



에이즈 인식 형성 과정 연구

에이즈에 대한 수용자 인식과 지식 수준, 미디어 시각에 대한 토픽모델링분석을 중심으로*

김대욱 한양대학교 광고홍보학과 강사**

이 연구는 한국 사람들의 에이즈에 대한 인식이 어떠한지를 살펴보고, 이러한 에이즈에 대한 인식이 에이즈 지식 수준에 따라서 어떻게 달라지는지, 에이즈 관련 미디어 보도와 어떻게 다른지를 비교, 분석하였다. 이를 위해서 질병관리청에서 2010년부터 2년마다 정기적으로 시행하고 있는 “에이즈에 대한 지식, 태도, 신념 및 행태 조사”에서 수집된 자료를 토픽 모델링을 통해서 분석하였다. 연구 결과에서 한국 사람들은 에이즈에 대해서 성병(동성애)로 인한 불치병으로서 에이즈, 성매매로 인한 성병으로 면역 결핍을 유발하는 에이즈, 문란한 성생활로 감염되어 죽게되는 에이즈 등과 같은 3가지 토픽으로 생각하고 있었고, 이러한 3가지 토픽들은 시기별로 통계적으로 유의미한 차이가 없이 지속적으로 등장하는 것으로 나타났다. 또한, 이러한 토픽들의 비중은 지식 수준이 높은 집단과 지식 수준이 낮은 집단 간에 통계적으로 유의미한 차이가 없는 것으로 나타났다. 마지막으로 에이즈 관련 미디어 보도 분석에서 에이즈 치료 & 예방, 에이즈 퇴치 지원, 세계 에이즈의 날, 유명한 에이즈 감염, 에이즈 감염인을 통한 확산 등과 같은 5가지 토픽으로 에이즈를 바라보고 있었고, 에이즈 치료 & 예방 토픽은 시간이 지날수록 그 비중이 줄어들었고, 나머지 4개의 토픽은 시기적으로 유의미한 차이가 없는 것으로 나타났다. 이러한 결과들을 통해서 에이즈에 대한 부정적인 인식에 대한 개선 노력이 필요하며, 이를 위해서 미디어 보도의 개선, 에이즈 관련 용어의 개선, 지식 전달 관련 개선 방안들이 고려될 필요성을 제안하였다.

KEY WORDS 에이즈 인식 · 지식 수준 · 미디어 보도 · 토픽모델링 ·
에이즈 캠페인

* 이 논문은 2019년 대한민국 교육부와 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임 (NRF-과제번호)(NRF-2019S1A5B5A07094294)

** simonkim1026@gmail.com

1. 문제제기

1985년 에이즈 감염인이 한국사회에 처음으로 등장한 이후 에이즈 감염인 수는 지속적으로 증가하는 추세에 있다(질병관리청, 2020). 이러한 심각한 상황을 개선하고자 에이즈 예방 캠페인들은 주로 에이즈가 질병으로서 지니고 있는 무서움 등을 활용한 공포 소구 전략을 주로 사용하였는데, 이러한 공포 소구 전략은 전반적으로 에이즈에 대한 부정적인 인식과 에이즈 감염인에 대한 사회적 낙인을 발생하게 하는 부작용을 낳아 오히려 에이즈 치료와 예방 교육을 시행하는 데 있어 장애물이 되고 있다(Adeyemo & Oyinloye, 2007).

이러한 부작용이 발생하게 된 원인으로 에이즈 예방 캠페인의 메시지와 이러한 메시지를 받아들이는 수용자의 생각과 시각이 다르기 때문으로 고려된다(최명일, 2018). 일반적으로 에이즈 예방 캠페인의 메시지는 에이즈에 대한 올바른 정보나 지식을 전달하기 위한 이성적인 소구에 집중하고 있다. 이러한 이성적 소구는 주로 일방향적인 정보 전달에 집중하고 있기 때문에 메시지를 이해하는 데 있어서 메시지의 의도와 다른 부작용이 도출될 가능성이 있고, 이러한 상황속에서 합리적이고 정보적인 메시지는 큰 효과를 거두지 못할 가능성이 높다(한미정, 2007). 따라서, 이러한 상황을 고려하여 에이즈 교육 또는 예방 메시지 방향에 대한 제고를 할 필요성이 제기된다.

일반적으로 에이즈 인식에 대한 선행 연구들은 1) 단일 연도에 집중해서 연구 결과에 대한 분석이 단편적이거나, 2) 청소년, 대학생 등과 같은 특정 세대에 집중하는 경향을 보이면서 연구 결과의 일반화에 있어 제한점을 지니고 있다(김혜성, 2015; 안이수, 2016; 최명일, 2018; 한미정, 2007). 또한, 큰 표본의 연구를 진행하더라도 변인간의 관계에 집중(박경실, 2018; 양영란, 2015)하고 있어서 일반적으로 한국 사회에서 에이즈에 대해 어떠한 생각을 지니고 있는지 파악하는 데 어려움이 있다. 따라서, 에이즈에 대한 인식 및 감염인에 대한 차별을 개선하기 위한 캠페인 메시지 개발을 위해서 일반인의 인식을 장기적으로 분석 하는 종단 연구의 필요성이 높아지고 있다.

또한, 이러한 에이즈에 대한 인식 형성에 있어서 주요한 변인으로 에이즈에 대한 지식수준이 논의되고 있는데, 에이즈에 대한 지식이 감염인의 시의적절한 진단, 치료, 관리를 결정하는 주요한 요인으로 인정받고 있기 때문이다(UNAIDS, 2015). 에이즈 지식수준과 관련한 선행 연구들은 에이즈 지식수준에 따라 에이즈 예방과 교육 메시지의 방향도 다르게 설정되어야 한다고 주장한다(금세연 · 이병관 · 오현정, 2015; 손애리,

2013; 질병관리청, 2017). 따라서, 에이즈 지식수준에 따라 에이즈에 대해서 어떻게 생각하는지에 대한 비교, 분석을 통해 세분화된 에이즈 교육과 예방에 대한 메시지를 전략을 고민해 볼 수 필요가 있을 것이다.

에이즈에 대한 지식 수준과 더불어 에이즈 인식을 형성하는 데 있어 중요한 영향력을 발휘하는 것이 미디어의 시각이다. 실제로 에이즈 감염인을 만나고 경험한 비율은 2015년에는 0.6%, 2017년에는 1.2%에 머무르고 있기 때문에(질병관리청, 2017), 에이즈 인식 형성에 미디어의 시각이 주요한 역할을 수행하고 있음을 추론해 볼 수 있다. 물론, 에이즈 예방과 낙인 감소를 목표로 실시된 미디어 캠페인은 그동안 에이즈 지식 향상, 낙인 감소, 예방 행동 장려 등 에이즈 관련 수용자의 태도나 행동을 변화시키는 데 긍정적인 효과를 보인 것은 사실이지만(Berland, O'Reilly, Denison, Anhang, & Sweet, 2006; Lacroix, Snyder, Huedo-Medina, & Johnson, 2014), 미디어 보도에서는 에이즈 감염인이나 성소수자를 종종 '비정상적'인 모습으로 제시하며(정의철, 2008), 에이즈 감염인에 대한 편견을 유발하고 간접적으로는 감염인에 대한 낙인을 사회적으로 규범화하고 있다(금세연·이병관·오현정, 2015). 즉, 미디어의 부정적 논의와 사회적 분위기로 인하여 에이즈를 동성애자나 마약 사용자등과 관련시켜 인식하고 있으며, 도덕적으로 비난 받아야 할 질병으로 낙인찍는 등 일반인들이 에이즈에 대하여 강한 부정적 태도를 형성하도록 영향을 미치고 있다는 연구 결과들(Parra & Mateo, 2007; 손애리·문정선·박지은·천성수·고승덕, 2007)은 있지만, 실제적으로 미디어가 에이즈를 어떻게 바라보는지는 살펴본 연구는 정의철(2008)의 연구를 제외하고 많이 진행되지 않았다. 따라서, 에이즈를 미디어가 어떻게 바라보는지에 대한 종합적인 분석이 필요하다.

앞서 논의한 점들을 기반으로, 첫째, 이 연구는 에이즈에 대한 인식을 파악하고, 이러한 인식이 시기적으로 어떠한 변화가 있는지 비교, 분석하고자 한다. 둘째, 이러한 에이즈에 대한 인식이 에이즈에 대한 지식수준에 따라 어떻게 다른지 비교 분석하여 지식수준에 따른 에이즈 인식 형성을 비교 분석하고자 한다. 마지막으로 에이즈에 대한 미디어 시각을 종합적으로 비교, 분석해서 향후 에이즈 예방과 교육에 대한 커뮤니케이션 전략을 수립하는 데 미디어 역할을 제안해 보고자 한다.

이러한 연구 목적을 실현하고자 이 연구에서는 2010년부터 질병관리청에서 2년마다(2010, 2012, 2013, 2015, 2017년) 정기적으로 시행하고 있는 “에이즈에 대한 지식, 태도, 신념 및 행태 조사”에 포함되어 있는 텍스트 자료를 분석하고자 한다. 텍스트 자료를 분석하기 위해서 빅데이터 분석 방법인 토픽모델링을 활용하여 분석하고자 한

다. 토픽모델링은 유사한 의미를 가진 단어들을 군집화(clustering)하는 방식으로 토픽 추출 방법이 명료하고, 사전 지식에 의존하지 않기 때문에 대량의 문서 집합에서 의미 있는 정보를 찾는 데 유용한 방법으로 활용(Blei, 2012)되고 있기에, 연구 목적을 살펴 보는 데 적합한 분석 방법으로 기대한다.

2. 선행 연구 검토

1) 에이즈에 대한 인식과 지식수준

일반적으로 에이즈에 대한 무지와 고정관념으로 인하여 에이즈 및 에이즈 감염인에 대한 낙인과 편견이 나날이 깊어져 여러 사회문제를 일으키고 있다(안이수, 2016). 따라서, 에이즈에 대해서 어떠한 인식을 지니고 있는지 파악하기 위해서 많은 시도가 이루어져왔다.

한미정(2007)은 대학생들을 대상으로 포커스 그룹 인터뷰를 통해 대학생들이 에이즈에 대해서 ‘운이 없으면 걸리는 질병’이라는 인식을 지니고 있음을 발견하면서 전반적으로 에이즈에 대해서 부정적인 인식이 높다는 것을 파악하였다. 김혜성(2015)은 Q-방법론을 통해 대학생들은 에이즈에 대해서 3가지 유형의 인식을 하는 것을 발견했다. 첫 번째 유형은 용감한 참여자형으로, 이러한 유형의 특징은 에이즈에 대해서 잘 알지 못하고, 정보도 충분하지 않지만 에이즈 감염인의 인권을 고민하고 에이즈 예방활동에 적극적인 모습을 보이고 있다. 두 번째 유형은 도망가는 겁쟁이 유형으로, 에이즈에 대한 정보가 부족하기 때문에 에이즈에 대해서 두려움이 높고, 심한 거부감을 보이는 특징을 지니고 있다. 마지막으로 지혜로운 방관자 유형으로, 에이즈에 대한 정보가 많고 잘 알고 있지만, 예방 활동에는 관여하고 싶은 의지가 낮은 특징을 지니고 있다고 구분하였다.

안이수(2016)도 대학생을 대상으로 Q-방법론을 적용하여 에이즈 인식 유형으로 3가지를 제시하였다. 첫 번째 유형으로 부정형은 에이즈에 대하여 막연한 두려움과 잘못된 지식으로 인하여 에이즈에 대하여 차별적 인식이 강하고 고정관념 및 편견을 지닌 사람들이다. 두 번째 유형은 사회적 지지형으로 에이즈 감염인의 인권 문제에 대해서 관심이 높은 사람들이다. 마지막으로 이기적 사고형은 에이즈에 대해서 올바른 인식과

태도를 지녀야 한다고 생각하지만, 에이즈 감염인에 대해서 우호적이지 못하고 에이즈에 대한 편견에서도 자유롭지 못한 사람들이다.

