

식품안전과 위험커뮤니케이션

이 기 헌 (한국소비자원)

I. 서 론

누구에게나 식품의 가치와 중요성에 대해서는 아무리 강조해도 이론의 여지가 없을 것이다. 식품은 인간의 생명유지를 위한 에너지원으로서 가치가 절대적이고, 사회적 경제적 차원에서는 우리 친구, 가족, 동료와 공유할 수 있는 자원이며, 사업상 파트너들과 거래할 수 있는 상품이기도 하다.

식품은 사회의 진화와 더불어 변화하였다. 우리사회가 산업화와 더불어 농촌에서 도시로 인구 이동이 발생하고 생활의 모습이 서구화됨에 따라 식품도 자연식품에서 가공식품으로, 전통적 식품이 서구 식품으로, 그리고 식품의 양적부족 해결시대에서 질적 추구의 시대로 진전되었다.

식품의 산업화로 인하여 오늘날 식품이 농장이나 들에서 어떻게 성장하고 수확, 처리 되는지를 아는 사람들은 별로 없다. 식품의 먹이사슬과 접촉하는 것을 오래 전에 잊었으며, 지금은 우리가 먹는 식품에 대한 통계를 상실하였다. 우리는 더 이상 우리만의 정원으로 가지도 않고, 수확도, 요리도 저장도 하지 않는다.

식품산업이 본격적으로 발전하면서 농업과 식품산업에서 경쟁이 핵심적 이슈가 되었다. 식품생산자들은 성장, 이익, 효율성에 초점을 맞추어 새로운 생산기술, 화학처리, 첨가물 개발 등을 통하여 비용절감과 이익증대를 도모한다.

식품 가공업자들은 자연적 투입물을 대체하기 위하여 더 저렴한 대체적 산업 부산물을 사용하게 되었고, 최소원가 지향을 위한 조합행위를 수많은 사례를 통하여 보아왔다. 이러한 상황으로 인하여 식품이 위험의 또 다른 원인이 될 것이라고 우려하는 시각이 많아졌다.

전 지구적 글로벌화도 식품에 대한 소비자의 불안을 가중케 했다. 사람, 상품과 서비스의 자유로운 이동으로 각종 병원균, 바이러스 등의 위해발생 사례가 곳곳에서 나타났고, 식품공급 체인을 통한 위해유입의 가능성이 증가했다. 보통 이러한 위해들은 특성상 외국에서 유입된 것이며, 아무런 경고도 나타나지 않는다.

식품생산과 가공, 이동과정이 복잡해지고, 유전자변형 식품과 같이 새로운 생산기법이 활성화되면서 과학자들은 이러한 기술이 생산량을 증가시키고 품질을 향상시켜 식량부족 해결이나 고 품질, 영양을 공급하는데 기여할 것으로 여기고 있다.

그러나 소비자들은 신기술에 의한 혜택 보다는 식품의 안전성이나 기호 등에 따라 오히려 자연식품으로의 복귀의 필요성을 느끼며, 신기술로 인하여 발생할 수도 있을 위해에 더 큰 부담을 느끼는 경향이 강하다.

이런 의미에서 식품은 또한 사람의 입을 통해 직접 섭취되는 관계로 먹어서 몸에 해로운 것이 라면 이는 더 이상 가치를 상실하게 된다. 즉 식품이 본연의 의미를 갖기 위해서는 식품의 안전성이 우선되어야 한다는 것이다.(김용태, 2005).

식품산업에 있어 기존의 생산방법 개선을 통해 보다 더 효율적인 기법이 도입되고, 새로운 원료와 소재가 개발되면서 소비자가 전에 경험하지 못하였던 맛, 향, 모양의 식품이 시장에 출시될 때 마다 우선 눈앞에 보이는 장점이 소비자들에게 강조되어 온 반면, 인체에 미칠 수 있는 나쁜 영향이나 위해에 대해서는 신속하게 밝혀지지 못하거나 감추어지는 속성이 있어 왔다.

왜냐하면 식품도 과학기술을 통하여 개발되고, 그 기술의 부(否)의 영향과 불확실성이 쉽게 밝혀지기가 어렵기 때문이다.

그동안 국내외적으로 문제된 식품사고 발생 사례의 전후를 살펴보면, 식품관련 위험인식에 있어 일반국민들은 지식부족과 전문성의 결여로 인하여 막연한 불안과 심리적 위험이 존재해 왔다.

또한 소비자들의 정보수용은 주로 대중매체에 의존해 왔는데, 대중매체는 그 특성상 충격적이고 감정적인 상황을 조성하였고, 이에 영향 받은 소비자들은 전문지식에 의한 냉철하고 논리적인 판단보다는 피상적이고 직관적이며, 분위기에 영향 받아 위험을 인식하게 되므로 필요이상으로 부정적 또는 비관적인 인식형성과 나아가 소비감소, 관련 식품산업의 침체, 소비생활의 불안을 초래하였다.

최근 우리나라에서 발생한 미국산 쇠고기 수입문제나 조류인플루엔자(AI) 사례 등을 보았을 때, 앞서 언급한 현상과 유사한 양상으로 진행되고 있으며, 소비자들의 불안과 불신은 더욱 증가했다고 판단된다.

이러한 상황에서 관련 정책 담당자는 국민들이 식품의 안전성에 대하여 올바른 정보를 객관적이고 설득적으로 제공하여 신뢰를 형성하고 필요이상의 감정적 주관적, 과장된 불안을 불식시키기 위하여 적극적으로 의사소통해야 할 필요성이 대두되었다.

그동안 관련 과학자, 심리학자들은 식품위해의 과학적 평가와 적정관리, 상호작용을 위한 커뮤니케이션 등 식품의 위험분석(risk analysis) 체계를 개발하고 주요 국가들이 이를 식품안전 정책 체계로 도입하여 다양한 프로그램을 개발, 시행하고 있다.

이에 따라, 본 연구는 식품안전 정책에 있어 식품 위험정보의 전략적 전달과 소비자 의견반영 등 식품위험에 대한 효율적인 커뮤니케이션이 중요하다는 판단 하에 관련 이론의 고찰과 소비자의 식품 위험정보 수용 및 인식실태 조사를 통하여 식품에 있어 위험커뮤니케이션의 정책적 시사점을 제공하고자 한다.

II 이론적 고찰

1. 식품위험의 개념 및 특성에 관한 고찰

1) 위해의 개념

우리나라 식품위생법상 「위해」의 정의는 ‘식품, 식품첨가물, 기구 또는 용기·포장에 존재하는 위험요소로서 인체의 건강을 해할 우려가 있는 것’을 말한다.

한편 일본의 식품안전위원회의 정의에 따르면 위해요인(Hazard)이란 ‘건강에 악영향을 주는 원인으로서 식품중의 물질 또는 식품의 상태’로서 예를 들면, 유해한 미생물, 화학물질 등 생물학적 화학적 또는 물리적 요인 등(식품의약품안전청 2004) 과학적 근거와 논리에 따라 밝혀진 인체건강에 악영향을 주는 원인으로 이해할 수 있다.

또한 위해의 개념은 통계적 확률에 따라 발생하는 발생률과 그 규모의 결합의 의미로도 이해된다. 즉 위해의 크기를 측정하려는 노력으로서 위해란 소비자의 안전이나 건강에 악영향을 미치는 요인으로서 ‘위해발생 확률(pr)×위해의 규모(magnitude)’로 측정되는 기술적 위해(technological hazard)로 일컬어지기도 한다.

2) ‘위험’의 개념

P. Sandman에 의하면, ‘위험’은 일상생활의 위해로 발생하는 종속변수로서 위해(hazard) + 심리요인(outrage)로 구성 된다고 한다(www.psandman.com).

여기서 위해란 앞서 언급한 개념과 동일한 것이며, 심리요인(outrage)은 비기술적인 개념으로서 위해에 대하여 소비자의 자발성 여부, 통계가능성, 친밀도, 두려움의 정도, 정보원(情報源)의 신뢰성, 대처가능성 등에 따라 나타나는 “두려움·공포”, “분노” 등의 총체적 개념으로 정의된다.

