미래에 어떤 기대를 충족시킬 것인가에 대한 주관적인 평가(Vanacker & Belmas, 2009).
뉴스 회피(News avoidance) 연구는 신뢰가 뉴스 소비 감소의 가장 강력한 개인 수준 변수(Toff& Kalogeropoulos, 2020).
신뢰 부재는 의도적 뉴스 회피의 핵심 선행요인(Skovsgaard & Andersen, 2020).

자동화 저널리즘 연구에서 신뢰성(Credibility)은 반복적으로 핵심 변수로 사용(Clerwall, 2014; Graefe., et al)

발전 흐름: 측정 대상의 분화 (개인 → 조직 → 메시지) · 이론적 심화 (경험 귀납 → 이론 연역) · 방법론 발전 (EFA → CFA → 교차 검증) (Strömbäck et al., 2020)
→ K&M(2007)은 Luhmann의 사회 신뢰 이론에서 도출한 명시적 이론 골격 + CFA 검증 4차원 척도로서 본 연구가 채택

언론신뢰 연구자의 저널리즘적 신뢰성 측정 척도						
Hovland & Weiss, 1951	Gaziano & McGrath, 1986	Meyer, 1988	Johnson & Kaye, 1998	Sundar & Nass, 2001	Flanagin & Metzger, 2000	Kohring & Matthes, 2007
전문성(expertness) 진실성(trustworthiness)	사실성(factual) 진실성(can be trusted) 공정성(fairness) 정확성(accuracy) 완전성(completeness) 편향성(bias) 기자들의 자질 사실과의견의 구분 지역사회에 대한 관심 공익에 대한 관심 사람들의 흥미를 살핌 프라이버시 존중	정확성(accuracy) 공정성(fairness) 편향성(bias) 진실성(trustworthiness) 완전성(completeness)	신뢰성(believability) 정확성(accuracy) 공정성(fairness) 심층성(in-depth)	정확성(accurate) 신뢰성(believable) 편향성(biased) 공정성(fair) 객관성(objective) 선정성(sensationalistic)	신뢰성(believability) 정확성(accuracy) 편향성(bias) 진실성(trustworthiness) 완전성(completeness)	주제 선택성 (selectivity of topics) 사실 선택성 (selectivity of facts) 묘사 정확성 (accuracy of depictions) 저널리즘적 판단 (journalistic assessment)

2.4.저널리즘적 신뢰성 이론

Kohring & Matthes(2007) 4차원 신뢰성 척도

차원	이론적 정의
주제 선택성	어떤 정보를 뉴스로 다룰지에 대한 판단의 적절성
사실 선택성	핵심 정보의 완전성과 편향 없는 선별
묘사 정확성	선별된 사실이 왜곡·과장·축소 없이 정확히 묘사되는가
저널리스트릭 평가	맥락 제공·의미 부여하는 전문적 판단력

K&M 채택의 3근거

- ① 명시적 이론 골격: Luhmann(1979) 사회 신뢰 이론에서 4차원 도출
- ② 방법론적 검증: 독일 두 표본 (n=487, 727) CFA 교차 검증
- ③ 다대다 분석 가능성: 4차원 세분성으로 IRM 4장벽과의 16-셀 매트릭스 분석 가능

본 연구의 활용 방식

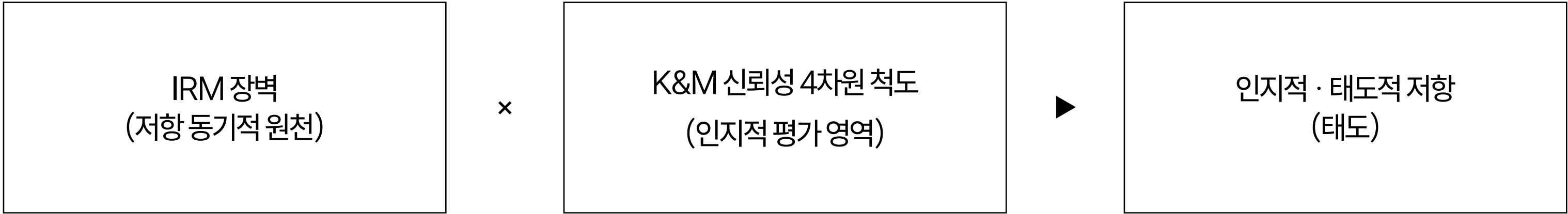
신뢰의 직접 측정이 아닌, 각 차원이 표상하는 평가 영역에서
IRM 장벽이 발현되는 인지적 평가 영역으로 차용

2.4.5 AI·자동화 저널리즘 맥락의 신뢰성 보고

연구	표본	핵심 발견
Graefe & Bohlken (2020) 메타	12연구 N=4,473	신뢰성 차이 없음 (d=0.0), 가독성 인간 우위 (d=2.8)
Wang & Huang (2024) 메타	30표본 N=10,675	기계 저작 신뢰성 작은 부정 효과 (d=-0.15), 사회·정치 보도 더 큼
Toff & Simon (2025)	사전등록 N=1,483	AI 라벨 → 신뢰 0.4점 ↓ (t=-3.7, p<.001), 사전 신뢰 높을수록 더 큼
Altay & Gilardi (2024)	실험	'AI 생성' 라벨 → 수용자가 전 과정을 AI 수행으로 인식 (완전 자동화 가정)

함의

- AI 라벨링은 신뢰 판단에 조건부·차별적 영향 (수용자 특성·보도 주제별 변동)
- 완전 자동화 가정 → 수용자는 주제 선정까지 AI가 수행했다고 인식 → K&M 주제 선택성 차원 작용 가능
- Morosoli et al.(2025): AI 저널리즘 수용자 인식이 능동적 저항 형태로 형성



IRM장벽은 AI 뉴스그래픽에 대한 일반적 저항 동기, 저널리즘 신뢰성이라는 인지적 평가영역을 거쳐 구체화
IRM이 왜 저항하는지에 대해 설명한다면, K&M 신뢰성 척도는 어디서 저항이 구체화 되는지를 평가할 수 있음.

Fishbein & Ajzen(1975)의 기대-가치 모델(expectancy-value model)을 바탕으로 이론의 통합.

$$\text{태도} = \sum(\text{신념} \times \text{평가})$$

IRM장벽 = 신념, K&M 신뢰성 4차원 척도 = 평가, 저항 = 태도.

2.5. 이론의 통합적 적용

뉴스 수용자의 GenAI 뉴스그래픽에 대한 저항이 단순한 기술 불안이 아니라 저널리즘적 가치(신뢰성)에 대한 우려와 연결(de Vreese., et al,2024).
IRM의 장벽과 저널리즘 신뢰성 요인은 개념적으로 교차 매핑이 가능하며, 이를 통해 뉴스 맥락에 특화된 통합 구인을 도출

잠재적 통합 구인(Potential Cross-dimensional Cell, PCC)의 타당성은 델파이 통해 선별·검증

IRM 4가지 장벽 × 저널리즘적 신뢰성 4요인의 교차 매핑으로 도출된 PCC 매트릭스

PCC1 주제 선택 효용 부재	가치 장벽	PCC5 주제 선택 불확실성	위험 장벽	PCC9 주제 선택 관행 충돌	전통 장벽	PCC13 주제 선택 부정 연상	이미지 장벽
	주제 선택성 신뢰		주제 선택성 신뢰		주제 선택성 신뢰		주제 선택성 신뢰
PCC2 사실 선택 효용 부재	가치 장벽	PCC6 사실 선택 불확실성	위험 장벽	PCC10 사실 선택 관행 충돌	전통 장벽	PCC14 사실 선택 부정 연상	이미지 장벽
	사실 선택성 신뢰		사실 선택성 신뢰		사실 선택성 신뢰		사실 선택성 신뢰
PCC3 시각 표현 효용 부재	가치 장벽	PCC7 시각 표현 불확실성	위험 장벽	PCC11 시각 표현 관행 충돌	전통 장벽	PCC15 시각 표현 부정 연상	이미지 장벽
	묘사 정확성 신뢰		묘사 정확성 신뢰		묘사 정확성 신뢰		묘사 정확성 신뢰
PCC4 맥락 판단 효용 부재	가치 장벽	PCC8 맥락 판단 불확실성	위험 장벽	PCC12 맥락 판단 관행 충돌	전통 장벽	PCC16 맥락 판단 부정 연상	이미지 장벽
	저널리즘적 판단 신뢰		저널리즘적 판단 신뢰		저널리즘적 판단 신뢰		저널리즘적 판단 신뢰

델파이 선별·검증 단계 이론적 쟁점.

가치 장벽의 적용 가능성: “상대적 효용 비교” → 신뢰성의 특정 차원과 직접 대응하기보다 전반적 품질 판단에 가까움, PCC-01 ~04 전체 탈락시 IRM 고유 변수 지각된 가치 부재로 유지 고려.

전통 장벽의 적용 가능성: “기존 관행·가치와의 충돌” → 이미 GenAI 뉴스그래픽이 폭넓게 쓰이는 상황에서 관행 충돌 인식이 약할 가능성, PCC-09~12 전체 탈락시 IRM 고유 변수 전통 위배로 유지 고려.

위험 장벽과 이미지 장벽의 판별 모호성: 혁신을 직접 조작하지 않는 뉴스 소비자의 입장에서 위험장벽과 이미지 장벽의 구분이 모호할 수 있음. 델파이 결과에 따라 이미지 장벽 위주 통합 고려¹⁾.