이영선, 송명섭, 박은미(2017)의 연구에서도 Q-방법론을 활용하여 대학생의 에이즈 인식을 살펴보았는데, 3가지의 인식 유형이 나타났다. 첫 번째로, 객관성 지향형으로 에이즈에 대한 정보가 부족해서 교육이 필요하지만, 에이즈에 대한 편견은 없는 유형이다. 두 번째 유형은 과장된 공포형으로 객관성 지향성과 유사하게 에이즈에 대한 충분한 정보가 없어서 교육이 필요하다고 인식하지만, 정보가 없기 때문에 불안, 공포를 보이는 유형이다. 마지막으로 낙관적 편견형이 있는데 전체적으로 에이즈에 대해서 지식과 정보가 부족하기 때문에 자신과는 상관이 없는 것으로 생각하는 유형이다.

이와 같이 에이즈 인식에 대한 연구들은 전반적으로 에이즈에 대해서 부정적인 인식을 지니고 있지만, 유형을 구분하는 데 있어서 연구 결과에서 다소 차이를 보이고 있다. 또한, 에이즈 인식 관련 선행 연구들이 대학생을 대상으로 진행되어 에이즈에 대한 한국 사회의 전반적인 인식을 파악하는 데 제한이 따른다. 최근에 이러한 한계점을 보완하고자 최명일(2018)은 2017년 질병관리본부 보고서를 바탕으로 의미연결망분석을 시행하였는데, 그 결과에서 에이즈에 대한 인식은 혈액으로 인한 에이즈 감염, 비정상적 성행위와 관련한 부정적 생각, 에이즈 감염으로 인한 죽음의 두려움, 에이즈의 후진성 등과 같은 하위집단으로 구성되어 있는 것으로 나타났다. 최명일의 연구는 다른 선행 연구들이 지니는 연구의 제한점을 보완해서 다양한 세대의 에이즈에 대한 인식을 살펴봤다는 점에서 차별화를 이루고 있으나, 2017년에만 집중되어 있어 에이즈에 대한 인식을 통시적으로 살펴볼지 못했다. 앞서 논의한 선행 연구들의 제한점을 보완하고 추가적으로 탐색해 보고자 이 연구에서는 다음과 같은 연구 문제를 설정하였다.

연구 문제 1-1: 한국 사람들의 에이즈 인식과 관련한 주요 토픽들은 무엇인가?

연구 문제 1-2: 한국 사람들의 에이즈 인식과 관련한 주요 토픽들은 시기별 (2010년, 2012년, 2013년, 2015년, 2017년)로 어떠한 변화가 있는가?

일반적으로, 질병에 대한 인식이나 예방 행위에 가장 영향력이 높은 변인으로 지식 수준이 고려되고 있다. 질병에 대한 인식을 형성하기 위해서는 관련된 정보의 탐색과 축적이 기본적으로 이루어져야 할 것이기 때문이며, 앞서 논의한대로 어떤 정보가 수집, 소비되는가에 따라서 예방 행동의 시행 또는 지속 여부가 달라질 수 있기 때문이다(배

상수, 2012; Glanz, Rimer, & Viswanath, 2008).

유사한 맥락에서 일반적인 질병 관련 선행 연구들도 지식 수준에 따른 예방 행위를 예측해 보기 위해서 시도하였다. 결핵 예방 행위를 유도하는 요인들로는 흡연여부, 결핵 교육 경험, 결핵관련 지식 등이 영향을 미치고 있으며(최윤, 2017), 이러한 결과는 일련의 선행 연구들의 결과와 일치하는 것으로 결핵 예방에 있어서 일정 정도의 결핵 관련 지식이 축적되는 것이 중요하다는 것을 지지하고 있다(강승량 · 김은영, 2016; 정은영 · 고일선, 2015). 심폐소생술에 대한 수행 능력을 높이기 위해서는 심폐소생술 관련 지식이 동반되어야 하고(곽윤실 · 허혜경, 2019), 치매 예방 행위를 시행하기 위해서는 치매에 대한 지식이 높아야 하고(김영희 · 권영채, 2020), 자궁경부암에 대한 지식이 많을수록 자궁경부암 예방 행위를 시행할 가능성이 높아지며(권영은 · 이영은, 2019), 만성폐질환에 대한 예방 행위를 높이기 위해서도 만성폐질환에 대해서 많이 아는 것이 중요하다(방윤이 · 박효정, 2017). 이와 같이 일반적인 질병 관련 연구에서 지식 수준은 관련 예방 행동을 유도하는 데 있어서 주요한 변인으로 활용되고 있다.

이렇게 지식 수준이 질병 관련 예방 행위에 영향을 주는 이유로 생각해 볼 수 있는 것이 설득 지식 모형이다. 설득 지식 모형은 수용자를 설득하는 데 있어서 지식의 중요성을 강조한 모델로서, 설득을 하는 데 있어서 에이전트 지식, 주제 지식, 설득 지식 등과 같은 3가지 지식 유형들이 중요하다고 주장한다(Friestad & Wright, 1994). 에이전트 지식은 설득하는 주제, 즉 설득 메시지를 작성하는 주체에 관한 지식, 주제 지식은 설득 메시지의 주제에 대한 지식, 설득 지식은 설득 주체의 설득 의도를 평가할 수 있는 지식 수준을 의미하는 것으로, 이러한 3가지 유형들에 대한 포괄적인 지식 수준이 설득 대상자를 설득하여 행위를 유도하는 데 기여할 것이라고 주장한다(Friestad & Wright, 1994). 메시지 주제 관련 주제 지식은 앞서 논의한대로 다양한 질병 관련 선행 연구들에 의해서 검증되었고, 에이전트 지식과 설득 지식도 금연 캠페인에 있어서 효과적인 것으로 나타나고 있으며(구윤희 · 노기영, 2018), 이러한 지식 유형들은 설득 대상자들에게 설득 메시지에 대한 신뢰성을 높이거나 부정적인 인식을 감소시키는 등과 같은 효과를 보이면서 행위를 유도하는 것으로 나타났다(Issac & Grayson, 2017).

지식 수준의 효과에 대해서 추가적으로 고려해 볼 수 있는 것이 건강 신념 모델(Health belief model)이다. 건강 신념 모델은 다양한 질병에 대한 예방 행위를 예측하기 위한 모델로 제안되어 오랫동안 사용되고 있다(Sheeran & Abraham, 2001). 초기에는 크게 지각된 위협(perceived threat)과 행동적 평가(Behavioral evaluation)와 같은

개념들에 의한 예방 행위를 설명하였다(Sheeran & Abraham, 2001). 지각된 위협은 질병으로 인한 부정적인 결과에 대한 신념을 의미하는 지각된 심각성과 질병에 감염될 가능성을 의미하는 지각된 취약성과 같은 두가지 요소로 구성되며, 행동적 평가는 질병으로 인한 부정적인 결과와 이러한 결과를 해소하기 위한 예방 행동을 시행하는 데 있어서 방해되는 것들을 의미하는 지각된 장애와 예방 행위를 시행하면서 얻게 될 이익을 의미하는 지각된 이익과 같은 두가지 요소들로 구성된다(Sheeran & Abraham, 2001). 이러한 두가지 요소들이 제안된 이후에 행위 단서(cue to action)와 자기효능감(self-efficacy)이 추가되어 연구들이 이루어지고 있으나, 일반적으로 선행 연구들은 지각된 심각성, 취약성, 지각된 이익이 높아질수록, 그리고 지각된 장애가 낮을수록 예방 행동을 시행하는 것(이병관 · 손영곤 · 이상록 · 유무영 · 김민희 · 김채린, 2014)으로 보고되고 있다. 따라서, 지각된 위협과 행동적 평가는 건강 신념 모델에서 기본적인 또는 핵심적인 요소들로서 지속적으로 고려되고 있다.

이처럼 건강 신념 모델에서 지각된 위협과 행동적 평가는 예방 행위를 선행하는 요소로서 중요하게 고려되어 왔다. 하지만, 최근의 연구들은 지각된 위협과 행동적 평가에 영향을 미치는 요인으로 지식 수준을 중요하게 고려하고 있다. 예를 들어, 건강 신념 모델을 통해서 자궁경부암 예방 행위에 영향을 주는 요인들을 살펴보면, 앞서 논의한대로 자궁 경부암에 대한 지각된 심각성과 취약성을 높게 인식할수록, 자궁경부암 백신이 가져다 주는 혜택을 높게 인식할수록, 자궁경부암 백신의 부정적 효과를 낮게 인식할수록 자궁경부암 예방 행동을 시행하려고 하는 것으로 나타났다(마샤오통, 황성욱, 이은순, 2019). 이러한 예방 행동 시행 과정에서 지식 수준은 예방 행동에 직접적으로 영향을 미칠 뿐만 아니라 지각된 심각성, 취약성, 이익, 자기효능감 등과 긍정적인 관계를 형성하는 것으로 나타났다(마샤오통, 황성욱, 이은순, 2019). 유사한 맥락에서 안전 식품 선택 행위를 건강 신념 모델을 통해서 살펴보았는데, 지식 수준이 높을수록 안전 식품을 선택하는 것에 대한 이익을 높게 생각하고, 자기효능감이 높으며, 안전 식품을 선택하지 않은 경우에 대한 위협을 크게 인식 하면서 안전 식품을 선택하려는 경향이 높아지는 것으로 나타났다(최성희 · 함태식 · 이태연, 2018).

이와 같이 설득 지식 모델과 건강 신념 모델 등과 같은 건강 예방 행위를 설명하는 모델에서 지식 수준의 중요성이 강조되고 있듯이, 에이즈 예방 행위에서도 이러한 중요성이 강조되고 있는지 살펴보려는 시도들도 이어지고 있다. 에이즈 인식과 관련하여 가장 영향력이 높은 변인으로 에이즈에 대한 지식수준이 많이 논의되고 있으며(이병관,

오현정, 금세연, 이운재, 2012). 에이즈 지식은 감염인의 시의적절한 진단, 치료, 관리를 결정하는 주요한 요인으로 인정받고 있다(UNAIDS, 2015). 따라서, 에이즈에 대한 인식 형성 또는 예방 행동을 시행하는 데 있어서 에이즈에 대한 지식 수준은 매우 중요한 영향력을 발휘하고 있다(박경실, 2018), 예를 들어, 에이즈 감염 경로에 대한 지식이 많을수록 에이즈 감염인에 대한 낙인이나 차별의식이 낮은 것으로 나타났다(천성수 · 김주리 · 신승배 · 손애리, 2008). 마찬가지로, 에이즈에 대한 지식 부족이 감염에 대한 두려움과 관련이 있으며 감염에 대한 두려움은 감염인에 대한 낙인 의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다(이병관 · 오현정 · 금세연 · 이운재, 2012; 금세연 · 이병관 · 오현정, 2015). 에이즈에 대한 지식 수준이 높을수록 에이즈 감염인에 대한 차별 의식이 낮아진다(손애리, 2013). 또한, 지식이 높은 그룹은 태도가 부정적인 집단과 긍정적인 집단으로 두가지 집단으로 구분되었지만, 지식이 낮은 집단은 태도가 부정적인 집단으로만 형성되기 때문에 긍정적인 태도를 형성하기 위해서는 일정한 수준의 지식이 필수적으로 동반되어야 한다(양영란, 2015). 이러한 에이즈 관련 지식은 감염에 대한 두려움, 부정적 태도, 개인적 낙인, 사회적 낙인 등과 부정적인 상관관계가 있는 것으로 나타나기도 했다(질병관리청, 2017). 이러한 지식 수준의 영향력은 일반인 뿐만 아니라 의학 관련 전공자들이 질병이나 질병 관련 감염자들을 인식하는데 영향을 미치는 것으로 나타났다(최영숙 · 전보혜 · 성정민, 2018).

결국, 이러한 연구 결과들은 에이즈에 대한 지식이 부족하거나 잘못된 지식을 지닌 사람들일수록 에이즈라는 질병과 감염인을 부정적으로 바라보고 두려워하며 낙인화하는 경향이 있음을 나타내고 있다. 따라서, 에이즈에 대한 인식을 파악하기 위해서는 에이즈 인식에 영향을 미치는 에이즈에 대한 지식 수준을 고려할 필요가 있다. 이러한 인식을 바탕으로 이 연구에서는 아래와 같은 연구 문제를 설정하였다.