<표 1> P. Sandman의 ‘위험’에 대한 이해

전문가의 위험평가	위험커뮤니케이션 담당자의 위험평가	소비자들의 위험평가
위해(hazard)	→ 위해 + 심리요인 ←	심리 요인(outrage)

자료 : www.psandman.com

사람들은 어떤 위험상황에서는 잘 견디고, 어떤 위험에서는 매우 불안해하고 견디지 못하는 경향이 있다. 위험이 생소하고, 즉각적이며, 두려움이나 대재앙의 요소를 포함한다면, 큰 혼란과 불안이 가중될 것이고, 이미 익숙해 있는 위험이며, 천천히 발생하거나, 간접적인 경우에는 상대적으로 느긋하고 침착할 것이다.

Sandman(1997)은 사람들이 어떤 위험에 처했을 때 위해요인의 높고 낮음과 감정적인 반응을 결정하는 “심리요인(outrage) 반응”의 높고 낮음을 결합한 모델을 개발하여 제시하였다.

〈표 2〉 Sandman의 Hazard/Outrage 반응모델

		심리요인(Outrage)	
		낮은 심리요인	높은 심리요인
위해 요인 (Hazard)	높은 위해요인	담배 흡연, 과도한 음주 자동차 운전	음주운전 핵무기전쟁 권총소지 범죄
	낮은 위해요인	조명시설, 아플라톡신 항공여행	광우병 식품에 농약함유 우유에 동물약함유

자료 : Sandman(1987)

이 모델을 통해서 소비자들이 어떤 때에는 작은 위험에 대해서 매우 놀라고 분노하는 반응을 일으키며, 또 심각한 위험에 대해서는 전혀 걱정하지 않는 이유를 알 수 있다.

후자는 「높은 위해 - 낮은 심리요인」의 위험으로서, 일반적으로 잘 알려진 위해이며, 대부분 개개인의 통계 하에 놓여있는 자연발생적 위험이다. 전자는 「낮은 위해 - 높은 심리요인」 유형으로서 소비자가 위험과 관련하여 토의나 질문의 시간도 없고, 보통 감각으로는 감지할 수 없기 때문에 소비자는 무력감을 느끼게 된다. 즉 위험의 크기보다는 심리요인 요소가 위험의 수용을 좌우한다.

3) 식품의 특성과 위험의 인지

Fife-Shaw와 Rowe (1999)가 소비자의 식품위험 인지에 관하여 연구한 결과, 소비자의 식품위험 인지는 특정위해에 대한 익숙한 정도 또는 위해의 심각도 인지에 근거를 두어 라이프사이클을 따르고 있다고 한다.

구체적으로 Fife-Shaw et al.(1999)는 식품위해는 다른 분야의 위해와는 다르게 인지될 수 있는 특성이 있다고 하였다.

첫째, 사람들의 식품선택과 위험수용 여부는 극히 개인적이고 신뢰하는 가족, 친지 등에 의존하는 등 경험적 산물의 특성에 달려 있다. 둘째, 식품선택은 대개 습관적이며, 특정 식품의 선택은 과거 상당한 시간소요의 결과로 이루어진다. 특정식품에 대하여 오랫동안 형성된 경험과 습관에 의하여 익숙해지고 소비되는 것이다. 셋째, 식품관련 대부분의 위해는 평상시에는 잘 보이지 않으며, 특별한 위해가 드러난 때를 제외하고는 뚜렷하게 인지되지 않고 있다.

따라서 이러한 특성에 따라 소비자들은 새롭고 낯선 식품에 대해서는 구체적인 경험이 없고 식습관이 형성되지 않았기 때문에 익숙치 못함과 두려움 등 심리적 거부감을 느끼게 된다. 이러한 심리적 거부감의 근원적 원인은 그 식품의 안전성이 입증되지 않았기 때문일 것이다.

이와 마찬가지로 '식품으로 인하여 발생하는 질병(food borne illness)'이 인간에게 수없이 존재해 왔으며 이러한 질병은 그 원인이나 치료방법이 밝혀지기 전까지는 인간의 통제범위를 초월하기 때문에 사람들은 감정적 불안과 심리적 위험을 느끼게 된다.

그동안 과학자들은 '식품원인 질병'의 위해에 따른 개인의 심리적 반응 연구를 수행하였다. Slovic(1986)은 특정위해에 대한 인지양태가 "놀람(fright)"과 "심리요인(outrage)" 또는 "두려움

(dread)" 요인들로 나타난다는 것을 규명하였다.

<표3> 놀람/ 두려움 요인들

-
- 다음의 인지들은 식품위험의 수용에 소극적인 요인들임
- 위험은 본의가 아니거나 피할 수 없는 것임
 - 위험의 정보원은 친근하지 않거나 여태 보지 못한 새로운 것
 - 자연적이라기 보다는 사람이 만든 것임
 - 숨겨져 있고 회복하기 어려운 손해
 - 어린이에 대한 위험 또는 미래세대의 것
 - 발생하는 상해의 형태가 매우 두려움
 - 과학적으로 이해가 잘 안 되는 것이 많음
 - 책임있는 정보원과는 반대의 의견표명
-

자료 : Bennett 외(1999)

Bennet(1999)는 실제 위험 커뮤니케이션 전략에 이러한 요인들을 적용해 보았다. "놀람" 요인을 나타낸 리스트를 사용하여 이슈를 평가(점수화)하는 것이 위험정보 전달자에게 높은 위험수준이 무엇인지 경보하는데 도움을 준다고 했다.

광우병(BSE)은 '공포(dread)를 주는 위험'의 전형이 되어 버렸다. 위 리스트에 열거된 놀람요인들을 고려해 보면 광우병 관련 소비자의 인식이 어떻게 정부와 언론 모두에 높은 관심사로 이끌려 졌는지 쉽게 알 수 있다.

- 질병이 치명적이며, 특히 좋지 않은 사망과 연관되어 있다고 확신
- 과학자 공동사회에서 이해하고 있는 것은 거의 없는 것으로 인식(과학적 불확실성과 의견불일치를 표명하는 메시지를 놓고 갈등)
- 익숙하지 않는 질병(직접 경험해 본 사람이 거의 없는)
- 위험은 불가피하다(초기에는 적어도 개인의 통제범위를 초월한 것으로 보여짐)
- 수천 명의 개개인에 장기간 잠복될 가능성 등 노출범위의 광범위성에 초점을 둠

금년 상반기에 우리나라에서 전개된 미국산 쇠고기 수입파동 사례에 이러한 이론을 적용해 보면, 소비자들은 여러 경로를 통하여 수용한 미국산 쇠고기관련 정보에 따라 그 위해의 가능성이 크다고 인식하고 있다. 구체적으로는 쇠고기의 위해 자체보다는 이로 인한 위해의 두려움의 감정과 심리적 위험을 더 크게 불러일으키고 있으며, 정치적 의도가 혼입되면서 그 위험과 두려움은 사회적, 집단적 범위로 확산되고 있다고 판단된다.

이처럼 소비자가 잘 모르는 위해로 인한 두려움과 심리적 위험에 대하여 지속적인 커뮤니케이션 노력을 기울임으로써 위험에 익숙해지고 예방하거나 잘 대처할 수 있도록 변화시키는 커뮤니케이션의 중요성과 필요성이 대두되고 있다. 식품위험에 대한 정확한 평가 및 관리, 소비자에게 정보전달과 쌍방향적 토의를 통한 이해, 설득과 의견반영이 필요하다고 판단된다.