1) 감정적 평가(이미지)가 위험 판단에 선행한다는 Slovic et al.(2007)의 연구 참조.

2.6. 수용자 개인 특성

2.6.1 AI 친밀도 (AF, AI Familiarity)

정의: AI 기술에 대한 사전 경험·지식·친숙성의 정도 (Wang & Choi, 2023; Fletcher & Nielsen, 2024)

이론적 근거 — 친숙화 명제

Rogers(2003) 시도가능성 (trialability): 직접 경험을 통한 불확실성 감소·학습 (p. 16)
→ 후속 IRM 연구가 친숙화 (familiarization) 개념으로 정교화

실증 보고

- Fletcher & Nielsen(2024): Reuters Institute 6개국 약 12,000명 – AI 사용 경험자가 AI 생성 뉴스에 더 긍정 평가
- 박상권(2024): 이미지 생성 AI 디자이너 대상 IRM 적용 — AI 사용 경험·연령에 따라 저항 양상 차별적

AF의 두 형태 작용 (이론적 명제)

- ① 일차 효과 (직접): AF ↑ → 위험 인식 직접 약화 → 저항 직접 약화 (–)
- ② 이차 효과 (조절): AF가 우려 → 저항 전이 강도를 약화시키는 인지적 완충

2.6.2 언론 신뢰도 (NT, News Trust)

정의: 언론·저널리즘 제도 일반에 대한 사전적 신뢰 수준 (Tsfati & Cappella, 2003)

이론적 근거 — 보호적 회의주의 (protective skepticism)

Tsfati & Cappella(2003): 신뢰 = 무비판적 수용이 아닌 비판적 평가와 결합된 사전 신뢰
Quiring et al.(2021, p. 3499): 회의주의 = "결함을 인식하면서도 예외에 머무는 한 관용하는 비판적 태도"

실증 보고

- Toff & Simon(2025) 사전등록 실험 (N=1,483): – 사전 언론 신뢰가 가장 높은 집단에서 AI 라벨링에 의한 신뢰 감소가 가장 큼 (Figure 5)
→ 신뢰가 무비판적 수용이 아닌 AI에 대한 엄격한 평가로 발현

NT의 두 형태 작용 (이론적 명제)

- ① 일차 효과 (직접): NT ↑ → 저널리즘 표준 위협 사전 경계 → 저항 직접 강화 (+)
- ② 이차 효과 (조절): NT가 우려 → 저항 전이 강도를 강화시키는 인지적 증폭

본 연구의 2단계 설계

연구 1: 수정 델파이 (변인 및 문항 타당성)	대상: 전문가 23명 방식: 비대면 4라운드 16 PCC → 5개 구인 + 26 문항
▼	
연구 2: 본조사 (PLS-SEM 가설 검증)	표본: 만 19세 이상 남녀 (n=400) 방식: 자기보고식 온라인 설문 PLS-SEM + 다중집단분석

단계별 절차 (8단계)

IRM 4장벽 × K&M 4차원 전수 교차	16 PCC 도출
▼	
델파이 1R — PCC 내용 타당성 1차 검증	통합 후보안
▼	
델파이 2R — 통합안 검토, 구인 후보 확정(잠정)	C1~C5 후보
▼	
문헌 기반 측정 문항 풀 작성 (각 PCC별 8문항)	문항 풀
▼	
델파이 3R — 측정 문항 내용 타당도 검증	후보 문항
▼	
델파이 4R — 인접 구인 판별 + 측정 문항 다각도 재검증	5개 구인 + 26 문항 확정
▼	
본조사 실시 (n=400, 자기보고식 온라인)	응답 데이터
▼	
PLS-SEM 측정·구조 모형 평가 + MGA	가설 검증 결과

3. 연구 설계

3.1 수정 델파이 상세 절차 및 방법

전문가패널 구성 및 방법

자격: 관련 분야 박사 학위 소지자, 언론사 데스크급(15년 ↑) 기자, 디자이너 등.

규모: 1R N =23, 2·3R N =22명, 4R N= 18 (적정 인원 15~20명 기준)
MBC, KBS, YTN 실무전문가 및 언론학/미디어학 교수로 구성
기자(10), 촬영기자(3), 그래픽디자이너(5), 방송기술/기술(3), 언론학 미디어학 교수(2)

방법: 온라인 비대면 4라운드 진행. (당초 3라운드 계획에서 축소 4라운드 추가)

평가지표 – 대상별 구분 적용

평가대상 구분:
개별 PCC·측정 문항·통합안 자체의 “필수성” 판단은 내용타당성
장벽 간 변별 가능성·K&M 차원 간 분리 가능성의 “정도” 판단은 변별성·판별 가능성으로 구분

내용타당성 평가:
Lawshe(1975) CVR 산출, N별 임계값 적용 (N= 18→0.44 / N=22→0.42 / N=23→0.37)

변별성·판별 가능성 평가:
Hsu & Sandford(2007) 평균 합의 수준 분류와 CVR 병행
(강한 합의 ≥4.0 / 합의 3.5~3.9 / 약한 합의 3.0~3.4 / 합의 없음 <3.0)

2단계 구조:
변별성 평가에서 합의 실패로 판정된 차원은 다음 라운드에서 통합안 형태로 제시,
통합안 자체의 타당성은 별도의 CVR 평가로 재측정

[1라운드] 잠재적 교차 구인(PCC) 내용 타당성 검증 (N=23)

목표: IRM 4장벽 × K&M 신뢰성 4차원 척도의 교차로 도출된 16개 PCC의 내용 타당성 1차 검증

평가 방법: 5점 리커트 척도로 각 PCC의 타당성 평가 (4·5점을 “적합”으로 산정)

병행 검증: 장벽 간 변별 가능성 및 장벽 내 K&M 차원 간 분리 가능성 평가

CVR 산출: N=23 기준 임계값 0.37

산출 결과: 통과·경계·탈락 PCC 분류 및 다음 라운드 설계 근거 확보

[2라운드] 재확인 및 통합안 검증 (N=22)

목표: 1라운드 결과를 기반으로 통합안 및 보완안의 타당성 확보

평가 내용: 1라운드 통과·경계 PCC 재확인, 가치 장벽 단독 측정안 검증,
1R 누락 질문 보완 측정, 위험-이미지 통합안 검증, 탈락 PCC 탈락 처리 동의

CVR 산출: N=23 기준 임계값 0.42

산출 결과: 본조사 후보 5개 구인 확정

[3라운드] 측정 문항 내용 타당성 검증 (N=22)

목표: 2라운드에서 확정된 5개 구인을 측정할 문항의 타당성 검증

평가 방법: 구인당 8문항씩 총 40문항을 5점 리커트로 평가

CVR 산출: N=22 기준 임계값 0.42

산출 결과: 본조사 투입 후보 문항 확정 및 4라운드 시행 조건 검토

[4라운드] 축소 재검증 (N=18)

목표: 3라운드에서 PLS-SEM 최소 문항 기준(3개)¹⁾ 미달 구인의 재설계 문항 검증

시행 근거: 3R 통과 문항 수 부족 + 구인의 2R CVR ≥ 0.50이라는 두 조건을 동시에 충족 (C4)

평가 내용: 재설계 문항 8개 + 인접 구인(C3)과의 판별 가능성 평가

CVR 산출: N= 18 기준 임계값 0.44

산출 결과: 해당 구인의 독립 유지 여부 최종 결정 및 본조사 설문 도구 확정

1) Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) (3rd ed.). Sage.

3. 연구설계

3.2. 라운드별 델파이 결과 요약 ① – 1·2라운드 (구인 식별)

[1라운드] N=23, CVR ≥ 0.37 – 16개 PCC 내용 타당성

가치 장벽	위험 장벽	전통 장벽	이미지 장벽
PCC-01 (주제선택성) -0.391 탈락	PCC-05 (주제선택성) +0.130 탈락	PCC-09 (주제선택성) +0.304 경계	PCC-13 (주제선택성) +0.565 통과
PCC-02 (사실선택성) -0.043 탈락	PCC-06 (사실선택성) +0.652 통과	PCC-10 (사실선택성) +0.043 탈락	PCC-14 (사실선택성) +0.565 통과
PCC-03 (묘사정확성) -0.391 탈락	PCC-07 (묘사정확성) +0.913 통과	PCC-11 (묘사정확성) -0.304 탈락	PCC-15 (묘사정확성) +0.739 통과
PCC-04 (저널리즘적 판단) +0.217 경계	PCC-08 (저널리즘적 판단) +0.565 통과	PCC-12 (저널리즘적 판단) +0.565 통과	PCC-16 (저널리즘적 판단) +0.391 통과

가치: 통과 0 | 위험: 3통과 | 전통: 1통과+1경계 | 이미지: 4통과

위험·이미지 판별가능성 (K&M 차원별)

