



오덕화
농민신문 편집총국장

지난해 4월 일본 요미우리신문은 식품 안전에 관한 전국 여론 조사 결과를 보도했다. 당시 일본은 광우병으로 인한 소비자들의 불안심리가 고조되어 있던 때인 탓인지 일본 소비자 80%가 식품의 안전성에 대해 '불안을 느끼고 있다'고 답했다. '매우 불안하다'고 응답한 소비자도 40%나 됐다. 그런 상황이니 쇠고기 소비가 제대로 될 리가 없다.

이런 현상은 우리나라라고 예외가 아니다. 불량만두 파동이 났을 때나 조류독감, 구제역이 발생했을 때 소비자들이 보인 반응은 한결 같다는 것을 경험했다. 일단 먹지 않는다는 것이다.

만두 속이 쓰레기가 아니라 단무지를 만들면서 나온 것으로 먹어도 전혀 문제가 없는 것이라고 아무리 해명을 해도 만두 근처에도

잔류농약의 뒤편에서 벗어나자

비과학적 비합리적 판단 · 자극적 보도, '농약=독' 오류등식 각인시켜
우리 농산물 안전, 소비자단체 · 언론기자 대상 올바른 농약상식 알려야

가지 않는 것이 소비자들의 심리다. 날벼락을 맞은 것은 만두 제조 업체와 만두가게 주인들이다. 줄줄이 도산을 하면서도 어디다 변변히 하소연 할 곳도 없다.

만두 소비를 죽이는 데는 불과 하루 이틀이면 족했던 언론도 속수무책이기는 마찬가지다. 오보를 인정하고 만두 살리기에 나섰지만 제대로 힘 한번 쓰지 못했다. 한번 고개를 돌린 소비자들이 다시 만두가게를 찾는 데는 상당한 시간이 흘러야 했다.

조류독감이나 구제역의 경우는 더 심각한 예이다. 과학적으로 따지면야 소비자들이 그렇게 걱정할 이유가 하나도 없는데도 조류독감 때는 전국의 오리와 닭이 된서리를 맞았다. 구제역이 터졌을 땐 돼지고기와 쇠고기가 찬밥신세가 됐다.

정부가 인체에 아무런 영향이 없다고 발표를 하고 국무총리, 장관



이 텔레비전 카메라를 불러놓고 삼계탕을 맛있게 먹어도 눈길한번 주지 않는 것이 소비자들의 행동방식이다.

소비자들은 식품과 관련한 사건이 터지면 누구보다 빠르게 민감한 반응을 보인다. 아마 이런 현상은 소득 수준이 높아질수록, 웰빙바람이 거셀수록 더 심해질 것이다.

그렇다고 소비자들이 식품의 안전성과 관련해 정확하고 충분한 정보를 갖고 있다고 보기는 어렵다. 소비거부 판단의 근거도 과학적이고 합리적인 것과는 거리가 있는 경우가 많다. 조류독감이나 구제역 바이러스가 열에 약해 끓여 먹으면 괜찮다고 아무리 설명을 해도 '안 먹는 것이 제일 안전하다'는 생각을 벗어나지 못한다. 이것이 소비자들이다. 그렇다고 그들을 탓하고 무지를 나무라는 것은 어리석은 일이다.

기존 '농약 인식' 떨치는데 시간 필요

잔류농약의 문제도 마찬가지이다. 소비자들이 수면제는 약이고 농약은 독약이라는 편견에 사로잡혀 있는한 농약과 소비자는 정말 궁합이 안맞는 상대일 수밖에 없다. 농약에 대해 소비자들이 갖고 있는 거부감은 거의 신앙과 같다. 농약을 치지 않았다는 말 한마디만 들어도 기분이 좋아지고 같은 농산물이라도 값을 더 주고사도 그만한 가치가 있다고 생각한다.

소비자들이 농약에 대해 얼마나 부정적인 편견을 갖고 있는가를 잘 설명해주는 조사자료 하나가 있다.

10년 전쯤 전북 전주시에 거주하는 주민 675명을 대상으로 식품의 안전성을 위협하는 요인이 무엇인가를 물었다. 그 결과는 이렇다. 농약잔류물질이 단연 1위고 그 다음으로 식품

첨가물과 항생물질을 꼽았다. 미생물에 의한 식중독은 4위를 차지했다.

그런데 식품관련 전문가들에게 똑같은 질문을 던졌더니 정반대의 결과가 나왔다. 미생물에 의한 식중독이 1위이고 항생물질, 잔류농약, 식품첨가물의 순으로 답했다.

이 조사결과는 상당수 소비자들이 실질적으로 자신의 식탁을 위협하는 요인이 무엇인지에 대해 전문적인 지식이 부족하다는 것을 간접적으로 말해준다. 순식간에 생명을 위협할 수도 있는 식중독보다 잔류농약을 더 두려워하고 있다는 것은 과학적 접근으로 보면 말도 안 되는 일이다. 그러나 뒤집어 생각해보면 농약에 대한 소비자들의 거부감은 농약업계에 종사하는 사람들의 상상을 초월하고 있음을 나타내는 것이기도 하다.