연구 문제 2: 한국 사람들의 에이즈 인식과 관련한 주요 토픽들은 에이즈 지식 수준에 따라서 시기별(2010년, 2012년, 2013년, 2015년, 2017년)로 어떠한 변화가 있는가?

2) 에이즈에 대한 인식과 미디어

일반적으로 사람들이 어떤 물체나 이슈에 대한 의견을 형성하는 데 있어서 경험의 역할이 매우 중요할 것이다. 경험은 사람의 오감을 활용해서 겪게 되는 직접적인 경험과 다른 사람의 이야기나 의견을 바탕으로 겪게 되는 간접적 경험으로 구분될 것이다. 에

이즈에 직접적으로 감염되지 않는 상황에서 에이즈에 대한 경험은 에이즈 감염인을 만나는 것이지만, 사람들은 에이즈 감염인을 만나고 경험한 비율이 2015년에는 0.6%, 2017년에는 1.2%로 에이즈 감염인을 만난 경험이 거의 없기 때문에(질병관리본부, 2015; 2017), 에이즈 감염인을 통한 직접적인 경험을 거의 하지 못할 것이다. 따라서, 에이즈에 대한 인식은 간접적인 경험을 통해서 이루어지는 것으로 볼 수 있다.

일반적으로 간접적인 경험을 하는 데 있어서 사람들이 많이 활용하는 것으로 미디어가 있다. 미디어는 사람들이 직접적인 경험을 하지 못한 것에 대한 이미지나 인식을 형성하는 데 영향을 미치고 있다. 예를 들어, 정연구와 동료들(2011)은 결혼이주여성에 대한 미디어 보도를 많이 접할수록 결혼이주여성에 대한 부정적인 고정관념이 형성되며, 이러한 부정적 고정관념은 다문화에 대한 지향성에도 영향을 미치는 것을 발견하였다. 또한, 이러한 부정적 고정관념은 결혼이주여성을 만나거나 접촉한 경험이 없는 경우에 더 높게 나타나는 것을 발견하고 미디어를 통한 간접경험효과를 검증하였다. 마찬가지로, 김희상과 윤인진(2017)의 연구에서도 북한이탈주민을 거의 접촉한 경험이 없는 사람들이 미디어 보도에 따라서 북한이탈주민에 대한 인식을 형성하고 수용하려는 의지가 달라지는 것을 발견하였다. 안순태와 강한나(2018)도 노인에 대한 직접적인 접촉이 제한적인 상황에서 미디어를 통한 간접 접촉이 부정적일수록 노인에 대한 낙인이나 차별적인 인식이 증가하는 것을 발견하고 미디어가 지니는 간접 접촉 또는 경험을 강조하였다. 정익재(2018)의 연구에서는, 특히 신문에서 많이 다루는 이슈일수록 두렵고 무서운 것으로 인식하는 경향이 있고, 이러한 경향은 신문에서 다루는 이슈에 대해서 위험하다고 인식하는 것으로 나타났다. 결국, 미디어에 노출이 많은 이슈일수록 사람들의 이슈에 대한 인식 형성에 더 많은 영향을 미칠 수 있고, 직접적인 경험이 적을수록 미디어의 효과는 더 커질 수 있을 것이다.

이러한 미디어의 역할은 에이즈에 대한 인식을 형성하는 데 있어서도 영향력을 발휘한다. 미디어에 대한 노출에 따라서 에이즈에 대한 또는 에이즈 감염인에 대한 인식이 달라진다(Herek & Capitanio, 1997). 예를 들어, 미디어를 통해서 에이즈에 대한 정보를 많이 소비할수록 에이즈 감염인에 대한 부정적인 인식이 높아진다고(이윤재, 2007; 오현정 · 전의성 · 이병관, 2016), 미디어 메시지가 일면적일 때, 에이즈 예방을 위한 콘돔 사용 태도와 사용 의도에 대한 영향력이 높아진다(송병원, 2016)는 연구들이 에이즈 정보의 중요성을 강조한다.

유사한 시각에서 에이즈에 대한 정보처리와 예방행동 간의 관계에 대해서 피셔와

피셔(Fisher & Fisher, 1993)는 IMB 모델을 제안하였다. IMB 모델은 정보(Information), 동기(Motivation)와 행동 능력(Behavioral skills)에 따라서 행동이 결정된다는 전제를 바탕으로 형성되었다. 세부적으로는 정보와 동기에 따라서 행동 능력이 달라지고, 행동 능력은 정보, 동기와 예방 행동 사이의 관계를 매개하는 것으로 보고 있다(Fisher, Fisher, Williams, & Malloy, 1994; Fisher, Fisher, & Harman, 2003). IMB 모델은 정보와 동기로부터 출발한다. 여기서 정보는 에이즈 예방을 위한 일반적인 사실들 뿐만 아니라 사회에서 통용되는 에이즈에 대한 고정관념 또는 미디어를 통해서 전달되는 정보 등을 통한 간접적 경험, 사회적 학습 등을 의미한다(Fisher, Fisher, & Harman, 2003). 동기는 합리적 행위 이론(Theory of reasoned action)을 기반으로 제안된 것으로 좁게는 에이즈 예방 행위에 대한 개인의 태도와 주관적 규범으로 구성하지만, 넓게는 에이즈에 대한 심각성 인식, 예방 비용 등과 같은 요인들도 동기의 구성요인으로 고려한다(Fisher, Fisher, Williams, & Malloy, 1994; Fisher, Fisher, & Harman, 2003). 앞서 논의한대로 정보와 동기는 에이즈 예방 행동에 직접적으로 영향을 미치기도 하고 또는 행동 능력에 매개를 받기도 한다. 즉 정보와 동기는 에이즈 예방 행동을 결정하는 시작점으로써 역할을 공동으로 수행하는 것으로 IMB 모델에서는 보고 있다(Fisher, Fisher, & Harman, 2003).

최근의 연구에서는 IMB 모델을 추가, 보완하는 과정들이 진행되면서 정보가 동기에 선행하며, IMB 모델의 시작점으로서 역할을 하는 것으로 강조하고 있다(Jiang, Chen, Li, Tan, Cheng, & Yang, 2019). 즉, 어떤 정보에 노출되는 지에 따라서 궁극적으로 에이즈 예방 행동을 시행하는 데 있어서 과정이 달라지는 것이다. 따라서, 사람들이 소비하는 정보를 생산, 전달하는 미디어가 에이즈에 대한 어떤 정보를 생산, 전달하는지를 파악하는 것은 에이즈에 대한 인식, 행동을 파악하는 데 있어서 매우 중요하다. 하지만, 한국에서 미디어가 에이즈에 대한 어떤 정보를 전달하는지 파악하려는 노력들은 거의 없었다.

정의철(2008)은 2년(2005년-2007년) 동안 한국 신문들의 에이즈 관련 보도 분석을 통해서 한국 신문들은 에이즈 보도에서 타인화, 드라마틱화, 전문가중심, 개인화 등의 프레이밍 기법들을 활용하고 있는 것을 발견하였다. 타인화는 정상적인 우리와 일탈한(비정상적인) 그들이라는 대립적인 시각으로 바라보는 것이고, 드라마틱화는 심도 있는 논의보다는 관심 끌기를 목적으로 하는 시각이다. 전문가중심은 에이즈 관련 보도에서 주로 정책 전문가나 의과학전문가를 활용하는 것이고, 마지막으로 개인화는 에이즈는

개인의 일탈이기 때문에 개인의 책임이며, 에이즈 예방 활동도 개인의 행동 변화에 초점을 두는 것이다. 정의철의 연구는 에이즈를 바라보는 미디어의 시각을 살펴보았다는 점에서 의미가 크지만, 2년여의 일시적인 기간에만 살펴보았다는 점에서 연구의 한계가 있다.

앞서 논의된 점들을 통해서 미디어가 에이즈에 대한 어떤 정보를 전달하는지를 살펴볼 필요성이 제기되었지만, 이러한 부분을 탐색하고자 하는 노력들이 많이 시도되지 않았고, 관련된 선행 연구는 좀 더 통시적으로 바라볼 필요성이 있었다. 이러한 점을 보완하고자 이 연구에서는 장기간에 걸친 에이즈 관련 미디어 보도를 살펴보고, 이러한 보도가 수용자들의 에이즈에 대한 인식과 어떤 차이가 있는지 살펴보고자 아래와 같은 연구 문제를 설정하였다.

연구문제 3-1: 에이즈 관련 미디어 보도에서 주요 토픽들은 무엇인가?

연구문제 3-2: 에이즈 관련 미디어 보도에서 주요 토픽들은 시기별(2010년, 2012년, 2013년, 2015년, 2017년)로 어떠한 변화가 있는가?

3. 연구 방법

앞서 설정한 연구 문제들을 살펴보기 위해서 크게 두가지 자료를 활용하였다. 우선, 연구 문제 1과 3를 살펴보기 위해서 질병관리청에서 2010년부터 정기적으로 2년마다 시행하고 있는 “에이즈에 대한 지식, 태도, 신념 및 행태 조사”에서 제시된 자료를 분석 대상으로 선정하였다.

이 조사는 2003년부터 정기적으로 실시되었으나, 이 연구에서 2010년부터 2017년까지의 자료만을 분석 대상으로 선정하였다. 이렇게 선정한 이유로, 첫째, 이 연구의 관심 대상인 ‘에이즈에 대한 연상단어’에 대한 설문항목이 2003년, 2005년, 2007년 조사에서는 포함되지 않았고, 2008년, 2009년 조사의 경우에 ‘에이즈에 대한 연상단어’에 대한 설문항목이 포함되어 있지만, 자료 조사 방법이 다르기 때문이다. 2008년과 2009년의 조사에서는 전화조사를 실시한 반면, 2010년 이후의 조사에서는 1:1 대면면접 방법을 이용하고 있다. 에이즈에 대한 인식은 민감한 주제일 수 있으므로, 조사방법에 따라 응답 결과에 영향을 미쳤을 가능성이 있기에 2009년 이전과 2010년 이후의 데이터를 직접적으로 비교하기에는 다소 무리가 있다고 판단하였다. 또한, 2017년까지의 자료만 활용한 것은 2020년 자료가 공개되지 않았기 때문에 이 연구의 분석 자료로 선정할

수 없었다. 조사 참여자의 인구통계학적인 특성은 <표 1>을 통해서 살펴 볼 수 있다.

연구 문제 1을 살펴보기 위해서 “에이즈에 대한 지식, 태도, 신념 및 행태 조사”에서 제시된 문항 중에서 ‘에이즈 하면 떠오르는 생각이나 느낌은 무엇입니까? 모두 적어 주시기 바랍니다’ 라는 문항에 대한 응답 자료를 이용하였다. 이를 통해 수집된 데이터의 양은 총 20,352개의 글자이며, 7,667개의 단어로 나타났다.

표 1. 에이즈에 대한 지식, 태도, 신념 및 행태 조사 참여자들의 인구통계학적 특성

| | | 2010년 | 2012년 | 2013년 | 2015년 | 2017년 |
|------|--------|------------|------------|------------|------------|------------|
| 표본크기 | | 500명 | 1,000명 | 1,000명 | 1,000명 | 1,000명 |
| 성별 | 남성(%) | 256명(51.2) | 513명(51.3) | 517명(51.7) | 517명(51.7) | 513명(51.5) |
| | 여성(%) | 244명(48.8) | 487명(48.7) | 483명(48.3) | 483명(48.3) | 487명(48.7) |
| 연령대 | 10대(%) | - | 93명(9.3) | 91명(9.1) | 91명(9.1) | 90명(9.0) |
| | 20대(%) | 122명(24.4) | 193명(19.3) | 190명(19.0) | 190명(19.0) | 195명(19.5) |
| | 30대(%) | 142명(28.4) | 238명(23.8) | 235명(23.5) | 235명(23.5) | 217명(21.7) |
| | 40대(%) | 146명(29.2) | 260명(26) | 258명(25.8) | 258명(25.8) | 254명(25.4) |
| | 50대(%) | 90명(18.0) | 216명(21.6) | 226명(22.6) | 226명(22.6) | 244명(24.4) |

연구 문제 2를 살펴보기 위해서 활용한 에이즈 지식수준은 UNAIDS에서 HIV/AIDS 감염과 관련한 필수적인 사실에 대한 보편적 지식수준을 살펴보기 위해 권고한 5가지 문항을 이용하였고, 구체적인 문항은 다음과 같다. ① 건강한 고정 상대자 한 사람과 성관계를 함으로써 에이즈 감염의 위험을 줄일 수 있다(정답 O), ② 에이즈에 걸린 사람도 건강해 보일 수 있다(정답 O), ③ 성관계 시 콘돔을 사용하면 에이즈를 예방할 수 있다(정답 O), ④ 에이즈에 감염된 사람들과 함께 식사를 하는 것만으로도 에이즈에 감염될 수 있다(정답 X), ⑤ 에이즈 감염인을 문 모기에 물리면 에이즈에 감염될 수 있다(정답 X).