2 식품 위험분석 체계와 식품위험 커뮤니케이션

식품위험 분석체계는 국제식품규격위원회 (CODEX)의 식품영양위원회(Codex Alimentarius Commission: CAC)가 연구하여 그 결과를 처음으로 발표하고 각국이 도입하게 되었다(J. Chartier, 2001).

위험분석이란 식품섭취에 의하여 발생할 수 있는 위해요인을 파악, 분석, 관리, 전달하는 일관된 절차를 통해 식품안전에 관한 의사결정을 하는 선진화된 체계로서 위험평가(Risk Assessment), 위험관리(Risk Management), 위험커뮤니케이션(Risk Communication)의 세 단계로 나뉘어 수행된다.

위험평가란 식품 중에 포함되는 위해요인(hazard)을 섭취함으로써 건강에 미치는 악영향이 어느 정도의 확률로 발생하는가를 과학적으로 평가하는 체계로서 엄격한 의미로는 '위해평가라 할 수 있다.

위험관리는 위험평가 결과를 가지고 모든 관계자와 위험감축을 위한 기술적인 가능성, 비용대비 효과 등을 검토·협의하여 적절한 정책과 조치를 결정·시행하는 것을 말한다(J. Chartier 2001).

앞서 여러 학자들이 주장했듯이 일반적으로 소비자들은 식품의 위해(hazard)정보 자체 보다는 심리적으로 식품안전을 확보할 수 없어 심리적 위험(risk)에 불안해한다고 볼 수 있다. 소비자들은 위험에 대한 불안이나 두려움에서 해소되거나 벗어난다면 심리적 위험은 해소되고 안심을 얻을 것이다.

식품위험 커뮤니케이션이란 이렇게 위험평가와 위험관리가 이루어지는 과정에서 위험평가자, 위험관리자, 소비자, 사업자 등 이해관계자에게 이러한 정보를 제공하고 의견을 청취·반영함으로써 올바르게 정보를 제공하고 심리적 불안이나 두려움을 불식시키려는 제반의 노력을 말한다.

이러한 왜곡된 인식을 가진 소비자들은 위험수용을 거부하고 해당 식품소비를 중지하거나 감소함으로써 관련 식품산업은 급격히 위축되고, 소비자들의 불필요한 심리적 불안, 기피, 정신적 건강악화, 나가서는 극심한 반대, 시위 등 사회불안 요인으로 작용함으로써 소비자들의 불안감 해소, 설득적 이해구하기, 인식도 개선을 위한 구체적인 커뮤니케이션 정책의 필요성이 대두되었다.

그러나 소비자는 식품위해 전문지식이 부족하다고 해서 일방적 주입, 또는 모자란 사람에 대한 교육대상으로 초점을 두는 전통적인 위험 커뮤니케이션 전략은 실패하게 마련이다. 소비자들에게 교육자료를 제시하고 일방적으로 전달하는 것이 소비자가 위험수용 태도가 적극적으로 변하지 않는다는 것을 경험적으로 알고 있다(J. Chartier, 2001).

이에 따라 위험커뮤니케이션의 연구와 실행에 있어서 전문가들이 소비자의 어리석음이나 무지의 산물로 이해하는 편견을 시정하여 "소비자들의 위험에 대한 오류적, 직관적, 감정적 인지"를 원천적인 것이라 여기고, 이에 대해 이해와 설득을 구하기 위한 쌍방향적 위험커뮤니케이션을 촉진하는 등 새로운 패러다임을 모색하게 되었다(영국 보건부, 1998, J. Chartier, 2001에서 개인용).

즉 전문가의 실증적 평가와 소비자들의 비실증적 평가의 존재와 유효성이 모두 위험평가 모델의 절대적 구성요소라는 것이다.

이러한 “통찰력의 진화”를 통하여 전문가 측정치와 소비자 인식의 격차가 무지와 어리석음의 산물이 아니라 소비자의 위험에 대한 반응은 대개 그들만의 합리성을 갖고 있는 것으로 인식의 변화를 요구하게 되었고, 쌍방향 의사교환 과정과 이해를 연구의 중점방향으로 두게 되었다.

이와 같이 위험커뮤니케이션의 주된 목적은 위험의 올바른 인지와 갈등조정을 위한 제반조치로서 충분한 정보제공과 쌍방의 상호관계(작용)를 중요시한다고 할 수 있다.

당사자들의 책무는 위험을 동일한 정도와 의미로 이해·수용하고 ①위험커뮤니케이션 과정에 참여 ②잠재적 위험에 대한 객관적인 정보제공 ③위험평가에서 나타나는 소비자와의 차이점을 인식하고 최소화하며, ④위험논쟁과 관련하여 갈등확산을 방지하는데 전력을 다하는 것이다. 이러한 과정은 위험정보의 이해 - 정보전달 - 차이인식 - 인식차이를 줄이기 위한 노력 - 갈등방지 및 조정 등으로 요약된다. 궁극적으로 식품위험 커뮤니케이션이 효과적으로 이루어지기 위해서는 상대방과의 신뢰형성이 가장 중요한 요소가 될 것이다.

3. 식품위험 커뮤니케이션과 대중매체

1) 대중매체의 특성

대중매체가 대다수 국민들의 여론형성에 미치는 영향은 매우 크다는 것은 주지의 사실이다. 식품분야의 위험이슈에 있어서도 대중매체의 영향력은 예외가 아니다. 그동안 식품관련 대중매체의 보도사태를 통하여 알 수 있듯이 대중매체가 위험정보를 알리고, 여론을 형성하는 실질적, 중요한 자원이라는 것이 입증되었다.

그러나 이러한 중요성에도 불구하고, 대중매체는 소비자에게 특정이슈에 대하여 관심을 불러 일으켰으며, 결과적으로 위기감을 조성하기도 한다. 언론이 위험정보를 보다 과도하게 취급함으로써 이른바 “유흥성의 편이(availability bias)”를 측정 가능하도록 하였다. 이러한 유흥성의 편이는 소비자들이 대중매체의 보도내용을 쉽게 회상할 수 있을 때 발생한다. 예를 들어, 1996년부터 1997년까지 미국에서 불량한 품질관리로 인한 E. Coli 등의 발생 때문에 식품안전 위험에 대한 인지도는 20% 증가한 것으로 조사결과 밝혀졌다. 이러한 결과는 대부분 식품관련 위험에 대해 미디어 취급빈도가 증가했기 때문에 소비자들도 자연스럽게 식품관련 위험이 증가한 것으로 인지하고 있는 것으로 밝혀졌다.(Powell, 1998).

한편, 언론인, 특히 주요 뉴스기관의 기자들은 한 이슈를 둘러싼 갈등적 가치를 발굴하는 것을 직업으로 여기며, 대중매체는 소비자의 고민을 생성하는 유용한 공간이 되어 버리는 것이다.

2) 언론보도와 위험커뮤니케이션

언론보도의 특성을 살펴본 결과, 언론보도가 소비자에게 미치는 영향력이 지대하며, 경우에 따라서는 매우 유용한 수단으로, 또는 매우 위협적인 수단으로 역할을 하게 된다.

식품을 비롯한 과학적 내용의 보도의 특징은 ①대중매체를 통해 수용자의 취향에 맞는 보도형식으로 손질되고, 사건중심의 보도로 되며 ② 복잡한 이론이나 논리를 이해하기 어려운 점을 싫

어하고 재미를 추구하기 때문에 보도내용은 단순화된다. ③신문방송 등도 하나의 기업이므로 경제적, 사회적 이해관계를 고려하지 않을 수 없는 점 때문에 관련 산업계, 정계 등의 압력에 의하여 경제적, 사회적 맥락으로 흐르게 된다. ④과학정보는 기술적으로 복잡하고 어렵기 때문에 전문가의 의존도가 높은 특성이 있다(김은준, 2001). 최근의 식품위험과 관련된 보도내용을 보면 앞서 언급된 부정적 특성을 보이면서도 새로운 식품위험에 대하여 심층취재를 하거나 소비자들이 궁금해 하는 점을 진지하게 보도하고, 또한 소비자들의 의견을 반영함으로써 공정성과 객관성을 유지하려는 태도와 노력도 보이고 있다.

