# 소비자의 식품안전정보 이용실태와 시사점 Ⅱ

출처 : 한국농촌경제연구원(농업전망 2011)
정리 : 편집부(지난호에 이어 계속)

## ⦿소비자의 식품안전정보 전달매체 평가

### 1. 식품안전정보에 대한 제공수단별 평가

#### 1) 식품안전정보에 대한 신뢰도

소비자들은 다양한 정보전달매체 중에서 TV, 라디오 등의 방송 매체를 통해 제공되는 정보에 대한 신뢰도가 가장 높은 것으로 나타났다(5점 척도 기준 평균 3.68점). 다음으로 신문, 잡지, 서적 등(3.63점), 인터넷(3.51 점)의 순이었다. 포스터, 리플렛, 브로슈어 등 홍보물에 대한 신뢰도는 상당히 낮은 것으로 나타났다(3.13점).

#### 2) 식품안전정보의 정확도

소비자들은 다양한 수단을 통해 제공되는 정보 중에서 TV, 라디오 등의 방송 매체를 통해 제공되는 정보의 정확도를 가장 높이 평가하였다(5점 척도 기준 평균 3.52점). 다음으로 신문, 잡지, 서적 등을 통해 제공되는 정보의 정확도(3.50점)가 비교적 높은 편으로 방송매체와 거의 유사한 수준으로 평가되었다.

#### 3) 식품안전정보의 과장성

소비자들은 포스터 등 홍보물을 통해 제공되는 정보가 다소 과장된 내용을 전달하고 있다고 평가하였다(5점 척도

【표 6-12】 식품안전정보에 대한 신뢰도

단위 : 점

| 내 용 | 점 수 |
|---|---|
| TV, 라디오 등 방송 | 3.68 |
| 신문, 잡지, 서적 등 인쇄물 | 3.63 |
| 인터넷(포털, 커뮤니티, 까페, 블로그 등) | 3.51 |
| 포스터, 리플렛, 팸플릿, 브로슈어 등 홍보물 | 3.13 |

※주 : 점수는 5점 척도에서 전혀 그렇지 않음 1부터 매우 그러함 5를 항목별로 계산하여 평균한 수치임.

【표 6-13】 식품안전정보의 정확도

단위 : 점

| 내 용 | 점 수 |
|---|---|
| TV, 라디오 등 방송 | 3.52 |
| 신문, 잡지, 서적 등 인쇄물 | 3.50 |
| 인터넷(포털, 커뮤니티, 까페, 블로그 등) | 3.30 |
| 포스터, 리플렛, 팸플릿, 브로슈어 등 홍보물 | 3.38 |

※주 : 점수는 5점 척도에서 전혀 그렇지 않음 1부터 매우 그러함 5를 항목별로 계산하여 평균한 수치임.

【표 6-14】 식품안전정보의 과장성 단위 : 점

| 내 용 | 점 수 |
|---|---|
| TV, 라디오 등 방송 | 3.44 |
| 신문, 잡지, 서적 등 인쇄물 | 3.30 |
| 인터넷(포털, 커뮤니티, 까페, 블로그 등) | 3.47 |
| 포스터, 리플렛, 팸플릿, 브로슈어 등 홍보물 | 3.57 |

※주 : 점수는 5점 척도에서 전혀 그렇지 않음 1부터 매우 그러함 5를 항목별로 계산하여 평균한 수치임.

【표 6-15】 식품안전정보의 객관성 단위 : 점

| 내 용 | 점 수 |
|---|---|
| TV, 라디오 등 방송 | 3.29 |
| 신문, 잡지, 서적 등 인쇄물 | 3.28 |
| 인터넷(포털, 커뮤니티, 까페, 블로그 등) | 3.02 |
| 포스터, 리플렛, 팸플릿, 브로슈어 등 홍보물 | 2.86 |

※주 : 점수는 5점 척도에서 전혀 그렇지 않음 1부터 매우 그러함 5를 항목별로 계산하여 평균한 수치임.