PCC-05↔13 / 06↔14 / 07↔15 / 08↔16: 4쌍 모두 평균 3점 미만, 합의 없음 → 위험-이미지 통합 고려

→ 2라운드 통합안 제시의 직접 근거

[2라운드] N=22, CVR ≥ 0.42 – 1R 통과 8개 PCC 재확인

구인 (1R 통과 8개)	1R CVR	2R CVR	변화	판정
PCC-06 사실 선택 불확실성	+0.652	+0.818	↑	안정
PCC-07 시각 표현 불확실성	+0.913	+1.000	↑	안정
PCC-08 맥락 판단 효용 부재	+0.565	+0.818	↑	안정
PCC-12 맥락 판단 관행 충돌	+0.565	-0.091	↓	탈락
PCC-13 주제 선택 부정 연상	+0.565	+0.182	↓	통합 흡수
PCC-14 사실 선택 부정 연상	+0.565	+0.091	↓	통합 흡수
PCC-15 시각 표현 부정 연상	+0.739	+0.818	↑	안정
PCC-16 맥락 판단 부정 연상	+0.391	+0.455	↑	통합 흡수

위험-이미지 통합안 (K&M 차원별)

구인	CVR	종합 판정
[PCC-05]<>[PCC-13] 통합	+0.545	통합
[PCC-06]<>[PCC-14] 통합	+0.545	통합
[PCC-07]<>[PCC-15] 독립 유지	+0.091	분리 시도
[PCC-08]<>[PCC-16] 통합	+0.636	통합

→ 본조사 후보 5개 구인 확정

C1 주제선택 불확실성 연상 C2 사실선택 불확실성 연상 C3 시각표현 불확실성
C4 시각표현 부정연상 C5 맥락판단 불확실성 연상

3. 연구설계

3.2. 라운드별 델파이 결과 요약 ② — 3·4라운드 (측정도구 확정)

[3라운드] N=22, CVR ≥ 0.42 — 구인별 측정문항 타당성 통과 현황

구인	통과/전체	평균 CVR (통과)	최고 CVR	비고
[C1] 주제선택 불확실성 연상 (PCC05+PC C13)	4/8	+0.500	+0.636	최소 이상
[C2] 사실선택 불확실성 연상 (PCC06+PC C14)	6/8	+0.651	+0.909	안정
[C3] 시각표현 불확실성 (PCC07 독립)	7/8	+0.674	+0.909	안정
[C4] 시각표현 부정연상 (PCC15 독립)	1/8	+0.545	+0.545	최소 미달
[C5] 맥락판단 불확실성 연상 (PCC08+PC C16)	5/8	+0.672	+0.818	안정
C4 제외한 4개 구인 → PLS-SEM 최소 문항수 초과 통과				

C4 시각표현 부정연상 — 대거 탈락 원인 분석

C4는 위험 장벽(C3)과 개념적으로 구분되어야 한다는 제약 때문에 3R 8문항 중 상당수가 "AI 묘사의 부자연스러움·열등성" 방향으로 조작화됨.
그러나 현재 AI 생성 이미지는 인간 제작물과 시각적으로 구별이 어려운 수준에 도달 (복수의 개방형 응답).

4R 시행 결정 — C4 측정 문항 재구조화

유일 통과 문항(C4-1 딥페이크 연상)을 기준으로 재설계.
IRM 이미지 장벽 원전 정의(고정관념적 사고에서 비롯된 지각적 문제)에 회귀.
사회적 부정 사례 연상 + 닫힌 부정 기대 두 방향으로 측정 문항 재구조화. 4R 결과에 따라 C3-C4 통합 여부 확정.

[4라운드] N=18, CVR ≥ 0.44 — C4 재설계 8문항 CVR

문항	키워드	유형	CVR	판정
C4-R1	가짜뉴스 연상	사회적 부정사례 연상	+0.556	통과
C4-R2	가짜인물 연상	사회적 부정사례 연상	+0.667	통과
C4-R3	합성이미지 연상	사회적 부정사례 연상	+0.333	경계
C4-R4	사실아닌 장면 연상	사회적 부정사례 연상	+0.778	통과
C4-R5	시각묘사 신뢰 어려움	닫힌 부정 기대	-0.111	탈락
C4-R6	정확 시각화 기대 어려움	닫힌 부정 기대	+0.222	탈락
C4-R7	선입견	닫힌 부정 기대	+0.000	탈락
C4-R8	시각자극 기대	닫힌 부정 기대	+0.111	탈락

C3-C4 판별가능성 검증

평균 3.72 (합의 3.5~3.9), CVR +0.333 (경계) → **약한 분리**.
사전 설정 시나리오 1 (3문항 이상 통과 & 약한 분리 이상) 적용 → **C3·C4 독립 구인으로 본조사 투입**.