이러한 노력은 '소비자의 알권리'를 충족시킨다는 점에서 매우 의미 있다고 판단되며, 궁극적으로 올바른 정보를 편견 없이 객관적으로 전달함으로써 소비자의 감정적, 심리적 위험을 감소시키는 위험커뮤니케이션의 역할도 일부 담당하였다 판단된다.

우리나라에서도 식품위해 관련 보도는 1년에도 무수히 많이 이어진다. 금번 설문조사 결과, 소비자의 60% 정도는 식품위해에 관한 정보를 방송, 신문 등 대중매체에서 얻고, 특히 최근에는 인터넷의 영향력이 커진 것으로 나타났다. 위험커뮤니케이션 담당자들은 이러한 대중매체의 특성을 충분히 이해하고 적절하게 이용할 필요가 있으며, 때로는 회피해야 할 필요도 있을 것이다.

(1) 나쁜 보도사례

2004년 불량만두소가 유명 만두업체에 납품되었다는 보도사건은 '쓰레기 만두를 제조한 업체들이 적발되었다'는 경찰청의 발표가 크게 보도되었던 바, 소비자들은 이러한 내용에 충격을 받고 만두소비 중지 등 매우 큰 혼란이 발생하였으나, 국정감사에서 국립수사과학연구소에 의뢰한 결과, '인체 위해성이 없다'고 판정되었다. 이러한 사건으로 만두시장의 매출규모의 80%가 격감하고, 만두업체의 대표가 투신자살하는 사례, 관련 사업자단체의 언론보도의 제소 등의 큰 파문을 남겼다.

대부분의 언론사들은 경찰청이 보도 자료와 함께 제공한 '만두소 공장의 비위생적인 현장' 사진을 사실 확인 없이 그대로 보도하면서 소비자들은 비위생적이 만두소 제조현장을 보고 심리적 충격이 컸으며, 위험의 정도는 극에 달하였다고 할 수 있다. 그러나 그 문제가 된 사진은 보도내용과 관련이 없는 것으로 드러났고, 관련된 식품업자들도 대부분 무혐의로 풀려났다. 결국 사실과 달리 부풀려진 왜곡전달로 인하여 사업자는 물론 소비자도 정신적, 경제적 피해를 당한 가장 나쁜 사례로 인용되고 있다.

(2) 좋은 보도사례

국내신문에서 다루어진 유전자변형 식품보도의 분석내용을 살펴보면 유전자변형 식품보도는 주로 사건중심으로 보도되고 있으며, 전체적으로 부정적인 내용의 기사가 많았다. 김은준(2001)이 1999년부터 2000년까지 유전자변형식품 관련 국내 신문보도 494건을 분석한 결과 부정적 이미지

-
- 1) 금년 우리나라 전역에서 발생하고 있는 AI 조류감염과 관련, 언론에서는 초기 신속한 대응미비를 보도하면서도 최근에는 조류를 정상적인 식품으로 섭취해도 인체에는 더 이상 위해가 없다는 내용이 주된 보도내용임

내용은 44.3%, 긍정적 이미지는 23.7%, 중립적 이미지는 32.0%로 나타났다.

긍정적 이미지의 내용은 GMO 식품이 '식량난 해결', '경제적 좋은 전망', '질병예방, 치료', '안전성, 농업기술발전', '연구발전', '신개념의 작물' 등이다.

특히 금년 들어 조류 인플루엔자가 전국적으로 확산되고 있는 바, 국내 언론들은 관계당국의 초기 신속대응에 실패했음을 질타하고 개선을 촉구하는 한편, 금번 조류인플루엔자가 인체에 직접적 해는 없음이 밝혀졌으며, 섭식 75도에서 5분 이상 조리 할 경우 조류를 섭취해도 인체에 전혀 위해가 없음을 집중적으로 보도하고 있어 소비자들의 불안을 불식시키고 있으며, 소비도 점차 회복되고 있다고 한다. 이러한 보도사례는 소비자의 위험인식을 불식시키는 모범적인 위험커뮤니케이션 사례라 평가된다.

III. 연구방법

1. 연구문제

본 연구에서는 식품위험 커뮤니케이션 정책의 시사점을 제공하기 위하여 금년 상반기에 우리나라 전역에 사회적, 정치적 이슈가 되었던 '조류인플루엔자', '미국산 쇠고기 수입', '유전자조작(GMO) 식품', '생쥐새우깡 등 이물혼입' 등 4대 식품위험 문제를 연구범위로 정하고 '식품위험에 대한 인식도', '위험인식 요인', '위험인지 후 태도' 등을 조사분석 하였다. 또한, 식품위험 전달 및 정보수용 영향력이 클 것으로 예상되는 언론매체에 대한 소비자들의 태도를 조사하였다. 소비자들의 식품위험 정보의 주된 수용처로서 언론매체의 의존도, 언론매체의 신뢰성, 향후 취급해야 할 내용 등을 조사분석 하였다.

2. 조사대상 및 자료수집

본 연구는 서울시에 거주하는 20세 이상 남녀 성인 소비자를 대상으로 설문조사를 실시하였다. 설문조사는 서울시내 3개 대학교 경영·경제학 전공학생들과 일반 성인을 임의적으로 선정하여 2008년 4월 10일부터 5월 2일까지 실시되었다. 총 200부의 조사표가 배포되었으나 148부가 회수되었고, 부실 기재된 설문지 5부를 제외한 143부를 최종분석 자료로 사용하였고, SPSS 12.0을 통하여 통계분석 하였다.

3. 조사도구 및 자료측정 및 분석방법

식품위험과 관련, 최근 선진국에서 도입된 위해분석 체계는 식품위험 요소의 평가(Assessment) 및 관리(Management), 전달(Communication) 등 세 가지 요소로 구성되어 있음을 볼 수 있는 바, 식품위험 관련 소비자인식도 제고를 위하여 필요한 것으로 대두되는 식품안전 정보의 효율적 생산, 유통, 전달(이해) 등 커뮤니케이션을 연구범위로 정하였다. 연구방법으로는 문헌고찰, 설문조사, 사례연구 등이다.

식품이슈에 대한 위험인지도는 미국산 쇠고기(뼈있고 30개월 이상)에 대한 위험인식도를 비롯하여 유전자조작식품, 조류인플루엔자(AD), 그리고 생쥐새우장 등에 대한 위험인식 등 총 4개 질문으로 구성되며 리커트 7점 척도로 측정하였다. 이러한 4개 질문의 신뢰성을 측정한 결과, cronbach's α 는 0.76으로 신뢰성이 입증되었다.

이러한 위험인식의 요인으로서 주변적 요인(TV 등 언론매체)과 자신과 가족의 신체의 피해 혹은 경제손실 경험 등 중심적 요인으로 질문하였다. 식품위험을 인식한 후 태도변화는 '관련식품 소비중단', '국산 등 다른 종류의 식품으로 대체', '변함없이 그대로 소비' 등 3가지로 질문하였다. 미래 전망에 대하여는 '식품위험도에 대한 전망'을 질문하였다.

식품위험 정보 수용시 언론기관에 대한 의존도는 방송매체와 인쇄매체, 인터넷, 연수, 세미나 등 4개 항목을 질문하였다. 또한, 국내방송, 신문 언론기관의 신뢰도, 정부 및 공공기관의 신뢰도, NGO 신뢰도, 식품기업 혹은 협회의 신뢰도, 인터넷포털, 블로그 정보의 신뢰도 등 5개 질문으로 구성하였으며 리커트 7점 척도를 통하여 측정하였다. 동 문항의 신뢰도는 cronbach's $\alpha=0.70$ 으로 나타났다.