연구 문제 3을 살펴보기 위해서 1차적으로 발행 부수가 가장 많은 신문사인 조선일보, 중앙일보, 동아일보를 선정하였고(한국ABC, 2020), 추가적으로 한겨레와 경향신문을 선정하였다. 한겨레와 경향신문을 추가적으로 선정할 이유는 앞선 3개의 신문들과 다른 조직적, 정치적 지향성을 지니고 있기 때문에 에이즈에 대한 다양한 신문 보도를 반영하고자 하였다. 여러 미디어 가운데 신문을 선정할 이유는 신문 보도가 사회적 이슈에 대한 인식 또는 지식을 축적하는 데 있어서 효과적이기 때문이다(정익재, 2018). 5개 신문사의 에이즈 관련 기사를 수집하기 위해서 빅데이터 자료 수집 사이트인 텍스

톰(www.textom.co.kr)을 이용하였고, 에이즈와 관련한 전체 기사는 1235건이었고, 질병관리청의 조사에 맞춰서 기간을 유형화하면 2010년에 295건, 2012년에 183건, 2013년에 323건, 2015년 312건, 2017년에 158건이 수집되었다.

수집된 자료를 빅데이터 분석하기 위해서 토픽모델링을 이용하였다. 토픽모델링은 유사한 의미를 가진 단어들을 군집화(clustering)하는 방식으로 토픽 추출 방법이 명료하고, 사전 지식에 의존하지 않기 때문에 대량의 문서 집합에서 의미 있는 정보를 찾는 데 유용한 방법이다(Blei, 2012). 일반적으로 토픽 모델링을 활용한 논문들이 토픽 분포만을 확인하기 위해서 LDA(Latent Dirichlet Allocation) 모델(Mcauliffe & Blei, 2008)을 주로 활용하지만, 이 연구에서는 토픽 분포 뿐만 아니라 이러한 분포가 시기적으로 어떠한 차이를 보이고 있는지를 파악하기 위해서 DMR(Dirichlet Multinomial Regression) 모델을 적용하였다. DMR 모델은 LDA 모델과 비교해서 텍스트의 특성이 변화되는 양상과 모델적합도, 적합한 토픽 추출 등에서 탁월한 것으로 인정받고 있다(Benton et al., 2016; Mimno & McCallum, 2008). 분석 프로그램은 MALLET(Machine Learning for Language Toolkit)에서 제공하는 DMR 기반 토픽 모델 알고리즘을 바탕으로 한 Topic Modeling Tool GUI(이민철, 2018)를 활용하였다.

4. 연구 결과

1) 핵심어 빈도 분석

연구 문제1에서 에이즈에 대한 인식에서 중요한 것이 무엇인지를 살펴보기 위한 기본 분석으로 주요 핵심어의 등장 빈도(Term Frequency: TF)를 분석하였다. 전체 응답자들을 대상으로 한 분석에서는 불치병, 죽음, 성병, 두려움, 성생활 등의 핵심어가 등장빈도가 높은 것으로 나타났다. 이를 통해 사람들은 에이즈는 불치병이며, 성생활과 관련이 높다는 생각을 가지고 있다는 사실을 알 수 있다.

2010년의 경우 죽음, 불치병, 두려움, 동성애, 성병 등과 같은 부정적인 핵심어가 많이 등장한 것으로 나타났다. 2012년의 경우에도 감염, 성생활, 죽음, 불치병, 두려움 등의 핵심어가 많이 등장하는 것으로 나타났다. 2013년의 경우에도 죽음, 불치병, 두려움, 성병, 성생활 등의 핵심어가 많이 등장한 것으로 나타났다. 이를 통해 2010년, 2012

년, 2013년의 경우에 상대적으로 '성생활에 의한 감염'과 '에이즈는 불치병 또는 죽음'이라는 인식이 높은 것으로 해석할 수 있다.

2015년의 경우에도 불치병, 동성애, 죽음, 성병, 전염병 등의 핵심어가 많이 등장한 것으로 나타났다. 2015년이 다른 시기와 비교해서 주목할 만한 점은 동성애에 대한 언급이 상대적으로 많았다는 사실이다. 2017년의 경우에 불치병, 성병, 성생활, 감염, 죽음 등의 핵심어가 많이 등장한 것으로 나타났다. 2015년과 2017년에는 이전 시기와 비교해서 성병, 성생활 등의 핵심어가 많이 등장하고 있으므로, '성(동성애)에 의한 문제'라는 인식이 상대적으로 높았다는 사실을 알 수 있다.

표 2. 에이즈 인식 관련 핵심어 등장빈도(상위 15개)

| 전체 | | 2010년 | | 2012년 | | 2013년 | | 2015년 | | 2017년 | |
|------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 핵심어 | 등장 빈도 | 핵심어 | 등장 빈도 | 핵심어 | 등장 빈도 | 핵심어 | 등장 빈도 | 핵심어 | 등장 빈도 | 핵심어 | 등장 빈도 |
| 불치병 | 639 | 죽음 | 75 | 감염 | 171 | 죽음 | 179 | 불치병 | 121 | 불치병 | 140 |
| 죽음 | 587 | 불치병 | 65 | 성생활 | 155 | 불치병 | 166 | 동성애 | 90 | 성병 | 129 |
| 성병 | 470 | 두려움 | 50 | 죽음 | 151 | 두려움 | 125 | 죽음 | 88 | 성생활 | 118 |
| 두려움 | 456 | 동성애 | 44 | 불치병 | 145 | 성병 | 125 | 성병 | 80 | 감염 | 96 |
| 성생활 | 445 | 성병 | 43 | 두려움 | 144 | 성생활 | 98 | 전염병 | 70 | 죽음 | 94 |
| 감염 | 413 | 성문화 | 42 | 동성애 | 115 | 질병 | 93 | 성생활 | 55 | 두려움 | 87 |
| 동성애 | 402 | 감염 | 33 | 문란하다 | 108 | 문란하다 | 82 | 감염 | 54 | 질병 | 68 |
| 문란 | 299 | 면역결핍 | 26 | 성병 | 102 | 전염병 | 72 | 두려움 | 50 | 전염병 | 66 |
| 전염병 | 224 | 성생활 | 18 | 아프리카 | 65 | 동성애 | 65 | 문란 | 44 | 동성애 | 65 |
| 면역결핍 | 223 | 전염병 | 15 | 수혈 | 44 | 면역결핍 | 59 | 면역결핍 | 41 | 문란 | 64 |
| 아프리카 | 166 | 아프리카 | 12 | 면역결핍 | 43 | 감염 | 58 | 질병 | 34 | 면역결핍 | 54 |
| 질병 | 134 | 더럽다 | 11 | 혈액 | 40 | 아프리카 | 44 | 공포 | 31 | 성매매 | 30 |
| 혈액 | 97 | 격리대상 | 11 | 공포 | 28 | 불결하다 | 31 | 아프리카 | 26 | 위험 | 24 |
| 공포 | 95 | 콘돔 | 10 | 질병 | 24 | 혈액 | 21 | 더럽 | 19 | 혈액 | 22 |
| 수혈 | 83 | 성매매 | 7 | 성매매 | 20 | 동성애자 | 21 | 바이러스 | 17 | 더럽 | 22 |

연구문제3을 위한 기본 분석으로 핵심어에 대한 빈도 분석을 실시하였다. 전체 미디어 보도를 대상으로 한 경우, 감염, 환자, 세계에이즈의 날, 찰리선, 여성 등과 같은

핵심어가 등장 빈도가 높은 것으로 나타났다.

연도별로 세부적으로 살펴보면, 2010년에는 감염, 환자, 백신, 예방, 개발 등과 같은 핵심어의 등장 빈도가 높은 것으로 나타났으며, 2012년에는 감염, 환자, 미국, 세계에이즈의 날, 남성 등의 핵심어가, 2013년에는 환자, 감염, 세계에이즈의 날, 완치, 캠페인 등의 핵심어가, 2015년에는 감염, 찰리신, 세계에이즈의 날, 환자, 숨기다 등과 같은 핵심어가, 2017년에는 감염, 성매매, 여성, 환자, 부산 등의 핵심어가 등장 빈도가 높은 것으로 나타났다.

표 3. 에이즈 관련 미디어 보도의 핵심어 등장 빈도

| 전체 | | 2010년 | | 2012년 | | 2013년 | | 2015년 | | 2017년 | |
|------------|-------|------------------|-------|------------|-------|------------|-------|------------|-------|-------|-------|
| 핵심어 | 등장 빈도 | 핵심어 | 등장 빈도 | 핵심어 | 등장 빈도 | 핵심어 | 등장 빈도 | 핵심어 | 등장 빈도 | 핵심어 | 등장 빈도 |
| 감염 | 200 | 감염 | 29 | 감염 | 18 | 환자 | 54 | 감염 | 68 | 감염 | 37 |
| 환자 | 153 | 환자 | 28 | 환자 | 16 | 감염 | 48 | 찰리신 | 64 | 성매매 | 35 |
| 세계 에이즈날 | 75 | 백신 | 20 | 미국 | 13 | 세계 에이즈날 | 27 | 세계 에이즈날 | 28 | 여성 | 31 |
| 찰리신 | 67 | 예방 | 14 | 세계 에이즈날 | 9 | 완치 | 23 | 환자 | 25 | 환자 | 30 |
| 여성 | 67 | 개발 | 11 | 남성 | 8 | 캠페인 | 20 | 숨기 | 25 | 부산 | 28 |
| 예방 | 66 | 여성 | 9 | 예방 | 8 | 예방 | 19 | 성관계 | 18 | 남성 | 12 |
| 캠페인 | 54 | 미국 | 9 | 우간다 | 8 | 미국 | 18 | 할리 우드 | 18 | 동성애 | 10 |
| 미국 | 49 | 세계 에이즈날 | 9 | 사망 | 7 | 치료제 | 16 | 감염자 | 18 | 예방 | 10 |
| 남성 | 47 | 치료제 | 9 | 공포 | 7 | 발견 | 14 | 성생활 | 17 | 감염자 | 8 |
| 감염자 | 46 | 캠페인 | 9 | 바이 러스 | 7 | 소나무 | 14 | 캠페인 | 17 | 호스 피스 | 7 |
| 성매매 | 46 | 감염자 | 8 | 예방약 | 6 | 바이 러스 | 11 | 여성 | 15 | 확산 | 7 |
| 치료제 | 43 | 남성 | 8 | 개발 | 6 | 사망 | 11 | 예방 | 15 | 국내 | 7 |
| 성관계 | 39 | 성관계 | 8 | 승인 | 6 | 치료 | 10 | 사실 | 15 | 관리 | 7 |
| 숨기다 | 37 | 외국인 | 7 | 아프 리카 | 6 | 감염자 | 10 | 남성 | 13 | 급증 | 6 |
| 백신, 치료 | 33 | 지인 (제약 회사) | 7 | 퇴치 | 6 | 확산 | 9 | 충격 | 13 | 채팅앱 | 6 |

2) 연구 문제 1의 결과

연구 문제 1에서는 에이즈와 관련한 일반인 인식에 나타난 토픽은 무엇인지를 살펴보고

자 하였다. 일반인의 에이즈에 대한 인식은 크게 3개의 토픽으로 구분할 수 있고, 이러한 토픽들은 전체 토픽들의 비중에서 약 100%의 비중을 차지하는 것으로 나타나서 에이즈에 대한 인식은 거의 3가지 토픽으로 설명할 수 있는 것으로 나타났다. 토픽 1은 불치병(10.7%), 성병(8.5%), 죽음(8.2%), 두려움(7.4%), 동성애(7.3%) 등의 핵심어가 포함되었으며, 50.1% 비중을 차지하고 있는 것으로 나타났다. 이들 핵심어의 특성을 고려해서 ‘성병(동성애)로 인한 불치병으로 두려운 에이즈’라고 명명하였다.