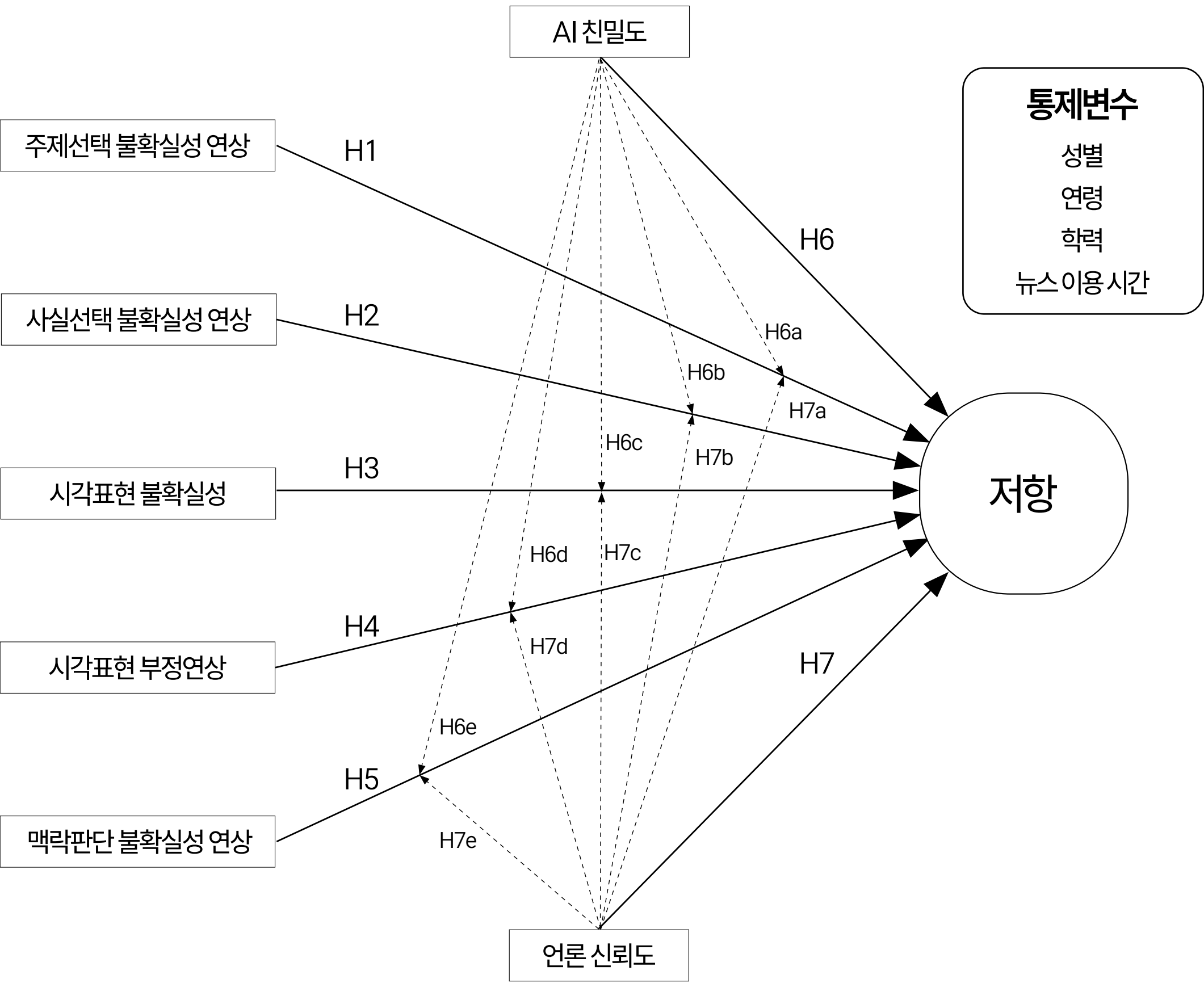
→ 본조사 투입 5개 구인 · 총 26문항 확정

C1 4문항 C2 6문항 C3 7문항 C4 4문항 C5 5문항

3.3. 연구문제 및 가설

- [연구문제1] Gen AI 뉴스그래픽에 대한 수용자의 인지적·태도적 저항을 형성하는 요인은 무엇인가?
- H1: 주제선택 불확실성 연상(C1)은 Gen AI 뉴스그래픽에 대한 수용자의 인지적·태도적 저항에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
 - H2: 사실선택 불확실성 연상(C2)은 Gen AI 뉴스그래픽에 대한 수용자의 인지적·태도적 저항에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
 - H3: 시각표현 불확실성(C3)은 Gen AI 뉴스그래픽에 대한 수용자의 인지적·태도적 저항에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
 - H4: 시각표현 부정연상(C4)은 Gen AI 뉴스그래픽에 대한 수용자의 인지적·태도적 저항에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
 - H5: 맥락판단 불확실성 연상(C5)은 Gen AI 뉴스그래픽에 대한 수용자의 인지적·태도적 저항에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- [연구문제2] 수용자의 개인 특성은 Gen AI 뉴스그래픽에 대한 인지적·태도적 저항에 영향을 미치는가?
- [연구문제2-1] 수용자의 개인 특성(AI 친밀도·언론 신뢰도)은 Gen AI 뉴스그래픽에 대한 인지적·태도적 저항에 직접적인 영향을 미치는가?
- H6: AI 친밀도(AF)는 Gen AI 뉴스그래픽에 대한 수용자의 인지적·태도적 저항에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.
 - H7: 언론 신뢰도(NT)는 Gen AI 뉴스그래픽에 대한 수용자의 인지적·태도적 저항에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- [연구문제2-2] 수용자의 개인 특성(AI 친밀도·언론 신뢰도)은 저항 요인이 Gen AI 뉴스그래픽에 대한 인지적·태도적 저항에 미치는 영향을 조절하는가?
- H6a: AF는 C1이 Gen AI 뉴스그래픽에 대한 수용자의 인지적·태도적 저항에 미치는 정(+)의 영향을 약화시킬 것이다.
 - H6b: AF는 C2가 Gen AI 뉴스그래픽에 대한 수용자의 인지적·태도적 저항에 미치는 정(+)의 영향을 약화시킬 것이다.
 - H6c: AF는 C3이 Gen AI 뉴스그래픽에 대한 수용자의 인지적·태도적 저항에 미치는 정(+)의 영향을 약화시킬 것이다.
 - H6d: AF는 C4가 Gen AI 뉴스그래픽에 대한 수용자의 인지적·태도적 저항에 미치는 정(+)의 영향을 약화시킬 것이다.
 - H6e: AF는 C5가 Gen AI 뉴스그래픽에 대한 수용자의 인지적·태도적 저항에 미치는 정(+)의 영향을 약화시킬 것이다.
 - H7a: NT는 C1이 Gen AI 뉴스그래픽에 대한 수용자의 인지적·태도적 저항에 미치는 정(+)의 영향을 강화시킬 것이다.
 - H7b: NT는 C2가 Gen AI 뉴스그래픽에 대한 수용자의 인지적·태도적 저항에 미치는 정(+)의 영향을 강화시킬 것이다.
 - H7c: NT는 C3이 Gen AI 뉴스그래픽에 대한 수용자의 인지적·태도적 저항에 미치는 정(+)의 영향을 강화시킬 것이다.
 - H7d: NT는 C4가 Gen AI 뉴스그래픽에 대한 수용자의 인지적·태도적 저항에 미치는 정(+)의 영향을 강화시킬 것이다.
 - H7e: NT는 C5가 Gen AI 뉴스그래픽에 대한 수용자의 인지적·태도적 저항에 미치는 정(+)의 영향을 강화시킬 것이다.

3.4. 연구모형(개념도)



4. 연구 결과

4.1. 표본특성 및 측정모형 평가

표본 크기	n = 400
모집단	대한민국 거주 만 19세 이상 성인 남녀
표본 추출	지역 균형(권역별), 연령·성별 인구비례 분포
스크리닝	최근 3개월 이내 뉴스 소비자
자료 수집	온라인 패널 조사(엠브레인 이지서베이)
분석 도구	SmartPLS 4.1.1.8, 부트스트래핑 500회

모집단 연령	평균 47.5세(20~84세),
GenAI 저항 비율 (≥ 3.5)	38.2% (153/400)
AI 고지 시청 경험	73.0% (292/400)

한국언론진흥재단 보고서(양정애, 2025) 보다 저항 비율 낮음

뉴스 그래픽의 생성형 AI 활용에 대한 수용자 저항 요인

-혁신저항모델과 저널리즘 신뢰성 이론 중심으로

홍익대학교 대학원 AI·실감미디어콘텐츠학 류중원

n=400 · 8구인 · 38지표 (최종) | 제거지표(문항): C2_2, C1_4, AF3, AF5

CMV(공통방법편의, Harman 단일요인): 첫 요인 분산 31.2% < 50% | · 전체 공선성 VIF(분산팽창계수): 전 구인 < 3.3 (Kock 2015) | · 내부 VIF: 최대 C3 = 3.099 (<5.0)

신뢰도·수렴타당도 (Hair 2022 기준: $\alpha \geq .70$, AVE $\geq .50$)

구인	문항 수	α ($\geq .70$) (Cronbach's)	합성신뢰도 (CR, $\geq .70$)	평균분산추출 (AVE, $\geq .50$)	비고
주제선택 불확실성 연상[C1]	3	0.667	0.818	0.600	α 경계
사실선택 불확실성 연상[C2]	5	0.811	0.869	0.571	-
시각표현 불확실성[C3]	7	0.850	0.885	0.525	-
시각표현 부정연상[C4]	4	0.834	0.889	0.668	-
맥락판단 불확실성 연상 [C5]	5	0.831	0.881	0.567	-
언론신뢰도 [NT]	5	0.874	0.862	0.565	-
AI친밀도 [AF]	3	0.727	0.827	0.632	-
저항 [OR]	6	0.881	0.911	0.632	-

8구인 38지표 모두 CR·AVE 기준 통과

C1 $\alpha=0.667$ 경계,

AF $\rho_a=1.085$ 이상치 → 주기준(CR/AVE) 통과

HTMT 경계 초과 4쌍 → 문항단위 정제 판별타당도 확보

구조모형 분석가능 수준의 측정 견고성 확보

판별타당도 - HTMT (Henseler 2015)

구인 쌍	HTMT	CI(신뢰구간) 상한	판정
[C1] ↔ [C2]	0.907	0.985	CI < 1.0
[C1] ↔ [C3]	0.915	0.977	CI < 1.0
[C1] ↔ [C5]	0.906	0.968	CI < 1.0
[C2] ↔ [C3]	0.903	0.948	CI < 1.0
그외 쌍	< 0.900	< 1.0	OK

Altay & Gilardi(2024) ‘완전 자동화 가정’

→ 수용자는 AI 뉴스그래픽 편집 전 과정을 통합적으로 지각
(차원 분리저항예측)

Bootstrap(부트스트래핑) CI 상한 최대 0.985 < 1.0

→ Henseler(2015) 추론적 HTMT 통과

C2_2, C1_4 교차적재(cross-loading) 기반 제거

4.2. 구조모형 평가 및 주가설 검증

Bootstrapping(부트스트래핑) 5,000회 · BCa(편향보정) 신뢰구간 · 양측검정 · 유의수준 $\alpha=.05$ | M1 주효과+조절효과 모델 기준

주가설 검증결과 (H1~H7)

가설	경로	β (경로계수)	t(검정값)	p(유의확률)	f ² (효과크기)	판정
H1. 주제선택 불확실성 연상(C1)은 수용자 저항에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	C1→R	+0.062	0.962	0.337	0.003	기각
H2. 사실선택 불확실성 연상(C2)은 수용자 저항에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	C2→R	+0.270	4.127	<0.001	0.040	지지
H3. 시각표현 불확실성(C3)은 수용자 저항에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	C3→R	-0.014	0.158	0.875	0.000	기각
H4. 시각표현 부정연상(C4)은 수용자 저항에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	C4→R	+0.296	4.868	<0.001	0.057	지지
H5. 맥락판단 불확실성 연상(C5)은 수용자 저항에 정(+)의 영향을 미칠 것이다	C5→R	+0.049	0.617	0.537	0.002	기각
H6. AI 친밀도는 수용자 저항에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.	AF→R	-0.180	2.518	0.012	0.044	지지
H7. 언론신뢰도는 수용자 저항에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	NT→R	+0.026	0.333	0.739	0.001	비유의

H2 지지: 사실선택 불확실성 연상이 인지적·태도적 저항을 직접 형성 ($\beta = +0.270$)

H4 지지: 시각표현 부정연상이 인지적·태도적 저항을 직접 형성 ($\beta = +0.296$, 본 연구 최대 효과)

H6 지지: AI 친밀도가 인지적·태도적 저항을 직접 약화 ($\beta = -0.180$)

H1·H3·H5 비유의: 주제선택 불확실성·시각표현 불확실성·맥락판단 불확실성 연상은 본 표본에서 작동 미확인

H7 비유의: 언론 신뢰도의 직접 효과가 본 표본에서 통계적 유의 수준에 도달하지 않음

4. 연구 결과

4.3. 다중집단분석(MGA) 보조 검증 및 시사점

Permutation(순열) MGA(다중집단분석) 5,000회 | 성별·연령(3집단)·TIME(2집단)·AI고지 경험 4종 | 집단간 차이 유의($\alpha=.05$) ◆ · Bonferroni(본페로니) 통과 □

가설 경로별 집단 민감도 (주효과 & 유의만)