【표 6-16】 식품안전정보의 균형성 단위 : 점

| 내 용 | 점 수 |
|---|---|
| TV, 라디오 등 방송 | 3.16 |
| 신문, 잡지, 서적 등 인쇄물 | 3.20 |
| 인터넷(포털, 커뮤니티, 까페, 블로그 등) | 3.00 |
| 포스터, 리플렛, 팸플릿, 브로슈어 등 홍보물 | 2.81 |

※주 : 점수는 5점 척도에서 전혀 그렇지 않음 1부터 매우 그러함 5를 항목별로 계산하여 평균한 수치임.

【표 6-17】 식품안전정보의 유익성 단위 : 점

| 내 용 | 점 수 |
|---|---|
| TV, 라디오 등 방송 | 3.77 |
| 신문, 잡지, 서적 등 인쇄물 | 3.73 |
| 인터넷(포털, 커뮤니티, 까페, 블로그 등) | 3.62 |
| 포스터, 리플렛, 팸플릿, 브로슈어 등 홍보물 | 3.23 |

※주 : 점수는 5점 척도에서 전혀 그렇지 않음 1부터 매우 그러함 5를 항목별로 계산하여 평균한 수치임.

기준 평균 3.57점). 정보의 과장성에 (3.47점)과 방송매체 (3.44점)는 유사한 수준으로 평가되었다.

#### 4) 식품안전정보의 객관성

식품안전정보의 객관성에 있어서 홍보물에 대한 평가는 다소 낮은 편으로 대체로 객관적이지 않다는 의견이었다 (5점 척도 기준 평균 2.86점). 방송매체(3.29점), 인쇄매체 (3.28점)는 다소 객관적인 편이라는 의견이 있었지만 아주 높은 수준은 아니었다.

#### 5) 식품안전정보의 균형적 시각 유지 정도

소비자는 균형적인 시각의 유지라는 측면에서 대부분의 식

【표 6-18】 식품안전정보 획득의 용이성 단위 : 점

| 내 용 | 점 수 |
|---|---|
| TV, 라디오 등 방송 | 3.84 |
| 신문, 잡지, 서적 등 인쇄물 | 3.69 |
| 인터넷(포털, 커뮤니티, 까페, 블로그 등) | 3.81 |
| 포스터, 리플렛, 팸플릿, 브로슈어 등 홍보물 | 3.17 |

※주 : 점수는 5점 척도에서 전혀 그렇지 않음 1부터 매우 그러함 5를 항목별로 계산하여 평균한 수치임.

품안전정보 전달 수단에 대해 높이 평가하고 있지 않았다. 특히 포스터 등의 홍보물은 2.81점(5점 척도 기준)으로 균형적이지 않다는 의견이며, TV, 라디오 등 방송(3.16점)과 신문, 잡지, 서적 등(3.20점)은 유사한 수준으로 다소 균형적인 시각을 유지하는 정보를 제공한다는 평가가 있었다.

#### 6) 식품안전정보의 유익성

소비자는 TV, 라디오 등 방송(5점 척도 기준 평균 3.77점)과 신문, 잡지, 서적 등 인쇄물(3.72점)은 비교적 유익한 정보를 제공하고 있다고 생각하였다. 인터넷의 경우에도 대체로 유익한 정보를 제공한다는 의견이었다(3.62점). 그러나 홍보물의 경우 상대적으로 이들 매체에 비해 정보의 유익성 측면에서는 낮은 평가를 받고 있었다(3.23점).

#### 7) 식품안전정보 획득의 용이성

식품안정정보 획득의 용이성 측면에서 TV, 라디오 등 방송(5점 척도 기준 평균 3.84점)과 인터넷(3.81)이 상당히 높은 평가를 받고 있었다. 이에 비해 홍보물은 필요한 정보를 얻는 데 있어서 주요한 역할을 하지는 못하고 있는 것으로 나타났다(3.17).

