

농약에 대한 소비자와의 대화-안전성을 어떻게 설명할 것인가?(Ⅳ)



세미나·강습회 등 폭넓은 소비자 참여 프로그램 절실

사회 편견·오해없도록 적극적인 매스컴 관계자 계몽활동 필요
Q&A 책자 발행 및 인터넷을 통한 메일 발송 대단히 유효

梅津憲治

일 반에게 공정한 입장에서 소비자와 커뮤니케이션을 실행하는 수단으로서 「일본농약학회, 지방자치단체, 내각부 식품안전위원회나 농림수산성, 후생노동성 등의 공적기관, 농약공업회나 전국농약협동조합 등 임의단체, 전국농업협동조합이나 전국 판매상 등의 유통업자 등이 실시하는 농약의 안전·사용자 안전 등에 관한 세미나·강습회, 소비자의 간담회, 「학회나 농약연구자, 과학리더에 의한 계몽서의 출판, 학회나 업자 단체에 의한 Q&A집의 학회지 게재나 배포, 「각종 학회나 공적기관의 홈페이지 계몽·해설문서의 게재, 「농약제조 메이커나 임의단체에 의한 인터넷을 통한 메일 잡지 배송, 「신문(전국지)를 매개로 한 홍보활동」 등을 들 수 있다. 최근에는 대학에 있어서도 일반사회인(소비자 포함)을 대상으로 한 농약이나 각종 화학물

질의 안전성에 관한 공개강좌가 개설되어 있다.

한편 공정한 입장에서 농약에 대해서 올바르게 전달한다는 개념에서 출발하지만, 결국은 상업적 측면이 강한 “재미있고 우습게, 농약이 가지는 잠재적 위험성을 일부러 강조하고, 때로는 과학적 사실과 다른 내용을 의도적 또는 비의도적으로 전달하여 시청자나 독자의 관심을 끌어 시청률이나 발행부수를 신장시키는 것을 목적으로 하는 각종 매스컴으로부터의 막대한 양의 정보발신(모든 매스컴이 해당하는 것은 아님)이 있다. 더욱이 인터넷 사이트에는 종교적 측면이 강한 단체를 포함, 농약의 위험성을 강조하는 일이 있으며 온갖 정보가 넘쳐나고 있다. 물론 공적기관을 포함, 농약의 유용성과 잠재적 위험성에 대하여 공정하고 객관적 입장에서 인터넷을 소개한 정보 발신도

행해지고 있다.

“농약은 나쁘고 위험하다”라는 정보로는 센세이셔널 한 상품가치(매스컴측의 보도 메리트)가 있지만 “농약은 안전하고 문제 없다”라는 상품가치가 없다고 하는 상업 저널리즘을 드러낸다. “양적으로 압도적인 매스컴 보도”를 뛰어넘어 소비자에게 올바른 정보를 전달, 이해시키는 것은 가능하지 않을까. 다음으로 농약에 관한 리스크커뮤니케이션 수법에 대한 유의점과 과제를 기술한다.

4.1 세미나·강습회

일본농약학회나 소집회 등의 학회 하부조직, 농림수산성이나 각종 공적기관이 주최하는 농약 안전성 및 안전사용에 관한 세미나, 강습회는 비교적 빈번히 개최되고 있다. 그렇지만 참가인원(1회당 50~200인 정도)이 한정되어 있는데다 최고의 목표대상인 일반 소비자의 참가인수가 적다. 즉 농업이나 농약의 제조·유통, 식물방역사업 또는 농약연구와 관련 있는 쪽의 참가자가 대부분을 차지하고 있는 실정이다.

물론 필자가 강사를 맡은 몇 개의 도도부현 주최, 세미나에서는 다수의 소비자단체 회원이나 일반 소비자의 참가를 얻은 케이스도 있다. 소비자의 참가를 위해서는 주최측의 노력이 중요하다고 생각한다. 내각부 식품안전위원회나 농림수산소비안전기술센터도 식품의 안전성에 관한 리스크커뮤니케이션 활동의 일환으로서, 전국 각지에서 의견교환회나 지역의 지도자육성강좌를 빈번히 개최하고 있고 농약안전성도 과제에

포함되어 있다.