가설	경로	M2 β (경로계수) (p 값)	성별	연령(비교군)	뉴스 시청시간	AI 고지 시청 경험	종합 함의
H2. 사실선택 불확실성 연상(C2)은 수용자 저항에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	C2→R	+0.272 (<.001)	.563	.058 (M-S)	.190	.029 ◆	경험 조건부 작동
H4. 시각표현 부정연상(C4)은 수용자 저항에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	C4→R	+0.297 (<.001)	.974	.110	.732	.992	다중집단간 차이 없는 보편적 저항
H6. AI친밀도는 수용자 저항에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.	AF→R	-.0180(.012)	.532	.020 (N-S) ◆	.239	.118	저연령층 견인(부호 반전)
H7. 언론신뢰도는 수용자 저항에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	NT→R	+0.026(.739)	.059	.035(N-M) ◆	.121	.542	집단상쇄
H1. 주제선택 불확실성 연상(C1)은 수용자 저항에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	C1→R	+0.058 (.366)	.739	.646	.603	.402	보편 비유의
H3. 시각표현 불확실성(C3)은 수용자 저항에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	C3→R	+0.000 (.997)	.489	.011 (M-S) □	.286	.219	고연령층(S,60세이상) 고유 유의
H5. 맥락판단 불확실성 연상(C5)은 수용자 저항에 정(+)의 영향을 미칠 것이다	C5→R	+0.044 (.580)	.452	0.617	.625	.240	보편 비유의
H7b. 언론신뢰도는 사실선택 불확실성 연상의 수용자 저항의 정(+) 관계를 부(-)적으로 조절할 것이다.	C1~5× NT →OR	+0.011 (.880)	.783	.011 (N-M) □	.492	.600	저연령층(N,2030) 고유 유의
H6·H7기타9종		모두 기각	모두 .1+	모두 비유의	모두 .1+	모두 .1+	H6b 외 조절 효과 보편 비유의

사실선택 불확실성 연상(H2): 경험 조건부

전체 β (경로계수)= +0.272 (p<.001) — 지지

- 경험군 β = +0.346 vs 미경험군 β = -0.037 (Δ = +0.383, p=.029)
- 연령: 고연령층 대비 경계 유의 2회 (저연령층 .089, 중간증 .058)

→ 인지적 평가· 경험 학습 기반 메커니즘

시각표현 부정연상(H4): 보편적 저항

전체 β (경로계수)= +0.297 (p<.001) — 지지

- 성별 p=.974 ($\Delta\beta$ =.004)
- 뉴스 시청 시간 p=.732
- AI고지 p=.992 ($\Delta\beta$ =.001)

→ 즉각적 반응· 고정관념 기반 보편 메커니즘

AI 친밀도(H6): 저연령층 견인

전체 β = -0.180 (p=.012) — 지지

저연령 β = -0.319 노년층 β = +0.068 (p=.020, 부호 반전)

AF의 친숙화 효과는 저연령층 견인 결과

→ Rogers(2003) 친숙화 효과의 세대 매개 메커니즘

언론신뢰도(H7): 집단 상쇄로 재해석

전체 β = +0.026 (p=.739) — 기각, 그러나 신호 부재 ≠ 신호 상쇄

성별: 남 +0.180 vs 여 -0.036 (p=.059, 반대 부호)
연령: 저연령층 +0.264 vs 중간층 -0.070 (p=.035, 반대 부호)

→ Tsfati & Cappella(2003) 보호적 회의주의의 집단 분화 작동

4.4. 논의: 채택·기각 가설의 이론적·실무적 의의

4.5.1 채택 3 가설 — 본 연구의 핵심 기여

H2 사실선택 불확실성 (C2) → 저항 $\beta = +0.270, p < .001 \checkmark$

- ▶ 위험·이미지 통합 메커니즘이 **K&M 사실 선택성 차원**에서 차별적으로 발현되어 저항으로 전이

[이론적 기여] 16-셀 PCC → 5 구인 → 본조사 통합 구인 도출 논리의 경험적 확인

[실무 시사] AI 고지 노출 경험 트리거 (경험군 $\beta = +0.346$ vs 미경험군 $\beta = -0.037, p = .029$) → AI 고지의 양면성 시사

H4 시각표현 부정연상 (C4) → 저항 $\beta = +0.296, p < .001 \checkmark$

★ 본 연구 최대 효과

- ▶ 묘사 정확성 차원의 **이미지 장벽**이 위험 장벽보다 강하게 작동 — 4종 MGA 모두 맥락 독립적 보편 효과

[이론적 기여] Ram & Sheth(1989) 이미지 장벽 이론 (감정·연상 기반)이 일반 수용자 평가의 핵심 기제임을 실증

[실무 시사] 언론사 Gen AI 가이드의 1순위: 딥페이크·합성이미지 부정 연상 차단이 결정적

H6 AI 친밀도 (AF) → 저항 $\beta = -0.180, p = .012 \checkmark$

★ Rogers 친숙화 이론 본 맥락 확인

- ▶ 친숙성이 위험 인식을 약화시킨다는 Rogers(1983) 친숙화 명제를 Gen AI 뉴스그래픽 맥락에서 본 표본 확인

[이론적 기여] 친숙화이론(Rogers, 1983)을 새 맥락(Gen AI 뉴스그래픽)에서 본 표본 확인 — M2 견고성도 확보($\beta = -0.140$)

[후속 연구] AF → 저항 직접 약화의 발현 경로 (매개 변수: 기술 효능감·일반 신뢰 등) 규명 필요

4.5.2 기각 가설 — 이론적·실무적 의의 + 후속 검증

H1·H3·H5 C1·C3·C5 비유의

- ▶ H1 $\beta = +0.062$ / H3 $\beta = -0.014$ / H5 $\beta = +0.049$ — 주제선택·맥락판단·시각표현 불확실성

[이론적 의의] K&M 4차원 중 사실선택·묘사정확만 본 맥락 작동 → 시각 맥락의 특수성 식별

[실무 시사] 일반 수용자 자원은 C2·C4 중심 (C1·C3·C5는 후순위, 노년 C3 별도)

H7 언론 신뢰도 (NT) → 저항 $\beta = +0.026$

- ▶ Quiring(2021)·Toff & Simon(2025) 보호적 회의주의가 본 맥락에서 발현 X

[이론적 의의] AF 직접 작동 vs NT 직접 비작동의 비대칭 = Gen AI 시각 영역 고유 양상

[실무 시사] 일반 신뢰도 제고만으로 한계 → AI 특화 정밀 대응 필요

보조가설 H6a~H7e 10/10 기각

- ▶ Aguinis et al.(2005) 조절 효과 평균 $f^2 = 0.009$, 검정력 30~40% (검정력 한계 동반)

[이론적 의의] 양면가설화 (직접·조절) → 본 맥락에서 직접 메커니즘 우세 입증

[후속 연구] 검정력 보강 + 사전등록 실험으로 조절 효과 재검증 (좌측 H6 직접 효과와 비대칭)

본 연구의 핵심 기여

- ① 통합 저항요인 경험 확인 (C2·C4) | ② 이미지 장벽 우위 = 수용자 평가 핵심 기제 | ③ Rogers 친숙화 본 맥락 확인 + 직접·조절 비대칭 식별

5.1 실무적 시사점

인지적 태도적 저항 완화전략 제안

① 사실선택 불확실성 연상(C2) 대응 - AI 고지 정밀화

단순 ‘AI 활용’ 라벨이 사실 선택 차원의 우려를 활성화시키는 트리거로 작용 (경험군 $\beta = +0.346$ vs 미경험군 $\beta = -0.037$)
AI 관여 단계·방식·범위를 분해하여 고지 - 데이터 출처 명시, 인간 편집자 검수 단계 표시
현행 자율 규제 골격 유지 + 콘텐츠 분야별 차등 권고 (뉴스 영역 정밀 고지 권장) 검토

② 시각표현 부정연상(C4) 대응 - 시각화 설계 원칙 (1순위)

본 연구 최대 효과 ($\beta = +0.296$), 4종 다중집단분석 모두에서 보편 작동 확인 - 맥락 독립적 보편 메커니즘
딥페이크·허위정보 등 부정 이미지 환기 차단이 핵심 (가짜뉴스 이미지 연상 IPMA 중요도 +0.337, 1위)
AI 활용 영역의 차등 적용 - 추상 개념·데이터 시각화는 허용, 실존 인물·사건 묘사는 제한
인간 검수·보정 결합 생성 방식을 운영 표준으로 정립

③ AI 친밀도(AF) 직접 약화 효과 활용 - 수용자 친숙화 전략

AF 직접 약화 효과 ($\beta = -0.180, p = .012$) 본 표본에서 확인 - M2 견고성 확인 ($\beta = -0.140$)
AI 활용 정보의 가시적 공개 + 활용 사례 안내 - 사전 이해 형성을 통한 인지적 자료 제공
AI 리터러시 × 미디어 리터러시 교육 결합 (디지털 네이티브 $\beta = -0.319$ vs 노년 $\beta = +0.068$, 세대 격차 완화 기여)

5.2. 연구의 한계 및 후속연구 제언

연구의 한계

자기보고식 설문 한계

자극물 비교 설계 부재, ‘Gen AI 뉴스그래픽’ 자체에 대한 일반적 인식 측정
실제 콘텐츠 노출 시 행동 반응과의 차이 가능성

본 표본의 특수성

n=400 대한민국 거주 만 19세 이상 성인에 한정
국가·문화·세대 등 표본 특성에 따른 일반화 한계

시점·기술 환경 특수성

Gen AI의 빠른 진화: 본 조사 시점(2026년 4월) 수용자 인식의 시간적 변동 가능성
본 연구는 한 시점에 수행된 조사: 시간 흐름에 따른 저항 양상의 변화는 분석 범위 밖

뉴스 유형 등 추가적인 변수 부재

인지적·태도적 저항 메커니즘에 집중하기 위해 뉴스 유형(경성·연성)별 차이 측정 부재
선행 연구에서 다수 보고된 주요 변수이므로 본 연구를 바탕으로 후속 연구 제시