그러면 소비자들은 왜 농약에 대해 그토록 강한 거부감을 갖고 있는 것일까. 이유가 여러 가지 있겠지만 언론의 영향이 단연 컸던 것이 아닐까 생각한다. 언제부터인가 일 년이면 서너 차례 씩 연례행사처럼 상추, 썩갓 등에서 잔류농약이 허용치의 수백, 수천 배가 검출됐다는 보도가 나오는데 그때마다 해당 농산물은 죽을 쑤게 마련이다. 보도내용도 검출된 농약성분을 섭취하면 암을 유발한다는 등등 치명적인 내용을 꼭 덧붙여 나오게 마련이다.

얼마간 시간이 흐르면 소비는 회복되지만 잔류농약에 대한 거부감은 사라지지 않는다. 그런데 잊을만하면 또 터지고, 그렇게 십수년을 반복해 오면서 소비자들의 뇌리 속에는 농약하면 중독이라는 등식이 철저하게 각인이 됐다고 볼 수 있다.

아마도 어떠한 방법을 동원하더라도 단기간 내에 소비자들이 농약을 제대로 이해를 하고

막연하게 갖고 있는 두려움을 떨쳐내도록 하기는 어려울 것이다.

‘선택 집중’ 통해 농약알리기 진력해야

지금 농약업계가 안고 있는 현안 중에 하나가 소비자들에게 농약을 제대로 알리자는 것이다. 그런데 연간 시장규모가 1조원도 채 안 되는 농약업계가 무슨 수로 전 국민을 상대로 농약공부를 시킬 수 있을까. 정말 난제중에 난제임에 분명하다.

개인적인 생각으로는 이것도 선택과 집중이 필요하다고 본다. 막대한 홍보비를 들여 텔레비전과 신문에 ‘농약은 안전합니다’ 외쳐보아야 얼마나 설득력이 있을 것이며, 또 홍보효과가 얼마나 오래 지속될 것인가 따져볼 필요가 있다는 말이다. 그렇다고 손을 놓고 있지는 것은 아니다. 소비자들이 농약에 대한 거부감이 강한 것은 앞서 이야기한 잔류농약 검출보도의 영향이 가장 크다고 볼 수 있다. 그렇다면 이러한 보도가 나오지 않도록 하는 것이 가장 효율적인 방안의 하나가 될 것이다.

예를 들어 소비자단체나 언론사 기자를 상대로 “당신들이 문제를 제기하고 있는 잔류농약의 실태는 이런 것이다. 간혹 과다검출 되는 것이 있는데 그 정도를 가지고 전 국민이 건강을 위협 받고 있는 것으로 생각을 하는 것은 잘못된 것이다.” 등등..

국립농산물품질관리원의 발표를 보면 잔류농약이 문제가 되는 농산물은 전체 검사건수의 1%수준이다. 이 정도라면 우리 농산물은 적어도 농약으로 부터는 안전하다고 할 수 있다. 그런데 이러한 내용은 알려지지 않고 걸려든 농산물의 잔류농약 수치가 허용치의 수백,

수천배라는 것만 강조가 되다보니 문제가 되는 것이다. 필자는 1999년부터 농산물품질관리원의 농·소·정 위원을 맡고 있다. 여기서는 1년에 4차례 정도 위원으로 함께 일하고 있는 소비자단체 대표가 재래시장, 백화점, 도매시장 등에서 무작위로 샘플을 채취해 잔류농약을 검사하고 있다.

처음 시작할 때는 부적합률이 4% 이상 나왔으나 요즘에 1%대를 유지하고 있다. 중요한 것은 소비자들의 반응이다. 양의 과다를 떠나 잔류농약이 검출됐다는 사실 하나만으로도 큰 일이나 난 것처럼 긴장을 하던 그들이 이제는 우리 농산물도 그 정도면 괜찮다는 반응을 보이고 있다. 그리고 농약에 대한 거부감은 있지만 그렇다고 잔류농약에 대한 공포 같은 것은 없다.

농약업계가 협회를 중심으로 농약과 소비자와의 문제를 풀려면 언론과 소비자단체와 좀 더 긴밀한 관계를 형성하는 것이 선결과제가 될 것이다. 소비자단체를 이끄는 사람들이 농약을 제대로 알아야 하는데 이를 해낼 곳은 농약업계 밖에 없다.

또한 언론이 무책임한 보도를 하지 않도록 하려면 농약공부를 제대로 시켜야 하는데 이 역시 농약업계가 힘을 모아 협회를 중심으로 하는 것이 현실적인 방안이다.

이러한 노력이 결실을 맺는다면 농약을 독극물이나 혐오스런 오염물질정도로 인식되고 있는 사회적 평가를 상당히 순화시킬 수 있을 것이다. 농약업계가 잔류농약의 덫에서 벗어나려면 무엇보다 언론과 소비자단체에 대한 농약 제대로 알리기부터 시작하는 것이 필요하다는 생각이다. Y