### 2. 식품안전정보 제공자에 대한 평가

#### 1) 식품안전정보 제공자에 대한 신뢰도

식품안정정보의 제공자로서 소비자의 소비자단체에 대한 신뢰도는 상당히 높은 것으로 나타났다(5점 척도 기준 평균 3.88점). 이에 비해 정부기관(3.37점)은 언론기관(3.47점)보다 다소 낮은 수준의 평가를 받고 있었다. 정부기관은 인터넷 의견 게시자(3.26점)에 비해서도 뚜렷하게 높은 수준의 신뢰를 받고 있지는 못하였다.

#### 2) 식품안전정보 제공자에 의해 제공된 정보 정확성

주요한 식품안전정보 제공자가 제공하는 정보에 대해서 소비자는 소비자 단체에 의해 제공되는 정보의 정확도가

【표 6-19】 식품안전정보의 균형성 단위 : 점

| 내 용 | 점 수 |
|---|---|
| 정부기관 | 3.37 |
| 소비자단체 | 3.88 |
| 식품관련사업자, 협회 | 2.94 |
| 방송, 신문 등 언론기관 | 3.47 |
| 인터넷 의견 게시자 | 3.26 |

※주 : 점수는 5점 척도에서 전혀 그렇지 않음 1부터 매우 그러함 5를 항목별로 계산하여 평균한 수치임.

【표 6-20】 주요 정보제공자의 식품안전정보의 정확성

단위 : 점

| 내 용 | 점 수 |
|---|---|
| 정부기관 | 3.30 |
| 소비자단체 | 3.79 |
| 식품관련사업자, 협회 | 2.99 |
| 방송, 신문 등 언론기관 | 3.38 |
| 인터넷 의견 게시자 | 3.16 |

※주 : 점수는 5점 척도에서 전혀 그렇지 않음 1부터 매우 그러함 5를 항목별로 계산하여 평균한 수치임.

【표 6-21】 주요 정보제공자의 과장성

단위 : 점

| 내 용 | 점 수 |
|---|---|
| 정부기관 | 3.32 |
| 소비자단체 | 3.01 |
| 식품관련사업자, 협회 | 3.57 |
| 방송, 신문 등 언론기관 | 3.36 |
| 인터넷 의견 게시자 | 3.37 |

※주 : 점수는 5점 척도에서 전혀 그렇지 않음 1부터 매우 그러함 5를 항목별로 계산하여 평균한 수치임.

가장 높은 것으로 평가하였다(5점 척도 기준 평균 3.79점). 여타 정보 제공자의 정보에 대한 평가는 상대적으로 낮은 편이었다. 정부기관(3.30점)과 언론기관(3.38점)의 정보의 정확도에 대한 평가는 유사한 수준이었다. 정보의 정확도의 측면에서 인터넷 의견 게시자(3.16점)와 식품관련사업자(2.99점)에 대한 평가는 낮은 편이었다.

### 3) 식품안전정보 제공자의 과장성

소비자는 주요 식품정보 제공자 중에서 식품관련사업자의 경우 가장 과장을 한다고 느끼고 있는 것으로 나타났다(5점 척도 기준 3.57점). 언론기관(3.36점), 인터넷 의견 게시자(3.37점), 정부기관(3.32점) 등은 유사한 수준이었다. 소비자 단체가 정보의 과장이라는 측면에서 비교적 긍정적인 평가를 받았다(3.01점).

## ⊙ 시사점

### 1. 정부 신뢰도 제고

소비자는 정부기관뿐만 아니라 시민단체, 언론기관 등에서 제공한 식품안전관련 정보를 다양한 경로를 통해 획득하고 있다. 그러나 이러한 과정에서 정확한 정보와 함께 부정확한 정보를 동시에 획득하여 식품안전에 대해 과도하게 불안해하는 경우도 있다.