후속연구 제언

반복 측정을 통한 종단 연구

Gen AI 기술 진화에 따른 수용자 저항의 시간 변동 추적
0.5~1년 주기 반복 측정으로 저항 구조의 안정성·변동성 검증

다국·다문화 비교 연구

문화적 맥락의 영향 검증: 한국 vs 서구권/동아시아권 수용자 비교
저널리즘 신뢰도 수준·언론 자유 환경·AI 규제 환경 등 추가 변수 검토

본 표본 내 미작동 저항요인의 추가 검증

주제선택·시각표현 불확실성·맥락판단 영역의 다른 맥락 검증
경성 뉴스(정치·시사) 영역, 텍스트 기반 AI 저널리즘 영역에서 비교 검증

수용자 세분화 분석

디지털 네이티브 vs 비네이티브 비교
미디어 리터러시 수준별 저항 양상 분석

1. 서론

1.1. 연구배경 및 목적

1.1.1. 연구 배경

1.1.2. 연구 문제

1.1.3. 연구 목적 및 의의

1.2. 연구 방법 및 범위

1.2.1. 연구의 방법

1.2.2. 연구 범위

1.2.3. 연구 수행 체계

2. 이론적 배경

2.1. 뉴스그래픽

2.1.1. 뉴스그래픽의 개념과 유형

2.1.2. Gen AI 뉴스그래픽의 활용 현황

2.1.3. Gen AI 뉴스그래픽의 제도적 환경

2.2. 뉴스 수용자

2.2.1. 기술 사용자와 콘텐츠 수용자의 구분

2.2.2. 뉴스 수용자의 이중적 지위

2.2.3. 인식된 혁신으로서의 Gen AI 뉴스그래픽

2.2.4. 본 연구의 적용 맥락

2.3. 기술 수용 및 혁신저항모델

2.3.1. 혁신확산이론(IDT)

2.3.2. 기술수용모델(TAM)

2.3.3. 통합기술수용이론(UTAUT)

2.3.4. 혁신저항모델(IRM)

2.3.5. 수용과 저항

2.4. 저널리즘 신뢰성 이론

2.4.1. 정보원 신뢰성

2.4.2. 미디어 신뢰성

2.4.3. 뉴스 신뢰성 척도의 발전

2.4.4. K&M 4차원 신뢰성 척도

2.4.5. AI 저널리즘 영역의 신뢰성

2.5. 이론의 통합 적용

2.5.1. 연구 공백

2.5.2. 기대-가치 모델

2.5.3. IRM 장벽과 K&M 4차원 신뢰성의 교차 논리

2.5.4. 잠재적 교차 구인(Potential Cross-Construct, PCC)

2.5.5. 장벽별 비대칭성

2.6. 수용자 개인 특성

2.6.1. AI 친밀도

2.6.2. 언론 신뢰도

2.6.3. 수용자 개인 특성의 이중 작용

3. 연구 설계

3.1. 연구1: 델파이

3.1.1. 수정 델파이 설계

3.1.2. 수정 델파이 결과

3.2. 연구2: 본조사 설계

3.2.1. 연구가설 및 연구모형

3.2.2. 측정도구

3.2.3. 표본 및 자료 수집

3.2.4. 분석방법: PLS-SEM

4. 연구결과

4.1. 표본 특성 및 기술통계

4.1.1. 표본 수집 절차

4.1.2. 표본의 인구통계학적 특성

4.1.3. 뉴스 이용 행태

4.2. 측정 도구의 신뢰도 및 타당성 평가

4.2.1. 측정 모형 평가

4.2.2. 측정 도구 및 구인별 문항

4.2.3. 요인 적재치(Outer Loadings)

4.2.4. 신뢰성 및 수렴 타당성

4.2.5. 판별 타당성 (HTMT 기준)

4.2.6. 다중공선성 진단 (Inner VIF)

4.3. 구조모형 평가 및 가설 검증

4.3.1. 구조모형 평가 개요

4.3.2. 주 가설 검증

4.3.3. 보조 가설 검증(AF 조절, H6a~H6e)

4.3.4. 보조 가설 검증(NT 조절, H7a~H7e)

4.3.5. 통제변수 Robustness 분석(M2)

4.3.6. 모형 설명력 및 예측 적합성

4.3.7. 가설 검증 결과

4.4. 보조분석

4.4.1. H6e Simple Slope

4.4.2. IPMA (중요도-성과도 분석)

4.4.3. 다중집단분석 (MGA)

4.5. 논의

4.5.1. 채택 가설 의의

4.5.2. 기각 가설 의의

5. 결론

5.1. 연구 결과 요약

5.2. 연구의 실무적 시사점

5.3. 연구의 한계

5.4. 후속 연구 제언

5.5. 맺음말

감사합니다.

강푸른. (2026, 1월21일). 이제 내 릴스에도 'AI 표시' 해야? 'AI 기본법' 전면 시행Q&A. KBS.

고제욱·김종윤·김해웅·한경석. (2019). 금융부문에서 블록체인의 수용의도에 영향을 미치는 요인에 관한 혁신저항 효과의 실증연구. 디지털콘텐츠학회논문지, 20(4), 783–795.

김고은. (2025, 9월7일). AI가 만든 '박수치는 김정은'이 뉴스에?…KBS가 쏘아올린 공. 한국기자협회보.

김대원. (2017). 인공지능이 쓴 기사에 대한 소비 선택 의도에 영향을 미치는 요인. 한국콘텐츠학회논문지, 17(9), 198–209.

김민정·현은령. (2023). 데이터 시각화 유형에 따른 수용자 공감 수준 분석. 한국디자인리서치, 8(4), 256–266.

김상철·김광호. (2015). 지상파방송사TV뉴스의 그래픽 현황 비교 연구: KBS, MBC, SBS 저녁 메인뉴스 중심으로. 디지털콘텐츠학회논문지, 16(3), 397–406.

김예랑. (2025, 7월4일). 영화제 개막작도 AI…K-콘텐츠산업 새 국면 맞아하나. 한국경제.

김예리. (2026, 4월7일). “갯이즈 굿” 미군 관점·게임처럼…KBS의 AI 전쟁영상 논란. 미디어오늘.

대한민국정부. (2024). 인공지능 발전과 신뢰 기반 조성 등에 관한 기본법(법률 제21311호). 국가법령정보센터.

류종원·한정엽. (2023). 혼합현실(MR)을 활용한 텔레비전 뉴스의 정보전달 효과 분석: 2022년 대한민국 선거방송을 중심으로. 한국공간디자인학회 논문집, 18(4), 279–286.

류종원·한정엽. (2024). 생성형 인공지능을 활용한 뉴스 콘텐츠 사례 연구. 2024 한국게임학회 추계학술발표대회 논문집, 139–143.

류종원·한정엽. (2025a). 방송 그래픽의 생성형 AI 활용 사례 분석: 2025년 21대 대통령선거 선거방송을 중심으로. 한국공간디자인학회 논문집, 20(5), 809–817.

류종원·한정엽. (2025b). 뉴스 그래픽의 Gen AI 활용 양상 분석: 수사학적 담론 유형을 중심으로. 한국공간디자인학회 논문집, 20(7), 397–404.

박덕춘. (2014). TV뉴스의 인포그래픽이 수용자의 기억과 이해에 미치는 영향. 디지털융복합연구, 12(11), 499–504.

박상권. (2024). 이미지 생성형 AI에 관한 디자이너의 저항 요인: 혁신저항이론을 중심으로[박사학위논문, 홍익대학교 대학원].

박서연. (2024, 2월26일). 신문협회 회원사 23개 중 19곳 ”생성형 AI 활용 중이거나 도입 계획”. 미디어오늘.

박유빈. (2023). When machines paint the news: Decoding news consumers’ perceptions of AI-generated news image[석사학위논문, 서울대학교].

백재현·임종수. (2018). ‘혁신 없는’ 로봇 저널리즘. 방송통신연구, 103, 9–46.

송인승·전지윤. (2021). 실감형 보도 그래픽을 위한 AR·VR 기반 시각적 디자인 사례에 관한 분석. 디지털콘텐츠학회논문지, 22(3), 405–414.

송종길. (2007). 텔레비전 뉴스 신뢰도와 평가지표에 관한 연구. 한국방송학보, 21(5), 309–345.

신유섭. (2009). TV 선거개표방송의 방송 그래픽 내용분석. 한국콘텐츠학회논문지, 9(12), 130–137.

양정애. (2025). 생성형 AI 확산에 따른 AI 불안 경험 및 인식. 미디어 서베이, 2025(5). 한국언론진흥재단 미디어연구센터.

오보람. (2025, 7월4일). ‘AI 시나리오’ 기반 영화로 개막…부천국제판타스틱영화제 3일 개막. 연합뉴스.

오세욱. (2024). 해외 언론의 생성 AI 활용 사례와 시사점. 미디어 정책 리포트, 2024(6). 한국언론진흥재단 미디어연구센터.

윤수현. (2025, 2월4일). 언론에 우후죽순 도입되는 생성형 AI… 문제는 없을까. 미디어오늘.

이정일·정원준. (2020). 로봇 저널리즘에 대한 기자와 독자 간 상호 인식 연구. 한국언론학보, 64(4), 114–153.