토픽 2에는 면역결핍(17.6%), 성병(13.8%), 성매매(9.8%), 문란(3.3%), 질병(1%) 등의 핵심어가 포함되며, 10%의 비중을 차지하고 있는 것으로 나타났다. 이들 핵심어의 특성을 고려해서 ‘성매매로 인한 성병으로 면역결핍을 유발하는 에이즈’ 라고 명명하였다. 토픽 3에는 성생활(12%), 감염(9.8%), 죽음(9%), 문란(8.9%), 불치병(8%) 등의 핵심어가 포함되며, 39.9%를 차지하는 것으로 나타났다. 이들 핵심어의 특성을 고려해서 ‘문란한 성생활로 감염되어 죽게되는 에이즈’라고 명명하였다. 토픽들의 비중을 고려했을 때, ‘불치병으로 두려운 에이즈’ 와 ‘문란한 성생활로 감염되는 에이즈’에 대한 토픽의 비중이 전체 인식의 약 90%를 차지하는 것으로 나타났고, 이러한 결과는 에이즈는 ‘문란한 성생활(동성애)로 인해 감염되는 불치병’ 이라는 인식이 지배적인 것으로 해석할 수 있다.

표 4. 에이즈에 대한 인식 토픽별 주요 핵심어 및 구성 비율

| 토픽1(50.1%) 성병(동성애)로 인한 불치병으로서 에이즈 | | 토픽2(10%) 성매매로 인한 성병으로 면역결핍을 유발하는 에이즈 | | 토픽3(39.9%) 문란한 성생활로 감염되어 죽게되는 에이즈 | |
|---|-------|--|-------|---|-------|
| 핵심어 | 비율(%) | 핵심어 | 비율(%) | 핵심어 | 비율(%) |
| 불치병 | 10.7 | 면역결핍 | 17.6 | 성생활 | 12.0 |
| 성병 | 8.5 | 성병 | 13.8 | 감염 | 9.8 |
| 죽음 | 8.2 | 성매매 | 9.8 | 죽음 | 9.0 |
| 두려움 | 7.4 | 문란 | 3.3 | 문란 | 8.9 |
| 동성애 | 7.3 | 질병 | 1.0 | 불치병 | 8.0 |
| 전염병 | 6.5 | 위험 | 0.9 | 두려움 | 5.9 |
| 질병 | 2.8 | 동성애 | 0.8 | 성병 | 5.4 |
| 감염 | 2.5 | 전염 | 0.6 | 동성애자 | 4.1 |
| 걸리다 | 1.8 | 시한부 | 0.5 | 아프리카 | 3.1 |
| 아프리카 | 1.8 | 증상 | 0.4 | 불결하다 | 2.6 |

이와 같은 3가지 토픽들이 각 시기별로 어떠한 변화가 있었는지를 살펴보면 결과, 토픽

1(성병(동성애)로 인한 불치병으로서 에이즈)은 2010년 53.6%, 2012년 6.05%, 2013년 52.25%, 2015년 74%, 2017년 64.85%인 것으로 나타났다. 2012년을 제외하고, 토픽1(불치병으로 두려운 에이즈)은 각 시기별로 과반 이상의 비율을 보이는 매우 중요한 토픽이며, 2015년과 2017년에는 비중이 증가한 것으로 나타났다.

토픽2(성매매로 인한 성병으로 면역결핍을 유발하는 에이즈)는 2010년 18.4%, 2012년 6.1%, 2013년 8.2%, 2015년 7.35%, 64.85%인 것으로 나타났다. 2010년이 상대적으로 높은 비중을 차지한 반면, 2012년이 상대적으로 낮은 비중을 차지한 것으로 나타났다. 토픽3(문란한 성생활로 감염되어 죽게 되는 에이즈)은 2010년 28%, 2012년 87.8%, 2013년 40.7%, 2015년 18.7%, 2017년 24.5%인 것으로 나타났다. 2012년에 매우 높은 비중을 차지한 이후에 2015년, 2017년의 경우에는 비중이 감소한 것으로 나타났다.

한편, 이러한 토픽별로 시기별 추세가 상승하고 있는지 하락하고 있는지에 통계적 유의성을 살펴보기 위하여 시계열 선형회귀 분석을 실시하였다. 독립변수는 시기로 하고, 종속변수는 각 토픽의 시기별 비중의 평균값을 이용하였다. 5% 유의수준에서 유의미하고, 회귀계수 값이 양수(+)이면 Hot 토픽, 음수(-)이면 Cold 토픽으로 구분할 수 있다(Griffiths & Steyvers, 2004). 유의미하지 않은 토픽은 중립 토픽이라고 말할 수 있다(김창식, 최수정, 광기영, 2017). Hot 토픽은 시간이 지나면서 비중이 많아진 토픽을 말하며, Cold 토픽은 시간이 지나면서 비중이 적어진 토픽을 말한다. 중립 토픽은 그러한 일정한 패턴이 없는 경우를 말한다.

표 5. 에이즈에 대한 인식 토픽 시계열 비교

| | 시기별 토픽의 비중 변화(%) | | | | | 시계열 회귀분석 | | |
|-------------------------------------|------------------|-------|-------|-------|-------|----------|-----|----------|
| | 2010년 | 2012년 | 2013년 | 2015년 | 2017년 | 회귀계수 | p-값 | Hot/Cold |
| 토픽1: 성병(동성애)로 인한 불치병으로서 에이즈 | 53.6 | 6.1 | 52.3 | 74 | 64.7 | -.48 | .41 | - |
| 토픽2: 성매매로 인한 성병으로 면역결핍을 유발하는 에이즈 | 18.3 | 6 | 8.1 | 7.2 | 10.6 | -.53 | .36 | - |
| 토픽3: 문란한 성생활로 감염되어 죽게되는 에이즈 | 28 | 87.8 | 40.7 | 18.7 | 24.5 | -.47 | .43 | - |

분석 결과에서, 3개의 토픽 모두 중립 토픽인 것으로 나타났다. 즉, 에이즈 인식 관련 토픽은 시간 경과에 따른 일정한 패턴이 없다는 사실을 알 수 있다. 2012년도의 토픽별 비중이 다른 연도와 비교해서 이상값(outlier)에 가깝다는 점을 고려해서, 2012년의 값을 제외하고, 시계열 선형회귀분석을 실시하였다. 여전히 3개의 토픽 모두에서 중립 토픽인 것으로 나타났다. 결국, 에이즈 인식과 관련한 토픽은 시간 경과에 따라 커다란 차이 없이 3가지 토픽들이 일관되게 유지되고 있는 것으로 볼 수 있다.

3) 연구 문제 2의 결과

연구 문제 2를 살펴보기 위해서 에이즈 지식 수준에 따른 에이즈에 대한 인식을 검증해 보았다. 우선, 지식 수준에 따른 집단을 구분하기 위해서 2010년~2017년 AIDS 지식 점수의 평균을 살펴보니 3.17에서 3.81로 나타났다. 각 문항별로 평균값, 응답 분포 등을 고려하여 집단의 구분을 명확하게 하기 위해서 낮은 집단은 3점 이하, 높은 집단은 4점 이상으로 구분하였다.

지식 수준에 따른 집단별로 토픽의 분포를 살펴보면, 토픽 1(불치병으로 두려운 에이즈)는 지식수준이 낮은 집단 53.1%, 높은 집단 47.1%인 것으로 나타났다. 토픽 2(면역결핍을 유발하는 성병으로서 에이즈)는 지식 수준이 낮은 집단은 9.2%, 높은 집단은 11.1%인 것으로 나타났다. 토픽 3(문란한 성생활로 감염되는 에이즈)는 지식 수준이 낮은 집단 38.1%, 높은 집단 41.8%인 것으로 나타났다.

표 6. 지식 수준 집단별 토픽 비중 교차분석

| | 낮은 지식 수준(%) | 높은 지식 수준(%) |
|--|-------------|-------------|
| 토픽 1 (성병(동성애)로 인한 불치병으로서 에이즈) | 53.1 | 47.1 |
| 토픽 2 (성매매로 인한 성병으로 면역결핍을 유발하는 에이즈) | 9.2 | 11.1 |
| 토픽 3 (문란한 성생활로 감염되어 죽게되는 에이즈) | 38.1 | 41.8 |

$\chi^2 = .76, df = 2, p > .05$

이러한 결과를 종합해 보면, 토픽 1(불치병으로 두려운 에이즈)는 지식 수준이 낮은 집단에서 높은 비중을 차지하고, 토픽 3(문란한 성생활로 감염되는 에이즈)는 지식 수준이 높은 집단에서 높은 비중을 차지하고 있는 것으로 나타났다. 하지만, 이러한

경향에 대한 통계적 유의성을 살펴보기 위하여 교차분석을 실시한 결과에서 유의미하지 않은 것으로 나타났다.

4) 연구 문제 3의 결과

연구 문제 3에서는 에이즈 관련 미디어 보도의 토픽을 살펴보고, 이러한 토픽이 시기별로 어떻게 변화하는지 살펴보았다.

에이즈 관련 미디어 보도에 나타난 토픽은 크게 5개로 구분할 수 있는 것으로 나타났다. 토픽 1은 에이즈(13.4%), 치료(3.3%), 예방(2.8%), 백신(2.4%), 발견(1.5%) 등의 핵심어가 포함되었으며, 19.1%의 비중을 차지하고 있는 것으로 나타났다. 이들 핵심어의 특성을 고려해서 ‘에이즈 치료 & 예방’ 이라고 명명하였다. 토픽 2는 에이즈(14.6%), 퇴치(2.5%), 예방(1.7%), 미국(1.5%), 지원(1.2%) 등의 핵심어가 포함되었다. 이들 핵심어는 미국을 중심으로 한 에이즈 지원과 관련한 것들이므로, ‘에이즈 퇴치 지원’ 이라고 명명하였고, 이 토픽은 전체 미디어 보도에서 16%의 비중을 차지하는 것으로 나타났다.