한편 농약공업회는 목표를 일반소비자에 두고(1회 세미나에서 200~300명), 이벤트 전문회사의 기획과 유명 텔런트를 기용한 “농약세미나”를 적극적으로 개최하고 있다. 세미나 개최 전과 개최 후에 참가자의 농약에 대한 인지도에 커다란 변화가 있음을 보여주었으며 농약에 대한 소비자의 이해를 얻는데 효과가 있었다고 판단되어지지만 참가자수가 한정되어 있다. 덧붙여 말하면 필자의 강연활동 참가자수를 보면, 연간 10회 정도의 강연회 참가자가 1500명(평균 150명×10회), 2~3개의 대학에서 강의 출석자(학생, 주부, 일반사회인)가 약 60명, JICA(일본국제협력센터)에 대한 연 2회의 강의 출석자가 약 20명으로 합계 1,600명으로 개인의 힘의 한계를 통감했다.

이와 같이 농약안전성 세미나의 참가자는 한정적이지만 농약에 대한 이해를 시킨다는 측면에서는 꽤 효과가 있었다고 인정한다. 앞으로도 각 단체가 각각의 입장에서 가능한 한 많은 세미나를 계속 실시하는 이외의 묘안은 없다고 생각한다.

4.2 계몽서, Q&A집, 기술정보서 출판

일반소비자를 대상으로 “농약은 위험하다, 사람의 건강에 위협이 된다”라는 취지의 책자나 읽을거리들은 많이 있지만, “농약 안전성과 잠재적 위험성”을 해설한 서적(계몽서)이나 Q&A집은 적다. 계몽서가 출판되어도 내용이 전문적이어서 일반인이나 소비자가 읽기에는 수준이 높은 것이 많다.

전술하였지만 필자는 이제까지 농약의 안

전성에 관한 3권의 계몽서(공저 및 단저, 발행부수는 각각 1500, 2000, 4200부)를 출판하였다. 그때마다 일반의 편에서 이해하기 쉽게 기술하는 것에 신경을 썼지만, 소비자가 읽어서 이해하기는 쉽지 않다고 생각한다. 줄서(拙著)를 읽은 여중생으로부터 편지로 질문을 받은 사례도 있다. 의식이 높은 분에게는 이해가 가능하다고 생각되어지만 「도표의 데이터가 많이 삽입된 자료를 나타냈음에도 그것만으로 혼란하여 읽은 기분이 아니다」라고 코멘트를 하는 경우도 많다.

그래서 필자가 이제까지 전국 각지에서 실시한 「농약의 안전성」에 관한 강연회, 간담회나 대학 강의 중에 나온 질문이나 코멘트 및 줄서에 보내온 질문에 대하여 회답한 것을 “도표 없이” 표시한 Q&A집을 농약학회지에 투고한 것이 꽤 반향이 있었다. 그 후 별도로 인쇄를 1만부이상 하여 본 학회, 농약공업회, 농약기업 등을 통해서 배포하고 시민에 대한 강연회에서도 참고자료로 배포하고 있다.

본 학회의 환경위원회(편집 : 잔류농약분석검토위원회)가 출판한 잔류농약에 대한 Q&A집(잔류농약분석에 대해 알고 싶은 문답 이것저것)도 이해하기 쉽다고 호평을 받아 증판을 하였다. 더욱이 농약공업회사(사)·농안전추진협회도 Q&A집을 작성하여 농업관계자, 식물방역관계자 또는 일반 시민에게 제공·배포하고 있다.

이 Q&A집은 농약에 대한 이해를 깊게 했다 라는 점에서는 일정 정도의 효과를 거두고 있다고 판단되지만, Q&A집을 접하는 일반인(소비자)의 절대수가 지나치게 적다

고 말하는 결과를 얻었다. 본 학회의 회원 개개인이 이 Q&A집을 참고로 하여 각종 기회가 있을 때마다 일반 시민이나 소비자에게 농약안전성을 알리는 등 조직적이고 지속적인 활동이 필요하다고 생각한다.

즉 과학적 데이터의 松永여사의 집필에 의한 계몽서는 일반인에게도 이해하기 쉽고 발행부수도 많아서 좋은 반응이 있었다. 농약에 대한 소비자의 이해를 돕는데 효과적이다. 소비자와의 접촉이 많은 마스크 관계자를 계몽활동의 한축으로 참여시키는 것도 중요하다고 생각한다. 또한 농약공업회가 예전에 실시한 신문(전국지)의 의견광고 「농약을 말한다」도 널리 일반 시민에 호소하고 있다 라는 점에서 유효하다고 생각한다.