이 외에 응답자의 인구 통계적 특성변수로서 성별, 연령별, 직업 등 3개 항목에 대하여 질문하였다.

이러한 설문 중 응답자의 인구 통계적 특성, 위험인식의 요인, 인지 후 태도, 식품위험정보의 문제점 등은 기술통계 및 빈도분석을 수행하였다. 응답자 계층을 대학생 계층과 일반인 계층 등으로 구분하여 위험인식도의 차이도 분석을 위한 2개 모집단 평균차이 test 및 분산분석, 상관관계 분석을 실시하였다.

IV. 연구분석 및 결과

1. 조사대상자의 인구통계적 특성

조사대상의 인구통계적 특성 분포는 <표4>과 같다. 조사대상은 직업별로 대학생이 61.5%로 가장 많았고, 봉급생활자(28.3%) 및 자영업(1.4%), 주부(9.8%)로 구성되었다. 생산직, 농업직 등은 존재하지 않았다.

성별로는 남성 62.2%, 여성 37.8%로 나타났다. 연령별로는 20대가 60.8%로 주된 계층이었으며, 30대 26.6%, 40대 10.5%, 그리고 50대가 2.1%로 나타났다.

일반적 커뮤니케이션에 있어 자신의 의사표현 의지가 어느 정도인지를 파악한 결과, 자신의 의사표현 의지가 '강한 편'이라고 응답한 계층이 65.7%로 절대다수를 차지하였고, '약하다'고 응답한 계층이 34.3%로 나타났다.

<표 4> 응답자 인구통계 특성 분포

구 분		표본수 (명)	분포 (%)	구 분	표본수 (명)	분포 (%)
성별	남성	89	62.2	여성	54	37.8
연령	20-29세	87	62.2	30-39세	38	26.6
	40-49세	15	10.5	50-59세	3	2.1
직업	대학(원)생	88	61.5	관리/영업/사무직	21	14.7
	연구/전문직	8	5.6	생산/기술직	-	0.0
	자영업	2	1.4	공무원/교직	10	7.0
	가정주부	14	9.8	합계	143	100.0
본인 의사 표현 의지	매우강하다	11	7.7	강한 편이다	83	58.0
	약한 편이다.	42	29.4	매우 약하다	7	4.9

2 식품위험 정보인식에 대한 분석

1) 주요 식품이슈에 대한 위험인식 정도

소비자들에게 조사시점에서 전반적으로 식품에 대하여 위험을 어느정도 심각하게 생각하는 지에 대하여 질문한 결과, 7점 척도 기준으로 5.67점이며, 이를 100점 만점으로 환산하면 81점인 것으로 나타나 상당히 심각한 수준이라고 판단된다.

이러한 결과는 2006년 5월에 조사된 식품위험에 관한 인식도 83.3점과 비교하면 거의 비슷한 수준이라고 할 수 있다. 당시에 도 이른바 ‘불량만두소 파동’, ‘트랜스지방’, ‘중국산김치 기생충알 사건’ 등 여러 가지 식품위험 사례가 보도되었다(이기현, 2006).

구체적으로 금년 우리나라 전역에 뜨거운 이슈가 되었던 4대의 식품위험 정보의 인식정도는 미국산 쇠고기의 경우 7점 척도 기준으로 5.87점(83.8점)으로 위험의 인식정도가 가장 큰 것으로 나타났다. 그 다음으로는 생쥐 새우깡 5.5점(78.6점), 조류인플루엔자 5.29점(75.6점), 유전자조작 식품 4.88점(69.7점) 등의 순으로 나타났다.

<표 5> 식품위험 이슈별 위험인식

	미국산쇠고기	생쥐 새우깡	조류 인플루엔자	유전자조작 식품
척도(7점)	5.87	5.5	5.29	4.88
표준편차	1.299	1.578	1.565	1.461

이러한 이슈별 위험인식 정도는 앞서 고찰한 식품위험의 특성이론과 일치하는 것으로 나타났다

다. 즉, 유전자조작 식품이나 조류인플루엔자(AI) 등 기존에 익숙한 위험보다는 미국산 쇠고기, 생쥐 새우장 등 익숙하지 않고 새로운 이슈일수록, 대중매체 등에 노출정도가 클수록 위험인식도가 큰 것으로 나타남으로써 식품위험 특성관련 위험이론을 뒷받침하고 있다.

2) 식품위험에 대한 인식의 차이 분석

(1) 대학생 계층과 일반성인 계층 간 식품위험 인식 차이분석

식품위험 이슈에 대하여 '대학생 계층'과 '일반성인 계층'의 인식도의 차이를 일원 분산분석²⁾을 통하여 분석한 결과, '미국산 쇠고기 수입' 이슈를 제외한 '조류인플루엔자', '유전자조작식품' 등 2개 이슈는 대학생과 일반성인 집단 간 위험인식도에 유의한 차이를 보인 것으로 나타났다. '미국산 쇠고기 수입' 이슈에 대해서는 대학생이든 일반 성인이든 위험인식의 차이 없이 심각하게 인식한다고 볼 수 있고, '조류인플루엔자', '유전자조작식품' 등 이미 익숙해 있는 식품위험에 대해서는 대학생 계층의 위험인식도가 상대적으로 완화된 것으로 나타났다. 이러한 현상에 대해서는 대학생 계층이 관련지식에 대한 상대적 접근도가 성인집단에 비해 높기 때문에 그만큼 심리적, 감정적 위험인식도가 일반성인 집단보다는 낮다고 분석해 볼 수 있다.

<표 6> 이슈별 식품위험 인식에 대한 집단간 차이 일원 분산분석

식품위험 이슈	구분	N	평균 (7점)	표준편차	평균의 표준오차	F	유의도
미국산 쇠고기* (Q41)	대학생	87	5.74	1.333	.143	2.55	.112
	일반성인	56	6.09	1.225	.164		
유전자조작 식품* (Q42)	대학생	87	4.54	1.388	.149	13.13	.000
	일반성인	56	5.41	1.424	.190		
조류 인플루엔자* (Q43)	대학생	87	4.95	1.656	.178	11.22	.001
	일반성인	56	5.82	1.252	.167		
생쥐새우장 등* (Q44)	대학생	87	5.18	1.688	.181	-	-
	일반성인	56	6.00	1.250	.167		

* 등분산 가정이 성립

(2) 남성과 여성 간 식품위험 인식 차이분석

남녀집단별 차이분석을 실시한 결과, 남성과 여성 집단 간에는 미국산쇠고기와 유전자조작식품의 경우에 인식의 차이가 유의한 것으로 나타났고, 나머지 2개 이슈는 위험인식도 차이가 유의하지 않은 것으로 나타났다. 유전자조작식품의 위험인식이 특히 여성 집단이 강한 것으로 나타났

2) 본 연구는 2개 집단에 대해서도 등분산 가정을 검정한 후 일원분산분석 실시

다.

<표 7> 이슈별 식품위험 인식에 대한 성별 집단간 차이 분석

	구분	평균	표준편차	표준오차	F	유의도
미국산쇠고기* (Q41)	남성 (n=89)	5.69	1.395	.148	5.117	0.025
	여성 (n=54)	6.19	1.065	.145		
유전자조작 식품*(Q42)	남성	4.53	1.391	.147	15.137	0.000
	여성	5.46	1.397	.190		
조류인플루엔 자*(Q43)	남성	5.10	1.652	.175	3.637	0.059
	여성	5.61	1.366	.186		
생쥐새우깡 등 (Q44)	남성	5.26	1.682	.178	-	-
	여성	5.91	1.307	.178		

* 등분산 가정이 성립

(3) 연령대별 식품위험 인식 차이분석

식품위험인식도에 대하여 연령대 집단별 차이분석을 실시한 결과, 유전자조작식품과 조류인플루엔자에 대하여 위험인식에 차이가 유의한 것으로 나타났고, 나머지 2개 이슈는 위험인식도가 유의하지 않은 것으로 나타났다. 즉, 연령대가 클수록 익숙한 식품위험 이슈까지도 위험인식도가 상대적으로 크다고 할 수 있어 고 연령층에 대한 위험커뮤니케이션의 필요성이 큰 것으로 나타났다.