표 7. 에이즈 관련 미디어 보도에 나타난 토픽별 주요 핵심어 및 구성 비율

| 토픽1(19.1%) | | 토픽2(16%) | | 토픽3(23.4%) | | 토픽4(14.5%) | | 토픽5(27%) | |
|-------------|-------|-----------|-------|------------|-------|------------|-------|----------------|-------|
| 에이즈 치료 & 예방 | | 에이즈 퇴치 지원 | | 세계 에이즈의 날 | | 유명한 에이즈 감염 | | 에이즈 감염인을 통한 확산 | |
| 핵심어 | 비율(%) | 핵심어 | 비율(%) | 핵심어 | 비율(%) | 핵심어 | 비율(%) | 핵심어 | 비율(%) |
| 에이즈 | 13.4 | 에이즈 | 14.6 | 에이즈 | 14.8 | 에이즈 | 11.8 | 에이즈 | 14.2 |
| 치료 | 3.3 | 퇴치 | 2.5 | 세계 에이즈날 | 4.6 | 감염 | 6.8 | 감염 | 6 |
| 예방 | 2.8 | 예방 | 1.7 | 환자 | 3.5 | 찰리신 | 4.4 | 환자 | 3.9 |
| 백신 | 2.4 | 미국 | 1.5 | 캠페인 | 2.6 | 숨기다 | 2.3 | 여성 | 2.8 |
| 발견 | 1.5 | 지원 | 1.2 | 소나무 | 1.6 | 할리우드 | 1.3 | 성매매 | 2.2 |
| 임상 | 1.1 | 아프리카 | 1.1 | 감염 | 1.5 | 미국 | 1.3 | 남성 | 1.9 |
| 바이러스 | 1 | 개발 | 1.1 | 완치 | 1.3 | 충격 | 1.3 | 부산 | 1.5 |
| 개발 | 1 | 진단 | 1 | 검사 | 1.1 | 배우 | 1.3 | 국내 | 1 |
| 유엔 | 1 | 연구 | .9 | 예방 | 1.1 | 성관계 | 1.3 | 사망 | .9 |
| 미국 | .9 | 우간다 | .8 | 치료 | 1.1 | 검사 | 1.1 | 차별 | .9 |

토픽 3은 에이즈(14.8%), 세계에이즈의 날(4.6%), 환자(3.5%), 캠페인(2.6%), 소나무(1.6%) 등의 핵심어가 포함되었다. 이들 핵심어는 세계에이즈의 날을 기점으로 펼쳐지는 다양한 캠페인 및 행사와 관련한 핵심어들이기 때문에, ‘세계에이즈의 날’ 이라

고 명명하였고, 전체 미디어 보도에서는 23.4%를 차지하는 토픽인 것으로 나타났다. 토픽 4는 에이즈(11.8%), 감염(6.8%), 찰리쉰(4.4%), 숨기다(2.3%), 할리우드(1.3%) 등의 핵심어가 포함되었으며, ‘유명한 에이즈 감염’ 이라고 명명하였다. 이 토픽은 전체 미디어 보도에서 14.5%를 차지하는 것으로 나타났다.

마지막으로, 토픽 5에서는 에이즈(14.2%), 감염(6%), 환자(3.9%), 여성(2.8%), 성매매(2.2%) 등의 핵심어가 포함된 것으로 나타났다. 에이즈 감염인이 감염 사실을 숨기고, 성매매를 한 것에 대한 내용이 많았기 때문에, 이를 바탕으로 ‘에이즈 감염인을 통한 확산’ 이라고 명명하였다. 이 토픽은 전체 미디어 보도에서 27%를 차지하는 것으로 나타났다.

이러한 5가지 토픽들이 시기별로 어떠한 변화가 있었는지를 살펴보았다. 토픽 1(에이즈 치료 & 예방)은 2010년에 27.4%, 2012년에 19.5%, 2013년에 16.5%, 2015년에 17.8%, 2017년에 14.1%인 것으로 나타났다. 전반적으로 2010년을 기준으로 토픽 1(에이즈 치료 & 예방)과 관련한 보도 내용이 감소하는 경향을 보이고 있다. 토픽 2(에이즈 퇴치 지원)는 2010년 12.8%, 2012년 30.5%, 2013년 15.7%, 2015년 10.5%, 2017년 10.4%인 것으로 나타났다. 토픽 2(에이즈 퇴치 지원)은 2012년에 관련한 보도가 집중된 이후부터 미디어 보도에서 높은 비중으로 다루어지지 않았다.

표 8. 에이즈 관련 신문 보도 토픽의 시기별 변화

| | 시기별 토픽의 비중 변화(%) | | | | | 시계열 회귀분석 | | |
|-----------------------|------------------|-------|-------|-------|-------|----------|------|-----------|
| | 2010년 | 2012년 | 2013년 | 2015년 | 2017년 | 회귀 계수 | p-값 | Hot/C old |
| 토픽1 에이즈 치료 & 예방 | 27.4 | 19.5 | 16.5 | 17.8 | 14.1 | -.88 | .047 | Cold |
| 토픽2 에이즈 퇴치 지원 | 12.8 | 30.5 | 15.7 | 10.5 | 10.4 | -.47 | .43 | - |
| 토픽3 세계 에이즈의 날 | 20.2 | 18.8 | 37.6 | 23.1 | 17.2 | -.03 | .96 | - |
| 토픽4 유명한 에이즈 감염 | 17.3 | 10.4 | 8.7 | 27.2 | 8.7 | -.01 | .99 | - |
| 토픽5 에이즈 감염인을 통한 확산 | 22 | 20.6 | 21.3 | 21.7 | 49.3 | .71 | .18 | - |

토픽 3(세계 에이즈의 날)은 2010년 20.2%, 2012년 18.8%, 2013년 37.6%, 2015년

23.1%, 2017년 17.2%인 것으로 나타났다. 토픽 3(세계 에이즈의 날)은 전체적으로 약 20% 내외의 비율을 유지하며 꾸준하게 등장하고 있다. 토픽 4(유명한 에이즈 감염)는 2010년 17.3%, 2012년 10.4%, 2013년 8.7%, 2015년 27.2%, 2017년 8.7%인 것으로 나타났다. 토픽 4(유명한 에이즈 감염)은 2015년에 가장 높은 비중을 차지하고 있고, 이는 2015년 찰리쉬이라는 영화배우의 에이즈 감염 사례에 미디어의 집중도가 높았기 때문으로 추론해 볼 수 있다. 토픽 5(에이즈 감염인을 통한 확산)은 2010년 22%, 2012년 20.6%, 2013년 21.3%, 2015년 21.7%, 2017년 49.3%인 것으로 나타났다. 토픽 5(에이즈 감염인을 통한 확산)는 2017년도에 토픽 비중이 크게 증가하였는데, 이는 부산에서 발생한 에이즈 감염인을 통한 확산 사건에 대한 미디어 보도가 집중하였기 때문으로 추론된다.

이러한 토픽들의 시기별 추세가 통계적으로 유의한지를 살펴보기 위하여 시계열 선형 회귀 분석을 실시하였다. 독립변수를 시기로 하고, 종속변수는 각 토픽의 시기별 비중의 평균값을 이용하였다. 분석 결과에서, 토픽 1(에이즈 치료 & 예방)은 Cold 토픽인 것으로 나타났으나, 나머지 4개의 토픽은 모두 중립인 것으로 나타났다. 즉, 2010년을 기준으로 토픽 1(에이즈 치료 & 예방)에 대한 비중은 통계적으로 유의미하게 줄어든 반면에 나머지 4개의 토픽은 시기별로 통계적으로 유의미한 차이가 나타나지 않은 것이다.

5. 결론 및 논의

이 연구는 첫째로 한국 사람들의 에이즈에 대한 인식을 파악하고, 이러한 인식이 시기적으로 어떠한 변화가 있는지 비교, 분석하고자 하였고, 둘째로 이러한 에이즈에 대한 인식이 에이즈에 대한 지식수준에 따라 어떻게 다른지 비교 분석하여 지식수준에 따른 에이즈 인식 형성을 비교 분석하고자 하였다. 마지막으로 에이즈에 대한 미디어 시각을 종합적으로 비교, 분석해서 향후 에이즈 예방과 교육에 대한 커뮤니케이션 전략을 살펴보고자 하였다.

연구 결과에서 한국 사람들은 에이즈에 대해서 성병(동성애)로 인한 불치병으로서 에이즈, 성매매로 인한 성병으로 면역결핍을 유발하는 에이즈, 그리고 문란한 성생활로 감염되어 죽게되는 에이즈 등과 같은 3가지 토픽으로 생각하는 것으로 나타났다. 이리

한 3가지 토픽들은 시기별로 통계적으로 유의미한 차이가 없이 지속적으로 등장하는 것으로 나타났다. 또한, 지식 수준에 따른 토픽의 비중 비교에서도 지식 수준이 높은 집단과 지식 수준이 낮은 집단 간에 통계적으로 유의미한 차이가 없는 것으로 나타났다. 마지막으로 에이즈 관련 미디어 보도 분석에서 에이즈 치료 & 예방, 에이즈 퇴치 지원, 세계 에이즈의 날, 유명인 에이즈 감염, 에이즈 감염인을 통한 확산 등과 같은 5가지 토픽으로 에이즈를 바라보고 있는 것으로 나타났다. 시기별 비중 비교에서, 에이즈 치료 & 예방 토픽만 시간이 지날수록 그 비중이 줄어들고 있는 것으로 나타났고, 나머지 4개의 토픽은 통계적으로 유의미한 차이가 없는 것으로 나타났다.

이러한 연구 결과를 통해서 생각해 볼 점으로, 첫째 한국 사람들은 성병(동성애)로 인한 불치병으로서 에이즈, 성매매로 인한 성병으로 면역결핍을 유발하는 에이즈, 문란한 성생활로 감염되어 죽게 되는 에이즈 등과 같이 전반적으로 부정적으로 인식하고 있었다. 이러한 결과는 에이즈 인식에 대한 선행연구(김혜성, 2015; 안이수, 2018; 이영선·송명섭·박은미, 2017; 최명일, 2018; 한미정, 2007)들에서 제시하였던 결과들과 유사한 결과이다. 또한, 이러한 결과는 시기적으로 차이가 없는 것으로 나타나서, 에이즈 예방 초기에 등장한 ‘에이즈에 걸리면 죽는다’는 인식이 여전히 유지되고 있음을 알 수 있고, 한국 사람들은 에이즈에 대해서 ‘문란한 성생활(동성애)로 감염되어 면역결핍을 유발하여 치료할 수 없는 성병’이라는 일종의 고정 관념이 형성되어 있는 것으로 볼 수 있다. 이러한 고정 관념은 ‘에이즈 감염인이 일하는 가게에서도 채소나 과일을 사겠다.’, ‘자녀가 에이즈 감염인과 같은 학교에 다니도록 허용하겠다.’ 등에 대해서 부정적인 의견이 높게 나타나는 등(박경실, 2018), 에이즈 감염인에 대한 부정적인 인식이 형성되고, 에이즈 감염인에 대한 부정적인 인식은 에이즈 감염인 스스로 사회와 격리되는 일종의 낙인이 형성되며, 뿐만 아니라 에이즈 감염인 가족들에게도 사회적 차별에 대한 두려움을 느끼게 한다(이영선·김한나·김혜지, 2018).

둘째로, 이러한 부정적인 인식을 가지고 있지만, 에이즈 감염인을 만나고 경험한 비율이 2015년에는 0.6%, 2017년에는 1.2% 등과 같이 한국 사람들은 에이즈 감염인을 만난 경험이 거의 없기 때문에(질병관리청, 2015; 2017), 에이즈에 대한 간접 경험을 기반으로 인식이 형성되었을 것으로 가정하고 이 연구에서는 에이즈 관련 미디어 보도를 살펴보았다. 분석 결과에서 미디어 보도에서는 에이즈 치료 & 예방, 에이즈 퇴치 지원, 세계 에이즈의 날, 유명인 에이즈 감염, 에이즈 감염인을 통한 확산 등과 같은 5가지 토픽으로 에이즈를 바라보고 있는 것으로 나타났다. 이러한 토픽들은 앞서 논의

한 한국 사람들의 에이즈에 대한 인식에서 도출된 3가지 토픽의 정보원 역할을 하고 있음을 추론해 볼 수 있다. 즉, 에이즈에 대한 미디어 보도에서 상대적으로 높은 비중을 차지하고 있는 토픽은 에이즈 감염인을 통한 확산이며, 에이즈 감염인의 성관계로 인한 에이즈 확산을 주로 보도하고 있다. 이러한 보도는 에이즈에 대한 부정적인 인식 뿐만 아니라 에이즈 감염인에 대해서도 부정적인 인식이 형성될 수 있을 것이다. 유사한 시각에서 미국에서도 에이즈를 미디어에서 동성애자나 마약사용자 등과 연관해서 보도하거나 에이즈 감염에 대한 도덕적인 문제를 제기하는 등의 시각을 보이면서 미디어가 에이즈에 대한 부정적인 인식이 형성되는 계기를 제공하였다(Parra & Mateo, 2007). 마찬가지로 이 연구의 결과에서 나타나듯이, 유명인의 에이즈 감염 토픽에서도 유명인의 문란한 성생활로 인한 감염에 대한 정보가 주로 전달되었다는 점등을 고려하면 에이즈에 대한 부정적인 인식을 형성하는 데 있어 미디어의 역할을 고려해 볼 수 있을 것이다.