4.3. 인터넷을 이용한 계몽활동

가능한 많은 일반시민에게 농약의 안전성을 널리 호소한다는 관점에서 인터넷의 이용은 대단히 유효하다고 생각한다. 후생노동성이나 식품안전위원회 등의 많은 공적인 인터넷사이트(홈페이지)로부터, 공정하고 중립적인 입장에서 농약에 관한 정보가 발신되고 있다. 그러나 매우 짜임새는 있지만 누군가, 얼마만큼 많은 사람이 그 정보를 입수하는가? 라는 관점에서 보면 어쩐지 불안하다. (그림 2)에 의하면 Dow Chemical사(당시)의 Mr. R. H. Strang은 제3회 한태평양농약과학회의(2003년)의 기조 강연에서 “미디어의 역할 : The Role of the Media”라는 타이틀의 슬라이드로 적절하다는 점을 지적하고 있다(특히 그 거론되고



미디어의 역할과 리스크 커뮤니케이션

미디어의 역할

- 미디어는 잘 편성된 공포선동의 중심역할을 함 : 왜? - 선정적 헤드라인을 팔기 때문!!
- 국제식품정보위원회에 따르면 저널리스트들은 음식물, 영양섭취, 식품안전성에 대한 그들의 주장에서 오직 6%만이 적당한 정황을 제공
- CDC, NCI, AMA, FDA, ACSH등과 같은 매우 훌륭하고 과학에 근거한 기구들의 인터넷 사이트는 우리가 필요로 하는 균형적 관점을 제공하지만 대중들의 관심을 이끌어 내지는 못함

출처 : R.H.Strang : 변화와 도전에 직면한 현대작물보호, 제3회 환태평양 농약과학회 강연(2003. 6.1~4, 하와이)

그림 2. 농약의 리스크 커뮤니케이션에 대한 매스컴 및 공적연구기관의 역할

있는 3개 항목에 주목하고 싶다).

최근에 농약기업이 인터넷을 통해서 많은 사람들에게 메일을 송신하는 시험을 실시하였다. 필자도 전술한바와 같이 2007년 7월에 Syngenta Japan(주) 의뢰로 매월 1회 송신하고 있는 메일매거진에 농약 Q&A를 기고하고 있다. 약 1만의 회원에게 송신되고 또 같은 Q&A별 인터넷 사이트의 「농약이 힘이 된다」라는 커뮤니티에 전제되었다. 가능한 한 “많은 사람에게 읽히도록 사람에게 농약안전성 정보를 발신한다”라는 의미에서 인터넷의 유효이용이 농약안전성 계몽활동에 있어 유효한 무기가 된다. 일본농약학회도 메일매거진을 송신하고 있고 IT 기술을 이용한 소비자 리스크커뮤니케이션을 실시하는 시기가 도래하고 있다.

맺음

일본의 식량자급률은 오랫동안 칼로리 기준으로 40%대를 지속하여 왔다. 재작년에는 39%까지 낮아졌다. 작년의 중국, 인도

등 개발도상국을 중심으로 한 세계적인 인구증가와 그것을 공급하는데 필요한 식량수요의 증대에 따라 최근에 일어난 세계적인 식량부족이 걱정되고 두려워하게 되었다.

일본에 있어서도 국민이 생존하기 위하여 필요로 하는 최소한의 식량자급이 바람직하다. 식량확보에 필요한 작물의 재배에는 농약의 적절한 사용이 불가피 하다 라는 점은 이제 지적하고 싶지도 않다. 이제는 농약의 유효성이나 안전성 및 잠재적 위험성에 대해서 널리 국민의 이해를 얻어 농약 사용에 대한 국민적 합의를 형성할 필요가 있다. 농약의 사용자나 소비자에 대한 농약의 이해를 얻기 위하여 「교과서에 기재되고 있는 농약에 관한 내용의 시정·정확화」, 「신문기자나 TV프로그램의 제작자에 대한 농약교육」 등 일본농약학회가 몰두하여야 할 과제는 많다. 사회의 편견이나 오해가 없도록 농약의 안전성에 관한 적극적인 계몽활동을 실시하는 것이 무엇보다 요구되고 있다. Y