<표 8> 연령대별 위험인식 차이 분산분석 결과

위험	연령	N	평균	표준편차	표준오차	F값	유의도(p)
유전자 조작식품	20대	87	4.55	1.396	.150	4.661	0.004
	30대	38	5.26	1.349	.219		
	40대	15	5.80	1.568	.405		
	50대	3	5.00	1.732	1.000		
	합계	143	4.88	1.461	.122		
조류 인플루엔자	20대	87	4.97	1.660	.178	4.604	0.004
	30대	38	5.61	1.285	.208		
	40대	15	6.40	1.121	.289		
	50대	3	5.33	.577	.333		
	합계	143	5.29	1.565	.131		

* 등분산 가정이 성립

(4) 향후 소비태도별 식품위험 인식 차이분석

이러한 위험 식품에 대하여 향후 소비중단 내지 교체하겠다는 집단과 그대로 소비하겠다는 소비 집단별로 식품위험에 대한 인식도 차이를 분석한 결과, 그대로 소비하겠다는 계층의 위험인식은 상대적으로 낮으며, 계층별 식품위험 인식에 차이가 유의한 것으로 나타났다.

<표9> 향후 소비태도별 위험인식 차이 일원 분산분석

		N	평균	표준 편차	표준 오차	F	유의도
미국산* 쇠고기 Q41	중단,교체소 비	117	6.15	1.069	.099	34.67	.000
	그대로 소비	26	4.65	1.548	.304		
	합계	143	5.87	1.299	.109		
유전자조작 식품* Q42	중단,교체소 비	117	5.09	1.381	.128	13.72	.000
	그대로 소비	26	3.96	1.483	.291		
	합계	143	4.88	1.461	.122		
조류인플루 엔자* Q43	중단,교체소 비	117	5.50	1.460	.135	11.52	.001
	그대로 소비	26	4.38	1.722	.338		
	합계	143	5.29	1.565	.131		
생쥐새우갈 * Q44	중단,교체소 비	117	5.74	1.439	.133	16.52	.000
	그대로 소비	26	4.42	1.748	.343		
	합계	143	5.50	1.578	.132		

* 등분산 가정이 모두 성립

(5) 식품위험 인식 차이분석의 시사점

식품위험에 대한 인식에 대한 차이분석 결과, 우리에게 익숙하지 않은 새로운 위험 이슈에 대해서는 직업별, 성별, 연령별, 등 각 계층에 있어 차이가 없이 인식하는 것으로 나타난 반면, 이미 어느 정도 익숙해 있는 위험인식에 대해서는 대학생, 남성, 저 연령층 등 비교적 위험정보에 대한 수용 및 이해의 정도가 빠른 계층이 완화의 속도가 큰 반면, 일반인, 여성, 고 연령 계층은 위험에 대한 인식완화의 속도가 느린 것으로 나타나 이러한 계층들에 대한 위험커뮤니케이션이 지속적이고, 치밀하게 유지될 필요가 있다고 하겠다.

3) 주요 식품위험 인식의 영향요인 정도

이러한 위험인식의 영향요인으로서 TV, 인터넷, NGO활동 등 언론매체나 사회에서의 관련 집단의 활동 등 주변적 영향요인이 76.2%로 대다수를 차지하였다.

반면, 나와 가족, 친지가 경제적, 정신적, 신체적 손실을 입었거나 향후 가능성 요인은 23.8%로 나타났다. 따라서 소비자에게 실제 식품의 위해로 인한 피해 등이 발생하였거나 발생가능 가능성 보다는 주변의 대중매체 등의 영향요인이 위험인식 요인으로서 더 크게 작용한다고 판단할 수 있다. 연령대별 영향요인을 보면, 고 연령대일수록 주변의 영향요인이 더 큰 것으로 나타났다.

<표10> 연령대별 위험인식 영향요인 정도

	연령대				전체
	20대	30대	40대	50대	
주변 요인	69.0%	84.2%	100.0%	66.7%	76.2%
본인,가족중심 요인	31.0%	15.8%	0.0%	33.3%	23.8%

$\chi^2=8.691$ ($p=0.034$ *)

4) 식품위험 인식 후 태도변화

이러한 식품위험을 인식한 후 나타나는 태도 혹은 행동의 변화에 대하여 질문한 결과, 응답자의 절반수준인 49.7%의 응답자는 관련 식품소비를 하지 않을 것이라고 하였다. 또한 32.2%는 '다른 상표 또는 국산식품 등으로 대체소비 하겠다.' 고 응답함으로써 81.9%의 응답자가 위험인식에 따른 태도, 행동변화를 보인 것으로 나타났다. 반면 18.2%의 응답자는 여전히 변함없이 그대로 그 식품을 소비하겠다고 응답하였다.

이와 관련하여 최근 언론매체에 발표된 미국산 쇠고기에 대한 설문조사³⁾에서 응답자의 75.3%는 향후 이를 소비할 의사가 없다고 응답한 반면, 나머지 23.6%는 소비할 의사가 있다고 응답함으로써 본 조사와 유사한 결과를 보여주고 있다.

5) 미래 식품위험 심각성 전망

미래의 식품위험의 심각성에 대한 전망을 질문한 결과, 소비자들의 향후 식품위험 심각도는 5.81로서 현재의 위험인식도 5.67보다 더 비관적으로 예측하는 것으로 나타났다. 이러한 식품위험에 대한 예측과 미국산쇠고기 등 4개 식품위험 이슈와의 상관관계를 분석한 결과, '미국산쇠고기', '유전자조작식품' 등 잠재적 위험이 큰 분야와 미래의 식품위험의 상관도가 상대적으로 높은 것으로 나타났으며, 인체에 위해의 가능성이 낮다고 인정된 '조류인플루엔자'와 '생쥐새우장' 등 위생관리가 문제인 위험의 경우 미래 위험과는 상관도가 낮은 것으로 분석되었다.

3) 여론조사 기관(R&R)이 19세이상 성인남녀 800명을 대상으로 전화면접 조사 실시(매일경제 인터넷판 2008.5.16)

3) 여론조사 기관(R&R)이 19세이상 성인남녀 800명을 대상으로 전화면접 조사 실시(매일경제 인터넷판 2008.5.16)

<표11> 미래 식품위험 인식과 4개 식품위험 인식간의 상관관계

	미래식품위험 인식	미국산 쇠고기	유전자조작 식품	조류 인플루엔자	생쥐새우깡 등
척도(7점)	5.81	5.87	4.88	5.29	5.5
상관도	1.00	0.383	0.360	0.236	0.155
유의도	-	0.000**	0.000**	0.005*	0.066

주) **는 $\alpha=0.01$ 수준에서 유의하며, *는 $\alpha=0.05$ 수준에서 유의함

3. 식품위험 정보원 이용도 및 신뢰평가에 관한 분석

1) 식품위험 정보원 신뢰평가에 관한 분석

식품위험 정보의 신뢰여부는 바로 그 정보를 생산하는 정보원의 신뢰도와 관계 깊다는 이론 (Tony Taig, 1999)에 따라서 우리나라에서 식품 위험정보를 생산하는 정보원에 대하여 신뢰도를 평가해 본 결과, NGO에 대한 신뢰도가 상대적으로 높은 것으로 나타났고, 정부·공공기관, 언론기관, 인터넷, 기업 등 사업자 등의 순서로 나타났다.