물론, 미디어 보도에서는 에이즈 치료 & 예방과 에이즈 퇴치 지원 등과 같은 토픽과 같이 에이즈에 대한 긍정적인(희망적인) 상황(분위기)를 다루는 토픽들이 등장하고 있는 것도 사실이다. 하지만, 이러한 토픽들에 대해서 자세히 살펴볼 필요가 있다. 에이즈 치료 & 예방 토픽은 2010년에 가장 높은 비중으로 보인 이후로 유일하게 통계적으로 유의미하게 그 비중이 감소되고 있는 토픽이다. 즉, 미디어 보도에서 그 관심이 지속적으로 줄어들고 있는 것이다. 또한, 에이즈 치료 & 예방과 에이즈 퇴치 지원을 강조하기 위해서 같이 등장하는 것이 아프리카 등에서 고통받고 있는 감염인의 모습이다. 관련해서 오현정 외 (2016)의 연구에서는 부정적인 또는 행위 금지를 권고하는 에이즈 메시지가 역설적으로 수용자들에게 그런 상황이 일반적이라는 인식을 전달해줄 수 있고, 또한, 미디어가 중립적인 메시지를 전달해도 수용자들은 부정적으로 인식하기 때문에 에이즈 정보 전달에 세심한 주의가 필요하다고 강조하였다.

유사한 시각에서 자원할당모델(resource allocation model)에 따르면, 부정적 감정이 이미 존재하는 경우에 정보가 지니고 있는 부정적인 면에 집중해서 부정적인 정보 처리가 쉽고, 간단하게 진행되며, 기억에도 부정적인 영향을 미친다고 한다(양혜승, 2017; Leith & Baumeister, 1996). 이러한 선행 연구 결과를 고려해보면, 에이즈 치료, 예방, 퇴치를 강조하기 위한 부정적인 상황 묘사가 오히려 수용자들에게 하여금 부정적인 인식 형성 또는 강화하는 데 있어서 영향을 미칠 수도 있는 가능성이 있기에 미디어 보도에서 에이즈 치료 & 예방과 에이즈 퇴치 지원과 같은 에이즈에 대한 긍정적인 상황

에 대한 보도가 늘어날 필요가 있다.

미디어의 에이즈 관련 보도를 중심으로 한국 사람들의 에이즈에 대한 부정적인 인식을 줄일 수 있는 방안을 고려해 보면, 에이즈 관련 용어(표현)의 수정이 필요하다. 연구 결과에서 나타나듯이, 한국 사람들에게 에이즈는 불치병이라는 인식이 공고하게 자리 잡고 있다. 이러한 인식은 초기의 에이즈 캠페인의 영향도 있겠지만, 에이즈를 다루는 미디어의 용어(표현) 사용도 영향이 있다. 예를 들어, 에이즈 관련 미디어 보도 토픽들 중에서 세계 에이즈의 날 토픽이 있는데, 이 토픽을 구성하는 핵심어들 가운데 소나무가 있다. 에이즈와 소나무가 직접적인 연관이 없지만, 미디어는 소나무재선충병을 설명할 때 소나무 에이즈라는 표현을 주로 사용한다. 이렇게 사용하는 이유는 소나무재선충병에 걸린 소나무는 100% 말라 죽기 때문이라고 한다. 이러한 상황 때문에 에이즈의 날 캠페인에서는 이러한 용어 사용을 자제해 달라고 요구하고 있다. 앞서 논의한 오현정외의 연구와 자원할당모델이 강조하는 상황과 연계해서 고려하면, 미디어에서는 자발적으로 이러한 용어(표현) 사용을 자제해야 할 뿐만 아니라 에이즈 관련 캠페인에서도 직접적인 언급으로 의도하지 않은 역작용이 발생할 수 있음을 고려할 필요가 있을 것이다.

같은 맥락에서 김승섭(2018)은 긍정적인 상황에서 에이즈에 대한 예방, 치료 방법에 대한 정보 전달이 필요하다고 주장하며, 에이즈를 불치병으로 묘사하지 말고 '약으로 치료되는 만성질환'으로 표현할 필요가 있다고 강조하였다. 또한, 에이즈 환자 또는 감염인 보다 에이즈와 함께 살아가는 사람 등과 같이 에이즈와 감염인을 동일시하지 말고 분리시켜 인식할 필요성이 있다(김승섭, 2018). 이러한 주장은 에이즈에 대한 부정적인 인식이 감염인에게 전이되어 감염 기간 동안 심리적 고통으로 인해 극단적인 선택을 하고, 이러한 비율이 일반인보다 10배 높다는 상황(국가인권위원회, 2005)과 에이즈 감염인이 이러한 심리적 고통을 벗어나는 계기로 에이즈 감염은 약물로 조절이 가능한 하나의 만성 질환이라는 인식을 하면서 부터라는 연구 결과(강선경, 2014)를 고려해 볼 때 에이즈 인식 개선에 있어서 상당히 의미 있는 방안이라고 생각한다.

셋째로, 이 연구 결과에서 지식 수준에 따른 에이즈 인식에 유의미한 차이가 없는 것으로 나타났다. 이러한 결과가 도출된 이유로 전반적으로 한국 사람들의 에이즈에 대한 지식 수준이 낮기 때문으로 생각된다(손애리 외, 2007). 일부 선행 연구(박은선·오현정·김수현·민아리, 2018; 서명희, 2020; 양영란, 2015)에서도 지식 수준에 따른 효과가 미비하거나 유의미하지 않은 경우들이 발생하였는데, 이러한 경우에 절대적인

지식 수준이 높지 않았기 때문으로 고려되고 있다. 즉, 전반적으로 한국 사람들의 에이즈에 대한 점수가 낮은 수준에 몰려 있기 때문에 집단 구분에 따른 차이점이 드러나지 않을 가능성이 있다. 또 다른 이유로 고려해볼 수 있는 점이 에이즈에 대한 지식이 높다고 하더라도 기본적으로 에이즈에 대한 부정적인 인식이 높다는 것이다. 양영란(2015)은 에이즈에 대한 지식이 높은 것이 에이즈에 대한 부정적인 인식을 줄이는 데 중요하지만, 충분하지 않다고 주장한다. 즉, 한국 사람들은 에이즈에 대한 지식이 높더라도 기본적인 인식이나 태도에서 부정적인 ‘고지식 부정 태도’ 집단이 존재하기 때문에 지식 유무를 살피는 것도 중요하지만, 알면서 행동하지 않는 사람들에 대한 이해가 필요하다고 강조한다. 마찬가지로 서명희(2020)의 연구에서도 고지식 부정태도 집단을 언급하며, 에이즈 캠페인에서 낮은 지식 수준으로 인한 부정적인 인식이 형성된다는 인식을 개선하여 질병 정보 전달 중심적인 에이즈 예방 캠페인을 개선해야 한다고 주장하였다. 따라서, 근본적인 인식 개선 작업이 선행해야 에이즈 관련 지식을 전달하는 것도 효과적이 될 수 있을 것이다.

이러한 부분을 고려해서 에이즈 캠페인을 개선하는 방향에서 생각해 볼 점이 에이즈 관련 지식에 대한 불확실성을 제거하는 노력이 필요하다. 예를 들어서, 불확실성이 높은 메시지는 수용자를 설득하여 행위를 유도하는 데 있어서 제약이 따르지만, 불확실성이 낮은 메시지는 쉽고 빠른 설득이 가능하다(Tversky & shafir, 1992). 이러한 점을 고려하여 에이즈 관련 정보들을 살펴보면 정보의 불확실성이 높다. 일례로 에이즈는 동성애에 의해서 감염되는지에 대한 정보를 인터넷을 통해서 검색해보면 상반되는 입장의 정보들이 공존한다는 것을 쉽게 찾을 수 있다. 이러한 상황에서 에이즈 예방 캠페인에서 전달하는 에이즈 관련 지식의 설득 효과가 있을지에 대해서 의문이다. 또한, 지식을 전달하는 데 있어서 목적을 변화할 필요가 있을 것이다. 남경태(2014)는 설득 지식 모형에서 일반적으로 지식을 많이 아는가에 초점을 두기 보다는 지식과 연관된 순간에 쉽게 활성화가 될수 있는가가 중요하다고 주장한다. 즉, 에이즈와 관련한 많은 양의 정보를 전달하려는 주입식 캠페인 보다는 관련 상황에 쉽게 연상될 수 있도록 에이즈 정보를 전달해야 한다는 것이다. 지식을 어떻게 활용할 것인가에 대한 기본 목적을 수정하여 실생활과 연관되어 쉽게 연상하여 기억에 남은 에이즈 정보를 전달하는 것이 에이즈에 대한 지식을 높이며 부정 인식을 줄여가는 방안이 될 수 있을 것이다.

앞서 논의한 연구의 이론적, 실무적 함의에도 불구하고 이 연구는 제한점을 지니고 있다. 우선, 이 연구는 분석 자료로 질병관리청에서 시행하는 에이즈 관련 조사 자료를

활용하였다. 조사는 전국 단위의 샘플을 추출하여 연구의 외적 타당성을 높이려고 노력하였다. 하지만, 연구 참여자들에게 에이즈는 정치적 이슈와 같이 관여도가 높은 사회적 주제가 아니기 때문에 일관된 의견이 형성되어 있지 않은 경우가 있을 수 있다. 따라서, 다른 집단을 통한 조사에서는 이 연구의 결과와 다른 결과가 나올 가능성이 있기에, 연구 결과의 일반화에 있어서 제한이 있다고 생각한다. 또한, 미디어 보도 분석에서 신문 보도만을 활용하였으나 텔레비전과 SNS 등을 분석해 보면 보다 다양한 차원에서 에이즈 관련 인식이 어떻게 형성되는지를 살펴 볼 수 있을 것이다. 이 연구에서는 미디어 효과를 가정하고 진행하여 직접적인 관계를 살펴보지는 못했지만, 추후 연구에서는 이러한 미디어와 수용자의 관계 차원에 집중해서 살펴볼 필요가 있을 것이다. 추가적으로 미디어 뿐만 아니라 정부나 에이즈 관련 단체의 이슈 또는 의제들을 분석해서 일반 사람들의 인식과 관계를 살펴본다면 에이즈 캠페인의 효과를 살펴보고, 대안을 제안할 수 있기에 후속 연구에서 시도해 보면 좋을 것이다.

참고문헌

- 강선경 (2014). HIV 감염인들의 사회적응과정 경험에 대한 현상학적 연구. *GRI 연구논총*, 16(2), 177~202.
- 강승량, 김은영 (2016). 서비스직 종사자들의 결핵관련 지식, 태도 및 예방행위. *한국산학기술학회 논문지*, 17(5), 354~363.
- 곽윤실, 허혜경 (2019). 간호대학생의 기본소생술에 대한 지식, 태도, 수행자신감 및 수행능력과의 관계. *한국콘텐츠학회논문지*, 19(3), 126~137.
- 구윤희, 노기영 (2018). 금연 캠페인 주체에 따른 설득 효과 연구. *한국광고홍보학보*, 20(1), 126~151.
- 권영은, 이영은 (2019). 여대생의 자궁경부암, 인유두종 바이러스 감염 지식 및 예방행위 의도의 관계. *예술인문사회 융합 멀티미디어 논문지*, 9(2), 623~632.
- 김승섭 (2018, 4월 25일). 30년 전에 머무른 에이즈에 대한 인식. *시스/IN*, <https://www.sisain.co.kr/news/articleView.html?idxno=31685>
- 김영희, 권영채 (2020). 중년기 성인의 치매에 대한 지식과 태도가 치매 예방 행위에 미치는 영향 요인. *문화 기술의 융합*, 6(3), 9~17.
- 김혜성 (2015). 대학생의 에이즈 예방 인식 유형에 대한 연구. *주관성 연구*, 31, 68~83.
- 김희상, 윤인진 (2017). 미디어 접촉에 따른 북한이탈주민 수용성의 변화. *사회과학연구*, 25(1), 8~42.
- 남경태 (2014). 무엇이 설득 지식인가? *광고연구*, 102, 35~71.
- 마샤오통, 황성욱, 이은순 (2019). 20대 중국인들의 자궁경부암 예방 행동의도에 미치는 영향 요인은 무엇인가?: 자기효능감, 공포감의 변인을 중심으로 한 건강신념모델의 확장. *미디어, 젠더 & 문화*, 34(2), 5~50.
- 박경실 (2018). 20-40대의 HIV/AIDS 관련 지식과 태도에 미치는 영향: 지역사회건강조사 자료 활용. *Journal of Korean Academia-Industrial Cooperation Society*, 19(12), 404~415.
- 박은선, 오현정, 김수현, 민아리 (2018). 대학생의 미세먼지 위협에 대한 인식, 지식, 관리행위에 대한 지각된 장애와 건강 관리행위의 관계. *Journal of Korean Biological Nursing Science*, 20(1), 20~29.
- 방윤이, 박효정 (2017). 만성 폐쇄성 폐질환자의 질병관련 지식, 질병태도, 삶의 질에 관한 연구. *한국콘텐츠학회논문지*, 17(11), 410~422.
- 배상수 (2012). *건강증진이론과 접근방법*. 계축문화사.