이에 따라 정부가 식품안전에 대한 보다 정확하고 객관적인 정보를 제공하여 소비자의 식품안전문제에 대한 이해력을 높이고 보다 올바른 의사결정을 할 수 있도록 할 의무가 있다.

그러나 농식품 안전성과 관련하여 정부기관과 이들이 제공하는 정보에 대한 소비자의 신뢰도가 전반적으로 높지 않은 것으로 나타났다. 이는 정부의 농식품 리스크 커뮤니케이션을 저해하는 요소로 작용한다. 따라서 성공적인 리스크 커뮤니케이션을 위해서는 정부에 대한 소비자 신뢰제고가 우선적으로 필요하다.

## 2. 주요 정보제공원간 커뮤니케이션 강화

언론매체와 시민단체는 식품안전에 대한 소비자의 인식형성에 중요한 영향을 미친다. 언론매체가 제공하는 정보에 대한 소비자의 이용도가 높으며, 시민단체의 발표에 대한 소비자의 신뢰도가 비교적 높은 편인 것으로 나타났다. 이는 이들 정보제공원이 불확실한 정보를 제공할 경우 이의 파급효과가 클 수 있음을 보여준다. 따라서 정부는 언론매체 또는 시민단체와의 지속적인 커뮤니케이션을 통해 소비자가 보다 객관적인 정보에 노출될 수 있는 계기를 마련할 필요가 있다.

TV, 라디오, 신문 등 주요 언론매체에 일상적 · 지속적으로 식품안전관련 자료를 제공하고, 식품안전과 관련된 이슈 발생시에는 언론매체에 대한 대응이 신속하게 이루어져야 한다. 또한 출입기자, 언론인과 상시적으로 식품안전관련 이슈에 대해 논의할 수 있도록 커뮤니케이션 네트워크를 구축할 필요가 있다. 시민단체와도 정기적으로 모임 등을 개최하여 식품 안전이슈에 대해 논의하여 상호이해를 증진할 필요가 있다.

## 3. 다양한 정보전달 매체와 수단 활용

기존의 정부의 리스크 커뮤니케이션은 주로 정보 공개와 전달에 초점을 맞춰서 이루어져 왔으며, 관련 정보와 정부의 역할, 입장, 노력, 결과 등 모든 과정을 주로 대중매체를 통해서 소비자에게 전달해 왔다.

신문, 방송 등의 대중매체는 식품위험요소에 대한 주의를 환기시키고, 식품안전사고 발생시에 관련 정보와 대처방안을 신속하게 전달하는 데는 유용하다. 그러나 소비자가 식품위해요소에 대한 정확한 과학적 지식을 습득하는 데에는 한계가 있다. 또한 BSE나 GMO와 같이 실제로 위해가 발생되지는 않았으나 과학적 사실 및 관련 사안에 대한 논란이 존재하는 경우 대중매체는 리스크 커뮤니케이션의 수단으로 적합하지 않으며, 관련인 간 의견 교환을 통해 갈등 해결을 가능하도록 하는 수단을 활용할 필요가 있다.

최근 컴퓨터와 인터넷망의 보급이 확대됨에 따라 인터넷의 활용도도 커지고 있다. 인터넷의 경우 불특정 다수에 의한 광범위한 이용이 가능하다는 점에서 정보 공개와 전달의 수단으로 유용하다. 그러나 인터넷을 통해 공개되거나 전달하고자 하는 정보가 모두 소비자에게 직접적으로 전달되는 것은 아니다. 즉, 인터넷 상에서 정보의 실질적인 전달은 소비자의 정보 선택 · 이용에 달려 있다.