이러한 평가결과는 최근 식품위험 정보를 생산하는 각 기관들의 활동 - ①미국쇠고기 수입관련 정책을 주도한 정부기관 ②미국산 쇠고기 수입반대를 주장하는 NGO의 활동 ③ 식품내 이물 혼입 등 식품의 위생관리가 허술한 기업 등 - 비교해 보면 각 기관별 신뢰도 평가는 매우 적정한 것이라 평가된다.

<표12> 소비자의 위험정보원 신뢰도 평가

	민간단체 (NGO)	정부 공공기관	언론기관	포털 블로그	기업, 협회
신뢰도	5.00	4.57	4.28	4.27	3.88
(100점기준)	(71.4)	(65.3)	(61.1)	(61.0)	(55.4)

2) 식품위험 정보의 문제점

소비자들이 인식하는 식품위험정보의 문제점을 보면, 소비자들은 '기업입장의 정보가 더 많은 점(28.1%)'을 가장 많이 지적한 것으로 나타났다. 그 외 '정보의 부정확(24.5%)', '정보가 너무 많아 판단하기 어려움(21.6%)' 등과, 특히 '식품위험정보 수용자의 의견반영 기회가 없음(18.7%)'을 지적하였다. 소비자들은 자신이 수용한 정보에 대하여 추가적인 궁금증이나 자신의 의견을 표현하고 타인과 정보공유를 원하는 것으로 나타나, 소비자의 의견을 반영하는 정책미련이 필요한 것으로 판단된다.

<표13> 식품위험 정보의 문제점(복수응답)

	기업 입장의 정보 더 많음	정보 부정확	정보가 너무 많아 판단키 어려움	수용자의견 반영기회 없음	정보내용 어려움
구성비(%) (n=278)	28.1	24.5	21.6	18.7	7.1

3) 식품위험 정보처 이용도에 관한 분석

식품위험 정보의 수용 처에 대한 이용도를 분석한 결과, TV 등 방송매체의 이용도 77.4점(100점 만점)으로 가장 큰 것으로 나타났다. 그 다음으로는 인터넷 매체가 75.6점, 신문 등 인쇄매체가 58.6점, 연수, 세미나, 강의 등 사회활동이 31.9점 등의 순으로 나타났다.

<표14> 소비자의 위험정보 수용처별 이용정도

	TV,라디오 등 방송매체	인터넷매체	신문, 잡지 등 인쇄매체	연수,세미나, 강의 등
수용도 (100점기준)	5.42(77.4)	5.29(75.6)	4.10(58.6)	2.23(31.9)

이러한 이용도가 성별차이에 대한 분산분석 결과를 보면, 인쇄매체는 성별차이가 유의한 것으로 나타났다.

<표15> 성별 식품위험 정보수용에 대한 분산분석 결과

	구분	평균	표준편차	표준오차	F	유의도
TV,라디오 등 방송매체(Q21)	남성 (n=89)	5.33	1.321	.140	1.276	.260
	여성 (n=54)	5.57	1.191	.162		
인터넷매체 (Q22)	남성	5.66	1.224	.130	.359	.550
	여성	5.54	1.209	.164		
신문, 잡지 등 인쇄매체* (Q23)	남성	4.41	.204	4.00	3.982	.048
	여성	3.91	.150	3.61		

* 등분산 가정이 성립

한편, 이용정도에 대한 연령별 차이 여부를 분산 분석한 결과를 보면, 인쇄매체는 고 연령대일 수록 인쇄매체 이용도가 높은 경향이 뚜렷하고 차이가 유의한 것으로 나타났다.

<표16> 연령대별 식품위험 정보수용에 대한 분산분석 결과

	연령	N	평균	표준편차	표준오차	F값	유의도(p)
TV,라디오 방송매체 (Q21)	20대	87	5.24	1.338	.143	1.589	.195
	30대	38	5.63	1.076	.175		
	40대	15	5.80	1.207	.312		
	50대	3	6.00	1.732	1.000		
	합계	143	5.42	1.275	.107		
인터넷매체 (Q22)	20대	87	4.97	1.116	.120	2.336	.076
	30대	38	5.61	1.359	.220		
	40대	15	6.40	1.246	.322		
	50대	3	5.33	1.155	.667		
	합계	143	5.29	1.216	.102		
신문, 잡지 등 인쇄매체* (Q23)	20대	87	3.87	1.319	.141	4.180	.007*
	30대	38	4.11	1.485	.241		
	40대	15	5.13	1.727	.446		
	50대	3	5.33	1.528	.882		
	합계	143	4.10	1.460	.122		

* 등분산 가정이 성립

식품 위험정보 이용도에 대한 대학생 계층과 일반성인 계층의 정보수용 차이 여부를 분산분석한 결과를 보면, 방송매체는 일반성인의 이용도가 크고, 인터넷 매체는 대학생 계층의 이용도가 더 컸으며, 이러한 결과는 매우 유의한 것으로 나타났다.

<표17> 식품위험정보처 이용도 집단간 차이 일원 분산분석

식품위험 이슈	구분	N	평균	표준편차	평균의 표준오차	F	유의도
TV,라디오 등 방송매체(Q21)	대학생	87	5.24	1.312	.141	4.445	.037
	일반성인	56	5.70	1.174	.157		
	합계	143	5.42	1.275	.107		
인터넷 매체(Q22)	대학생	87	5.78	1.115	.120	4.249	.041
	일반성인	56	5.36	1.327	.177		
	합계	143	5.62	1.216	.102		

* 등분산 가정이 성립

동 조사 분석 결과, 식품위험 정보 역시 대개 방송매체, 인터넷, 신문매체 등 대중매체의 영향력과 파급력이 매우 강한 것으로 볼 수 있다. 다만, 연령별, 성별, 직업계층별로 식품위험 정보의 접근수단의 뚜렷한 차이를 보이고 있어서 이들 식품위험 정보이용 수단별로 이용도가 높은 계층에 적합한 위험커뮤니케이션 전략이 필요하다고 판단된다.

특히 연수, 강연, 세미나 등의 경우는 전국적으로 활동은 매우 증가하고 있으나, 아직은 소비자들의 이용도가 매우 제한적이어서 대상자 확대 등 지속적 노력이 필요하다고 판단된다.

4) 식품위험 정보처가 취급해야 할 정보

소비자들이 식품위험 정보처가 향후에 취급하기를 원하는 정보를 질문한 결과, 식품위험이 인체나 환경에 미치는 영향(85.4점)과 문제 식품의 안전섭취 요령(84.8점) 등을 가장 원하는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 소비자들이 새롭게 등장하는 식품위험에 대하여 인체 및 환경 등에 미치는 영향을 정확히 알고 싶어 하며, 또한 식품의 안전섭취 등 사후적 조치까지 대비하려는 태도로 판단된다. 소비자들의 이러한 정보요구 태도는 식품위험에 합리적이고, 현명하게 대처하려는 매우 바람직한 태도로 볼 수 있으며, 식품위험 정보를 다루는 정보처들은 '소비자의 알 권리'를 충족시키는 매우 중요한 역할을 수행함을 인식하고 소비자의 희망사항을 적극적으로 반영해야 할 것이다.

<표18> 식품위험 정보처가 취급해야 할 정보

	식품위험이 인체, 환경에 미치는 영향	문제식품의 안전섭취요령	문제의 식품 도입으로 인한 경제적 손실	문제의 식품 도입으로 인한 경제적 이익
수용도 (100점기준)	5.95 (85.4)	5.94 (84.8)	5.08 (72.6)	4.55 (65.0)

V. 결론 및 제언

본 연구는 새롭게 등장한 식품위험 이슈에 대하여 소비자들이 정확한 정보수용이 어려움에 따라 주관적이고 감정적으로 정보를 수용함으로써 과도하게 불안과 위험을 인식함에 따라 관련 산업의 침체, 국민의 불안기증 등 부정적인 요인을 불식시킴으로써 소비자의 신뢰증진 등 효과적인 식품위험커뮤니케이션 방안을 주제로 하고 있다.