이해민·김진화. (2025). 인공지능 생성 뉴스 제목과 사람이 만든 헤드라인의 감성, 언어전락, 자극성 비교 분석. 산업융합연구, 23(1), 1–9.

이현우. (2025). 뉴스룸 인공지능 도입 현황과 활성화 방안[발제문]. 한국언론학회 특별세미나「언론의 AI 활용 실태 및 제언점」, 한국언론진흥재단 미디어교육원, 서울. (2025년 2월 27일 발표)

임종주. (2025). 생성형 AI가 저널리스트의 역할 인식에 미친 도전과 과제: 저널리스트 심층 인터뷰와 근거이론을 기반으로[박사학위논문, 국민대학교].

장은지·남혜정. (2024, 10월10일). AI가 휩쓴 노벨 물리학상·화학상. 동아일보.

전용철. (2024). AI 기자가 작성한 뉴스 기사가 뉴스 신뢰도에 미치는 영향: 인간 기자와 AI 기자의 비교 실험을 중심으로. 한국콘텐츠학회논문지, 24(3), 168–179.

전의만·안종혁. (2025). 인공지능 기술을 활용한 뉴스 원고 작성에 대한 고찰. 커뮤니케이션디자인학연구, 90, 372–384.

정빛나. (2024, 8월1일). ‘세계 최초’ EU AI규제법 오늘 발효…전면 시행은2년 뒤. 연합뉴스.

정홍철. (2015). 3D 그래픽 뉴스 정보가 수용자 인지변화에 미치는 영향 연구[박사학위논문, 단국대학교].

조수인. (2017). TV 뉴스 그래픽의 활용 정도가 수용자 정보처리 과정에 미치는 영향[석사학위논문, 홍익대학교].

차지원. (1992). TV-news의 視覺傳達效果를 위한 News graphics에 관한 研究[조수인(2017)에서 재인용].

최민재·지성우·황성연. (2024). 생성형AI와 디지털 뉴스 생태계(연구서2024-02). 한국언론진흥재단.

최승영. (2024, 4월23일). 준칙 제정, 톨 개발, 이용비 지원… 언론사들 AI 실험 박차. 한국기자협회보.

하승태·이정교. (2011). 미디어 이용량과 선호 콘텐츠 유형이 미디어 신뢰도에 미치는 영향. 한국언론학보, 55(1), 413–434.

한국기자협회. (2024, 12월5일). 언론을 위한 생성형 인공지능(AI) 준칙. 한국기자협회.

한국일보. (2024, 4월4일). 한국일보가 ‘생성형 AI 활용 준칙’을 제정했습니다. 한국일보.

한국콘텐츠진흥원. (2025). 2024 방송영상산업 실태조사. 한국콘텐츠진흥원.

한승민·홍세인·최재서·정윤희. (2024). 인공지능 생성 콘텐츠와 인공지능 사용 공개에 대한 소비자 인식 연구: 콘텐츠 가치와 형식을 중심으로. 경영정보학연구, 26(4), 187–216.

KBS 미디어연구소. (2025, 8월18일). KBS AI 가이드라인. 한국방송공사

Aguinis, H., Beaty, J. C., Boik, R. J., & Pierce, C. A. (2005). Effect size and power in assessing moderating effects of categorical variables using multiple regression: A 30-year review. Journal of Applied Psychology, 90(1), 94–107.

Aiken, L. S., & West, S. G. (1991). Multiple regression: Testing and interpreting interactions. Sage.

Ajzen, I., & Fishbein, M. (2005). The influence of attitudes on behavior. In D. Albarracín, B. T. Johnson, & M. P. Zanna (Eds.), The handbook of attitudes(pp. 173–221). Lawrence Erlbaum.

Alshallaqi, M., Al Halbusi, H., Abbas, M., & Alhaidan, H. (2022). Resistance to innovation in low-income populations: The case of university students’ resistance to using digital productivity applications. Frontiers in Psychology, 13, 961589.

Altay, S., & Gilardi, F. (2024). People are skeptical of headlines labeled as AI-generated, even if true or human-made, because they assume full AI automation. PNAS Nexus, 3(10), pgae403.

Antioco, M., & Kleijnen, M. (2010). Consumer adoption of technological innovations: Effects of psychological and functional barriers in a lack of content versus a presence of content situation. European Journal of Marketing, 44(11/12), 1700–1724.

Appelman, A., & Sundar, S. S. (2016). Measuring message credibility: Construction and validation of an exclusive scale. Journalism & Mass Communication Quarterly, 93(1), 59–79.

Babbie, E. R. (2012). The practice of social research(13th International ed.). Wadsworth, Cengage Learning.

Bain, A. (1867). English composition and rhetoric: A manual. D. Appleton and Company.

Barclay, D., Higgins, C., & Thompson, R. (1995). The partial least squares (PLS) approach to causal modeling: Personal computer adoption and use as an illustration. Technology Studies, 2(2), 285–309.

Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. Journal of Personality and Social Psychology, 51(6), 1173–1182.

Barrett, A. (2023, August 16). Standards around generative AI. AP The Definitive Source.

Brislin, R. W. (1970). Back-translation for cross-cultural research. Journal of Cross-Cultural Psychology, 1(3), 185–216.

Chin, W. W., Marcolin, B. L., & Newsted, P. R. (2003). A partial least squares latent variable modeling approach for measuring interaction effects: Results from a Monte Carlo simulation study and an electronic-mail emotion/adoption study. Information Systems Research, 14(2), 189–217.

Chui, M., Hazan, E., Roberts, R., Singla, A., Smaje, K., Sukharevsky, A., Yee, L., & Zimmel, R. (2023). The economic potential of generative AI: The next productivity frontier. McKinsey & Company.

Clerwall, C. (2014). Enter the robot journalist: Users’ perceptions of automated content. Journalism Practice, 8(5), 519–531.

Cohen, J. (1992). A power primer. Psychological Bulletin, 112(1), 155–159.

Coltman, T., Devinney, T. M., Midgley, D. F., & Venaik, S. (2008). Formative versus reflective measurement models: Two applications of formative measurement. *Journal of Business Research*, 61(12), 1250–1262.

Couper, M. P. (2000). Web surveys: A review of issues and approaches. *Public Opinion Quarterly*, 64(4), 464–494.

Davis, F. D. (1986). A technology acceptance model for empirically testing new end-user information systems: Theory and results[Doctoral dissertation, Massachusetts Institute of Technology].

Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.

Delbecq, A. L., Van de Ven, A. H., & Gustafson, D. H. (1975). Group techniques for program planning: A guide to nominal group and Delphi processes. Scott, Foresman.

Diamantopoulos, A., & Winklhofer, H. M. (2001). Index construction with formative indicators: An alternative to scale development. *Journal of Marketing Research*, 38(2), 269–277.

Dijkstra, T. K., & Henseler, J. (2015). Consistent partial least squares path modeling. *MIS Quarterly*, 39(2), 297–316.

Dos Santos, A. A., & Ponchio, M. C. (2021). Functional, psychological and emotional barriers and the resistance to the use of digital banking services. *Innovation & Management Review*, 18(3), 331–348.

Faul, F., Erdfelder, E., Lang, A.-G., & Buchner, A. (2007). G\Power 3: A flexible statistical power analysis program for the social, behavioral, and biomedical sciences. *Behavior Research Methods*, 39*(2), 175–191.

Faul, F., Erdfelder, E., Buchner, A., & Lang, A.-G. (2009). Statistical power analyses using G\Power 3.1: Tests for correlation and regression analyses. *Behavior Research Methods*, 41*(4), 1149–1160.

Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). Belief, attitude, intention and behavior: An introduction to theory and research. Addison-Wesley.

Fishbein, M., & Ajzen, I. (1980). Understanding attitudes and predicting social behavior. Prentice-Hall.

Flanagin, A. J., & Metzger, M. J. (2000). Perceptions of Internet information credibility. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 77(3), 515–540.

Fletcher, R., & Nielsen, R. K. (2024). What does the public in six countries think of generative AI in news? Reuters Institute for the Study of Journalism.

Gaziano, C., & McGrath, K. (1986). Measuring the concept of credibility. *Journalism Quarterly*, 63(3), 451–462.

Goodhue, D. L., Lewis, W., & Thompson, R. (2012). Does PLS have advantages for small sample size or non-normal data? *MIS Quarterly*, 36(3), 981–1001.

Graefe, A., & Bohlken, M. (2020). Automated journalism: A meta-analysis of readers’ perceptions of human-written in comparison to automated news. *Media and Communication*, 8(3), 50–59.

Graefe, A., Haim, M., Haarmann, B., & Brosius, H.-B. (2018). Readers’ perception of computer-generated news: Credibility, expertise, and readability. *Journalism*, 19(5), 595–610.

Green, P. J. (1981). The content of a college-level outdoor leadership course[Doctoral dissertation, University of Oregon].

Griffin, M. (2012). Images from nowhere: Visuality and news in 21st century media. In V. Depkat & M. Zwingenberger (Eds.), *Visual cultures – Transatlantic perspectives*(pp. 159–189). Universitätsverlag Winter.

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)(2nd ed.). Sage.

Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24.

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)(3rd ed.). Sage.

Hair, J. F., Jr., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) using R: A workbook. Springer.

Henseler, J., & Chin, W. W. (2010). A comparison of approaches for the analysis of interaction effects between latent variables using partial least squares path modeling. *Structural Equation Modeling*, 17(1), 82–109.

Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115–135.

Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2016). Testing measurement invariance of composites using partial least squares. *International Marketing Review*, 33(3), 405–431.

Hinkin, T. R. (1998). A brief tutorial on the development of measures for use in survey questionnaires. *Organizational Research Methods*, 1(1), 104–121.

Hovland, C. I., Janis, I. L., & Kelley, H. H. (1953). Communication and persuasion: Psychological studies of opinion change. Yale University Press.

Hovland, C. I., & Weiss, W. (1951). The influence of source credibility on communication effectiveness. *Public Opinion Quarterly*, 15(4), 635–650.

Hsu, C.-C., & Sandford, B. A. (2007). The Delphi technique: Making sense of consensus. *Practical Assessment, Research, and Evaluation*, 12(10), 1–8.

Hu, K. (2023, February 2). ChatGPT sets record for fastest-growing user base - analyst note. Reuters.

Jarvis, C. B., MacKenzie, S. B., & Podsakoff, P. M. (2003). A critical review of construct indicators and measurement model misspecification in marketing and consumer research. *Journal of Consumer Research*, 30(2), 199–218.

Joachim, V., Spieth, P., & Heidenreich, S. (2018). Active innovation resistance: An empirical study on functional and psychological barriers to innovation adoption in different contexts. *Industrial Marketing Management*, 71, 95–107.

Johnson, T. J., & Kaye, B. K. (1998). Cruising is believing? Comparing Internet and traditional sources on media credibility measures. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 75(2), 325–340.

Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and gratifications research. *Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509–523.

Kaur, P., Dhir, A., Singh, N., Sahu, G., & Almotairi, M. (2020). An innovation resistance theory perspective on mobile payment solutions. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 55, 102059.

Kennedy, H., Aiello, G., Annabell, T., & Anderson, C. W. (2025). Generic visuals in the news as public images: Activating emotions, experiences and identities. *European Journal of Cultural Studies*, 28(6), 1624–1648.

Kenny, D. A. (2018). Moderation. <http://davidakenny.net/cm/moderation.htm>

Kim, S., & Park, T. (2023). Understanding innovation resistance on the use of a new learning management system (LMS). *Sustainability*, 15(16), 12627.

Kock, N. (2015). Common method bias in PLS-SEM: A full collinearity assessment approach. *International Journal of e-Collaboration*, 11(4), 1–10.

Kock, N., & Hadaya, P. (2018). Minimum sample size estimation in PLS-SEM: The inverse square root and gamma-exponential methods. *Information Systems Journal*, 28(1), 227–261.

Kohring, M., & Matthes, J. (2007). Trust in news media: Development and validation of a multidimensional scale. *Communication Research*, 34(2), 231–252.

Lakens, D. (2019). The value of preregistration for psychological science: A conceptual analysis. *Japanese Psychological Review*, 62(3), 221–230.

Lawshe, C. H. (1975). A quantitative approach to content validity. *Personnel Psychology*, 28(4), 563–575.

Lienggaard, B. D., Sharma, P. N., Hult, G. T. M., Jensen, M. B., Sarstedt, M., Hair, J. F., & Ringle, C. M. (2021). Prediction: Coveted, yet forsaken? Introducing a cross-validated predictive ability test in partial least squares path modeling. *Decision Sciences*, 52(2), 362–392.

Liu, B., & Wei, L. (2019). Machine authorship in situ: Effect of news organization and news genre on news credibility. *Digital Journalism*, 7(5), 635–657.

Ludwig, B. (1997). Predicting the future: Have you considered using the Delphi methodology? *Journal of Extension*, 35(5), Article 5TOT2.

Luhmann, N. (1979). Trust and power(H. Davis, J. Raffan, & K. Rooney, Trans.). John Wiley & Sons. (Original works published 1968, 1975)

Meyer, P. (1988). Defining and measuring credibility of newspapers: Developing an index. *Journalism Quarterly*, 65(3), 567–574.

Morosoli, S., Resendez, V., Naudts, L., Helberger, N., & de Vreese, C. (2025). “I resist” : A study of individual attitudes towards generative AI in journalism and acts of resistance, risk perceptions, trust and credibility. *Digital Journalism*. Advance online publication.

Nanz, A., Binder, A., & Matthes, J. (2025). AI in the newsroom: Does the public trust automated journalism and will they pay for it? *Journalism Studies*. Advance online publication.

Napoli, P. M. (2011). Audience evolution: New technologies and the transformation of media audiences. Columbia University Press.

Netflix. (2025). Using generative AI in content production. Netflix Partner Help Center.

Newman, N. (2024). Journalism, media, and technology trends and predictions 2024. Reuters Institute for the Study of Journalism.

Nosek, B. A., Ebersole, C. R., DeHaven, A. C., & Mellor, D. T. (2018). The preregistration revolution. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 115(11), 2600–2606.

Perez-Vega, R., Kaartemo, V., Lages, C. R., Razavi, N. B., & Männistö, J. (2021). Reshaping the contexts of online customer engagement behavior via artificial intelligence: A conceptual framework. *Journal of Business Research*, 129, 902–910.

Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). The elaboration likelihood model of persuasion. *Advances in Experimental Social Psychology*, 19, 123–205.

Prochazka, F., & Schweiger, W. (2019). How to measure generalized trust in news media? An adaptation and test of scales. *Communication Methods and Measures*, 13(1), 26–42.

Quiring, O., Ziegele, M., Schemer, C., Jakob, N., Jakobs, I., & Schultz, T. (2021). Constructive skepticism, dysfunctional cynicism: Skepticism and cynicism differently determine generalized media trust. *International Journal of Communication*, 15, 3497–3518.

Ram, S., & Sheth, J. N. (1989). Consumer resistance to innovations: The marketing problem and its solutions. *Journal of Consumer Marketing*, 6(2), 5–14.

Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations*(5th ed.). Free Press.

Rowe, G., & Wright, G. (1999). The Delphi technique as a forecasting tool: Issues and analysis. *International Journal of Forecasting*, 15(4), 353–375.

Schudson, M. (1998). *The good citizen: A history of American civic life*. Free Press.

Shmueli, G., Sarstedt, M., Hair, J. F., Cheah, J.-H., Ting, H., Vaithilingam, S., & Ringle, C. M. (2019). Predictive model assessment in PLS-SEM: Guidelines for using PLSpredict. *European Journal of Marketing*, 53(11), 2322–2347.

Skulmoski, G. J., Hartman, F. T., & Krahn, J. (2007). The Delphi method for graduate research. *Journal of Information Technology Education*, 6, 1–21.

Slovic, P., Finucane, M. L., Peters, E., & MacGregor, D. G. (2007). The affect heuristic. *European Journal of Operational Research*, 177(3), 1333–1352.

Strikovic, E., & Cools, H. (2025). Reality re-imag(in)ed: Mapping publics’ perceptions and evaluations of AI-generated images in news contexts. *Digital Journalism*. Advance online publication.

Strömbäck, J., Tsfati, Y., Boomgaarden, H., Damstra, A., Lindgren, E., Vliegenthart, R., & Lindholm, T. (2020). News media trust and its impact on media use: Toward a framework for future research. *Annals of the International Communication Association*, 44(2), 139–156.

Sundar, S. S. (2008). The MAIN model: A heuristic approach to understanding technology effects on credibility. In M. J. Metzger & A. J. Flanagin (Eds.), *Digital media, youth, and credibility*(pp. 73–100). MIT Press.

Sundar, S. S., & Nass, C. (2001). Conceptualizing sources in online news. *Journal of Communication*, 51(1), 52–72.

Szmigin, I., & Foxall, G. (1998). Three forms of innovation resistance: The case of retail payment methods. *Technovation*, 18(6–7), 459–468.

Toff, B., & Simon, F. M. (2025). “Or they could just not use it?” : The dilemma of AI disclosure for audience trust in news. *The International Journal of Press/Politics*, 30(4), 881–903.

Tsfati, Y., & Cappella, J. N. (2003). Do people watch what they do not trust? Exploring the association between news media skepticism and exposure. *Communication Research*, 30(5), 504–528.

Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27(3), 425–478.

Wang, D., & Choi, H. (2023). The effect of consumer resistance and trust on the intention to accept fully autonomous vehicles. *Mobile Information Systems*, 2023, Article 3620148.

Wang, J., & Huang, K. (2024). The impact of machine authorship on news audience perceptions: A meta-analysis. *Communication Research*. Advance online publication.

West, M. D. (1994). Validating a scale for the measurement of credibility: A covariance structure modeling approach. *Journalism Quarterly*, 71(1), 159–168.

Wölker, A., & Powell, T. E. (2021). Algorithms in the newsroom? News readers’ perceived credibility and selection of automated journalism. *Journalism*, 22(1), 86–103.

Yang, J., & Kwon, Y. (2024). Are digital content subscription services still thriving? Analyzing the conflict between innovation adoption and resistance. *Journal of Innovation & Knowledge*, 9(4), 100581.

Ytre-Arne, B., & Moe, H. (2018). Approximately informed, occasionally monitorial? Reconsidering normative citizen ideals. *The International Journal of Press/Politics*, 23(2), 227–246.

Zaller, J. (2003). A new standard of news quality: Burglar alarms for the monitorial citizen. *Political Communication*, 20(2), 109–130.