- 손애리 (2013). 고등학생의 에이즈 지식, 낙인 및 감염인 차별: 에이즈 공익광고 노출여부를 중심으로. *보건과 사회과학*, 34(1), 211~235.
- 손애리, 문정선, 박지은, 천성수, 고승덕 (2007). 서울시 중·고등학생의 에이즈 지식과 차별태도. *보건과 사회과학*, 21(1), 25~49.
- 송병원 (2016). 예방 메시지 유형과 조절초점에 따른 에이즈 예방 효과. *인문과학연구*, 16(1), 123~152.
- 안순태, 강한나 (2018). 소셜미디어를 통한 노인에 대한 간접 접촉이 노인 차별에 미치는 영향: 노인 낙인의 매개효과를 중심으로. *광고PR실학연구*, 11(3), 7~29.
- 안이수 (2016). AIDS 인식 유형에 대한 연구. *한국산학기술학회 논문지*, 17(10), 46~53.
- 양영란 (2015). 국내 성인의 에이즈 지식과 태도의 유형과 관련 요인. *대한보건연구*, 41(4), 51~62.
- 양혜승 (2017). 정치 뉴스의 갈등 프레임이 수용자의 이슈 인식, 정서 반응, 뉴스 기억에 미치는 영향. *지역과 커뮤니케이션*, 21(4), 5~36.
- 오현정, 전의성, 이병관 (2016). 텔레비전을 통한 에이즈 정보 습득이 에이즈 및 감염인 관련 지식, 태도, 행동 의도에 미치는 영향. *미디어 경제와 문화*, 14(4), 55~101.
- 이민철 (2018). *Tomoto 프로그램 ver .1*. <https://lab.bab2min.pe.kr/tomoto>
- 이병관, 손영근, 이상록, 윤무영, 김민희, 김채린 (2014). 건강 관련 행동의 예측을 위한 사회인지이론의 유용성. *홍보학연구*, 18(2), 163~206.
- 이병관, 오현정, 금세연, 이윤재 (2012). 지식 격차가 에이즈 개인적 낙인과 사회적 낙인에 미치는 영향. *헬스커뮤니케이션연구*, 6(1), 93~134.
- 이영선, 김한나, 김혜지 (2018). HIV/AIDS 감염인의 심리사회적 측면에 대한 체계적 문헌 고찰. *한국사회복지학*, 70(2), 223~245.
- 이영선, 송명섭, 박은미 (2017). 에이즈(AIDS)에 대한 대학생의 주관적 태도. *주관성 연구*, 38, 145~163.
- 이윤재 (2007). *언론의 HIV/AIDS에 대한 보도 경향 분석 연구*. 석사학위논문. 홍익대학교 광고홍보대학원.
- 정연구, 송현주, 윤탈일, 심훈 (2011). 뉴스 미디어의 결혼이주여성 보도가 수용자의 부정적 고정관념과 다문화지향성에 미치는 영향. *한국언론학보*, 55(2), 405~427.
- 정은영, 고일선 (2015). 육군 병사의 결핵 예방행위 이행 및 관련 요인. *군진간호연구*, 33(1), 40~52.
- 정의철 (2008). 에이즈 뉴스 프레임 분석: 비판적 헬스 저널리즘을 중심으로. *한국언론학보*, 52(4), 223~249.

- 정익재 (2018). 대중매체의 영향과 위험 인식 특성: 현대사회 기술위험에 대한 집단 인지 모델 기법 적용. *한국안전학회지*, 33(2), 124~131.
- 질병관리본부 (2015). *에이즈에 대한 지식, 태도, 신념 및 행태 조사*.
- 질병관리본부 (2017). *에이즈에 대한 지식, 태도, 신념 및 행태 조사*.
- 천성수, 김주리, 신승배, 손애리 (2008). HIV/AIDS 감염인에 대한 차별 의식에 미치는 영향의 중고등학생 간 비교: 에이즈 낙인의 매개효과. *한국학교보건교육학회지*, 9(1), 63~83.
- 최명일 (2018). 사람들은 에이즈를 어떻게 인식하고 있는가?: 의미 연결망 분석을 통한 공공캠페인 시사점을 중심으로. *헬스커뮤니케이션연구*, 17(2), 1~31.
- 최성희, 함태식, 이태연 (2018). 건강신념모형에 기반한 효과적인 식품 안전 정보제공 방안 연구. *한국식품위생안전성학회지*, 33(4), 259~265.
- 최영숙, 전보혜, 성정민 (2018). SNS 설문을 이용한 일부 대학 치위생(학)과 학생들의 AIDS에 대한 지식과 태도. *한국전자통신학회 논문지*, 13(2), 487~495.
- 최윤 (2017). 육군 병사의 결핵 예방 행위 영향요인. *한국생활환경학회지*, 24(3), 368~379.
- 한미정 (2007). 감지적 접근에 따른 AIDS 예방과 콘돔 이용에 대한 질적 연구. *광고학연구*, 18(2), 53-82.
- Adeyemo, D. A., & Oyinloye, A. A. (2007). Predispositional factors in stigmatization and discrimination against HIV/AIDS seropositive persons in the workplace: A case study of Osun State, Nigeria. *Journal of Social Science*, 15(3), 279~292.
- Benton, A., Paul, M. J., Hancock, B., & Dredze, M. (2016). Collective supervision of topic models for predicting surveys with social media. *In Proceedings of the AAAI Conference on Artificial Intelligence*, 2892~2898.
- Bertrand, J. T., O'Reilly, K., Denison, J., Anhang, R., & Sweat, M. (2006). Systematic review of the effectiveness of mass communication programs to change HIV/AIDS-related behaviors in developing countries. *Health Education Research*, 21(4), 567~597.
- Blei, D. M., Ng, A. Y., & Jordan, M. I. (2003). Latent dirichlet allocation. *Journal of Machine Learning Research*, 3, 993~1022.
- Fisher, J. D., Fisher, W. A., Williams, S. S., & Malloy, T. E. (1994). Empirical tests of an information-motivation-behavioral skills model of AIDS preventive behavior with gay men and heterosexual university students. *Health Psychology*, 13(3), 238~50.

- Fisher, W. A., & Fisher, J. D. (1993). Understanding and promoting AIDS preventive behavior: Conceptual model and educational methods. *Canadian Journal of Human Sexuality, 1*, 99~106.
- Fisher, W. A., Fisher, J. D., & Harman, J. (2003). The information-motivation-behavioral skills model: A general social psychological approach to understanding and promoting health behavior. In J. Suls & K. A. Wallston (Eds.), *Social psychological foundations of health and illness* (pp. 82~106). Blackwell Publishing.
- Friestad, M., & Wright, P. (1994). The persuasion knowledge model: How people cope with persuasion attempts. *Journal of Consumer Research, 21*(1), 1~31.
- Glanz, K., Rimer, B. K., & Viswanath, K. (Eds.). (2008). *Health behavior and health education: Theory, research, and practice*. San Francisco: John Wiley & Sons.
- Herek, G. M., & Capitano, J. P. (1997). AIDS stigma and contact with persons with AIDS: Effects of direct and vicarious contact. *Journal of Applied Social Psychology, 27*(1), 1~36.
- Isaac, M. S., & Grayson, K. (2017). Beyond skepticism: Can accessing persuasion knowledge bolster credibility. *Journal of Consumer Research, 43*(6), 895~912.
- Jiang, H., Chen, X., Li, J., Tan, Z., Cheong, W., & Yang, Y. (2019). Predictors of condom use behavior among men who have sex with men in China using a modified information-motivation behavioral skills (IMB) model. *BMC Public Health, 19*, 261~273.
- Keum, S. Y., Lee, B., & Oh, H. J. (2015). They do, but I don't: Relationships among AIDS stigma gap, AIDS knowledge, and attitude toward AIDS-related issues. *Korean Health Communication Research, 13*(1), 101~143.
- LaCroix, J. M., Snyder, L. B., Huedo-Medina, T. B., & Johnson, B. T. (2014). Effectiveness of mass media interventions for HIV prevention, 1986~2013: A meta-analysis. *Journal of Acquired Immune Deficiency Syndromes, 66*(S3), S329~S340.
- Leith, K. P., & Baumeister, R. F. (1996). Why do bad moods increase self-defeating behavior? Emotion, risk taking, and self-regulation. *Journal of Personality and Social Psychology, 71*, 1250~1267.
- Li, L., Rotheram-Borus, M. J., Lu, Y., Wu, Z., Lin, C., & Guan, J. (2009). Mass media and HIV/AIDS in China. *Journal of Health Communication, 14*(5), 424~438.

- Mcauliffe, J. D., & Blei, D. M. (2008). Supervised topic models. *In Advances in Neural Information Processing Systems*, 121~128.
- Mimno, D., & McCallum, A. (2008). Topic models conditioned on arbitrary features with Dirichlet-multinomial regression. *Proceeding UAI'08 Proceedings of the Twenty-Fourth Conference on Uncertainty in Artificial Intelligence*, 411~418.
- Parra, D. L., & Mateo, M. A. (2007). Scientifically correct racism: Health studies' unintended effects against minority groups. *Language and Intercultural Communication*, 7(2), 152~162.
- Sheeran, P., & Abraham, C. (2003). Mediator of moderators: Temporal stability of intention and the intention-behavior relation. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 29(2), 205~215.
- UNAIDS (2015). *Fact sheet 2015*. Retrieved from http://www.unaids.org/sites/default/files/media_asset/20150901_FactSheet_2015_en.pdf

최초투고일: 2021년 4월 30일 • 심사일: 2021년 9월 1일 • 게재확정일: 2021년 9월 3일

A Study on the Perception-building Process of AIDS

Topic-modeling for Perceptions and Knowledge Level of Audiences and Media Reports about AIDS*

Daewook Kim

Lecturer, Department of Advertising & Public Relations, Hanyang University**

This study attempted to explore how the audiences in Korea perceived of AIDS, analyze the perceptions of audiences by AIDS knowledge, and compare it with media reports about AIDS. To do so, this study conducted a series of topic-modeling analysis for the AIDS reports of the Korea Center for Disease Control from 2010 to 2017. In the results, perceptions of audiences on AIDS included three topics, such as incurable disease, sexually transmitted disease, and messy sex life. These three topics have been continually appeared. There are no differences in accordance with AIDS knowledge. Media reports had five topics about AIDS such as AIDS treat & prevention, support for AIDS eradication, world AIDS day, AIDS infection of celebrities, and AIDS infection from people with AIDS. In the periodical comparison, value of AIDS treat & prevention has been gradually lowered; however, rest of the five topics has not been changed. Those results have suggested improvement of media reports, and change of AIDS-related words and AIDS-related knowledge in order to change negative perceptions on AIDS in Korea.

KEY WORDS

Perceptions on AIDS • AIDS knowledge • Media reports • Topic modeling
• AIDS campaign

* This work was supported by the Ministry of Education of the Republic of Korea and the National Research Foundation of Korea(NRF-과제번호)(NRF-2019S1A5B5A07094294)

** simonkim1026@gmail.com