본 연구는 최근 미국산쇠고기 등 일련의 식품위험 이슈에 대하여 위험인식 정도, 각 계층별 위험인식 차이정도, 위험정보 생산 및 전달기관의 신뢰도 평가 및 소비자 요구사항 등을 조사 분석함으로써 식품위험커뮤니케이션 정책상 시사점 제공을 하는데 그 의의를 두고 있다.

본 연구결과 다음과 같은 결론을 도출할 수 있으며, 우리나라의 위험커뮤니케이션 프로그램 시행을 위한 정책을 다음과 같이 제안할 수 있다.

첫째, 소비자들이 인식하는 식품관련 위험은 식품의 위해 그 자체보다는 소비자들이 주관적, 감정적으로 인지하는 심리적 불안으로 인한 요인이라고 할 수 있으며, 불안요인 극복을 위한 갈등조정, 충분한 정보제공, 쌍방의 상호작용이 필요한 것으로 판단된다.

둘째, 우리나라 소비자들은 최근 식품위험 이슈에 대하여 위험이 심각한 것으로 인식하고 있으며, 미래의 식품위험은 더욱 심각할 것으로 인식하는 것으로 나타났다. 이러한 식품위험 인식도는 자신의 경험 등 중심적 요인보다는 언론보도, 인터넷상 정보 등 주변적 요인에 의하여 형성된 것으로 판단되며 성별, 연령별, 대학생과 일반성인 등 각 계층별로 위험인식차이가 유의한 것으로 나타나 각 계층의 위험인식 수준에 적합한 위험커뮤니케이션 정책 또는 프로그램 마련이 필요한 것으로 나타났다.

셋째, 식품위험 정보생산 기관에 대한 신뢰도는 비교적 낮은 수준인 것으로 판단되며, NGO, 공공

기관, 언론기관, 사업자 등의 순으로 평가되었다. 식품위험 정보의 수용은 TV 등 방송매체, 인터넷매체, 신문 등 인쇄매체 등의 순으로 의존하고 있다. 각 계층별 정보수용은 연령별 계층의 정보수용 매체별 차이가 유의한 것으로 나타났다.

넷째, 식품위험 정보와 관련 문제점은 '기업입장의 정보가 더 많다'는 점, 정보가 너무 많아 판단이 어렵고, 정보가 부정확한 점 등이 지적되었으며, 특히 위험정보 전달체계는 정보제공 기관들이 일방적으로 전달만 하고, 추가적 위험정보를 얻거나 소비자의견을 반영하기 위한 채널이 없다는 점을 지적함으로써 쌍방향적 의사소통의 필요성과 의견반영 기회의 확대가 절실히 필요한 것으로 판단된다.

위험커뮤니케이션 실행을 위한 구체적인 프로그램 마련도 매우 시급한 것으로 판단되는 바, 본 조사결과에 나타난 각 소비자계층의 정보수용 성향에 맞추어 프로그램을 기획, 실행하는 등 효과적 수행을 위한 고려사항을 반영해야 할 것이다.

주요내용으로는 ① 각 소비자의 성별, 직업 등 소속 계층에 따라 식품안전 정보 수용태도 및 선호수단이 차별적으로 나타나는바 계층별로 차별적인 커뮤니케이션 프로그램 실행의 필요성 - 예를 들어 식품안전 정보 획득에 있어 여성들은 상대적으로 TV 등 방송매체를 선호하면서도 산업시찰 등 현장 체험방식의 프로그램을 활성화하고, 남성은 상대적으로 신문, 인터넷 매체에 의한 프로그램, 연소자일수록 인터넷 매체를 선호, 전문직 계층은 세미나, 팜플렛 등을 통한 정보획득을 선호하는 것으로 나타나 이들 계층에 적합한 프로그램 개발 및 시행 필요

② 식품위험 커뮤니케이션에 가장 영향력이 큰 수단이 TV 등 방송과 인터넷 통신으로 나타나므로 이를 적절하게 활용할 수 있는 공익광고, 캠페인 등 프로그램 개발

③ 소비자들이 식품관련 위험을 인지하는 주요내용으로서 '나와 가족이 피해를 당할 염려 때문'이라는 응답과 'TV 등 언론의 선정적 보도에 의한 충격' 등으로 나타나 이러한 인지요인별로 프로그램을 차별화할 필요성, 즉 '언론보도 바로보기', '식품위험 느낌과 달라요' 등의 언론에 대한 태도변화 및 실제 위험은 느끼는 것과 다르다는 설득적 내용의 프로그램 개발 필요

④ 외국의 위험커뮤니케이션 사례를 통하여 얻을 수 있는 시사점으로서 시, 군, 구 등 지역의 다양한 이해관계 계층의 주민(소비자, 생산자, 유통업자)이 즐겁게 참여하여 나누는 '식품안전 지역회의', '식품안심 서포터제도', '농장공개 사업', '식품안전 Fair' 등이 활성화되고 있는 바, 지역단위의 자생적 위험커뮤니케이션 프로그램 활성화를 위한 모색도 고려해 볼 수 있는 정책으로 판단된다.

다섯째, 소비자들이 향후에 얻기를 바라는 위험정보로는 식품위험이 인체나 환경에 미치는 영향과 문제식품의 안전섭취 요령 등이었으므로 나타났다. 이러한 결과는 소비자들이 새롭게 등장하는 식품위험에 대하여 위험요인에 대하여 관심이 많고 사후적 조치까지 대비하려는 태도로서 매우 바람직한 태도로 볼 수 있으며, 식품위험 정보를 다루는 정보처들은 '소비자의 알 권리'를 충족시키는 매우 중요한 역할을 수행함을 인식하고 소비자의 희망사항을 적극적으로 반영해야 할 것이다.

<참고 문헌>

- 김용태, 2005, "식품안전사고와 언론보도의 문제점 및 개선사항", 중앙대학교 의약식품대학원 석사논문
- 김은준 2001, "유전자변형 식품에 관한 언론보도 분석", 충남대학교 대학원 석사학위 논문
- 송해룡 외 2005, 『위험커뮤니케이션과 위험수용』, 서울, 커뮤니케이션북스,
- 이기현, 2006, 『식품안전에 관한 소비자인식 조사 및 제도개선 방안 연구』, 서울, 한국소비자보호원
- 식품의약품안전청, 2004, 『食品의 안전성에 관한 用語集』
- Bennet, P., Coles, D. and Modonald, A., 1999, "Risk Communication as a Decision Process", In. *Risk Communication and Public Health*, NewYork, oxford University Press, pp.207-221
- Chartier, J., 2001, "Risk Communication and Government", Canadian Food Inspection Agency, (www.inspection.gc.ca)
- Fife-Shaw, C. and Rowe, G., 1996, "Public Perceptions of Every Food Hazards: A Psycholometric Study", *Risk Analysis*.
- Powell, D. 1998, "*Impacts of Biotechnology, Environment, Food Safety: Communications*". A presentation prepared for the Agriculture Risk Management Conference, oct, 28-29 1998, Hull,Quebec,
- Sandman, P.M., 1997, "Risk Communication: Facing Public outrage", *EPA Journal*(Nov, 1997), pp. 21-22
- Slovic, P. 1986, "Informing and Education the Public about Risk", *Risk Analysis*, No.6
- Taig, T., 1999, "Benchmarking in Government: Case Studies and Priciples", In *Risk Communication and Public Health*, NweYork, oxford University Press 1999, pp.3-50

<인터넷>

www.psandman.com
www.efsa.eu.int
www.inspection.gc.ca
www.kfda.go.kr