정보전달매체의 특성을 고려하여 리스크 커뮤니케이션 수단으로 활용할 필요가 있다. 이밖에 과거에는 리스크 커뮤니케이션의 목적이 주로 정보 공개, 전달에 집중되었던데 비해 최근 리스크 커뮤니케이션을 통한 정보수집 · 의견

청취, 참가와 상호이해 촉진, 정책합의와 파트너십 구축 등의 중요성이 커지고 있다. 기존의 대중매체에 의존하는 정부의 리스크 커뮤니케이션으로는 이러한 다양한 목적을 달성하는 데에는 한계가 있다. 따라서 이러한 목적을 달성하는데 적합한 수단을 모색하여 활용할 필요가 있다.

대면 커뮤니케이션을 위해서는 간담회, 공청회, 협의회 등을 적절하게 활용할 필요가 있으며, 인터넷상의 게시판, 토론방, 블로그, 카페 등의 사회적 매체를 활용하여 간담회, 공청회 등의 수단이 가지고 있는 참여자가 제한적일 수밖에 없다는 단점을 보완할 수 있다.

그러나 리스크 커뮤니케이션의 수단을 다양화하더라도 리스크 커뮤니케이션을 통해 전달하고자 하는 핵심적인 주제는 동일한 상태로 유지하여야 할 필요가 있다.

### 4. 민간전문가 활용도 강화

리스크 커뮤니케이션의 중요성이 커짐에 따라 정부는 다양한 수단 · 방법을 통해 식품안전에 관한 리스크 커뮤니케이션을 전개하고 있다. 그러나 정부발표에 대한 소비자의 낮은 신뢰도는 정부의 리스크 커뮤니케이션을 저해하는 주요 요인으로 작용한다. 이에 비해 소비자의 민간전문가나 시민단체가 제공하는 정보에 대한 신뢰도는 높은 편인 것으로 나타났다.

정부에 대한 신뢰도 제고는 단기간에 해결될 수 없는 문제이다. 이에 따라 소비자가 식품안전에 대한 보다 객관적인 시각을 갖추고, 합리적인 의사결정을 할 수 있도록 리스크 커뮤니케이션 과정에 민간전문가, 시민단체 등을 참여시켜 관련 쟁점에 대해 객관적 정보를 전달하고, 논의하는 방법을 고려할 필요가 있다.

### 5. 온오프라인 여론 동향 주시

대중매체와 인터넷 등의 국민의 정보 획득처로서의 역할과 의사결정과정에 미치는 영향력이 크다. 그러나 온오프라인에서 이들 정보전달매체를 통해 객관적인 정보와 함께 확인되지 않는 다양한 정보들이 공유되며, 확대 재생산되는 경우도 있다.

온오프라인의 정보전달매체들은 건전한 여론 형성에 도움이 되는 반면 왜곡된 정보로 인해 사태를 악화시키는 측면도 있다. 따라서 소비자의 위험인식이 높게 형성되어 있는 위해요소를 중심으로 온오프라인 여론동향을 지속적으로 모니터링을 할 필요가 있다.

### 6. 인터넷을 통한 객관적 정보 접촉 기회 확대

인터넷 보급의 확대와 함께 정보전달수단으로서의 인터넷의 역할이 커지고 있다. 인터넷은 대중매체에 비해 객관적 사실 전달의 책임이라는 기준으로부터 상대적으로 자유롭다. 이에 따라 잘못된 정보가 유포될 가능성이 상대적으로 크며, 일단 유포된 정보의 경우 인터넷 상에서 지속적으로 유통되면서 소비자에게 영향을 미친다.

인터넷을 통해 제공되는 수많은 정보 속에서 소비자가 적절한 정보를 취사선택하는 데에는 어려움이 따른다. 따라서 정부는 소비자가 인터넷을 통해 보다 정확하고 객관적인 정보를 접촉할 수 있는 기회를 높일 필요가 있다. 기존의 인터넷을 통한 언론 매체 기사 또는 정부기관 홈페이지를 통한 정보 제공 등으로는 한계가 있으며, 포털 사이트, 지식정보 제공 서비스 등 소비자가 보다 객관적인 정보를 손쉽게 획득할 수 있는 다양한 방안을 고려할 필요가 있다.