

# 식품 안전정보 '바로 알기' 교육의 필요성



김정원 서울교육대학교 생활과학교육과 교수

현명한 소비자라면 과학적이고 객관적인 사실을 볼 수 있어야 한다. 소비자로서의 식품선택 능력을 기르고 올바른 식습관을 형성하는 시기에 있는 유치원 및 초등학교 어린이부터 시작하되, 지속, 반복적으로 실시되어야 할 것이다.

남 녀노소 식품과 건강에 대한 정보 수요는 웰빙을 추구하는 현대인의 요구와 맞물려 크게 증가하고 있다. 풍족해진 식생활에 따라 영양과다의 문제가 생활습관병을 불러오면서, 자신이 섭취하는 식품과 건강간의 상관관계를 더욱 중요하게 인지하게 된 것이다. 이와 함께 지속적으로 발생하고 있는 식품안전 사고들은 소비자들에게 자신이 섭취하는 식품이 안전한 것인지, 건강상 위험을 주는 것은 아닌지 불안감을 안고 식생활을 영위하고 있다.

어린이, 학부모를 비롯한 대부분의 소비자들은 식품에 관한 정보를 학교교육보다는 대부분 대중매체를 통해 얻고 있다. 대중매체라 함은 TV, 신문, 인터넷, 라디오 등을 일컫는데, 특히 최근 TV를 켜면 음식과 건강 관련 프로그램을 어렵지 않게 접할 수 있다. 그러나 대중매체의 특성상 대중의 흥미유발에 무게가 실려 있어, 보편적이고 평범하게 들리는, 그러나 진실일 수 있는 내용들은 간과한 채 선정적인 내용을 다루면서 소비자들을 막연한 불안감에 떨게 만드는 경우를 종종 찾아볼 수 있다.

필자는 초등교원양성대학에서 강의를 하면서 수년간 초등학생, 학부모, 교사, 그리고 예비교사들이 식품안전에 대해 어떤 인식을 갖고 식생활을 영위하고 있는지 강의 시간, 설문조사, 면담 등을 통해 파악할 수 있었다. 놀라운 점은 영양 이



외의 식품안전에 대한 인식에 있어서는, 학교에서 현재 식생활교육을 실시하고 있는 사람들조차도 과학적 결과에 따른 사실과는 매우 다르게 인식하고 있다는 점이었다. 어린이나 학부모의 경우도 이와 다르지 않은데 2009년도에 초등학생과 학부모들을 대상으로 실시한 다음의 설문결과는 이를 잘 보여주고 있다.

즉, 초등학생과 학부모 각 1천명에게 식품의 안전을 위협하는 요인에 대해 질문하였을 때, 모두 식품첨가물이 가장 위대한 요인이라고 응답하였고, 이어 잔류농약, 환경오염물질, 그리고 마지막으로 미생물에 의한 오염의 순으로 응답하였다(김정원, 2009). 그러나 실제 식품으로 인한 인체 위해의 95% 이상은 식중독 세균이나 바이러스와 같은 미생물 오염으로 발생되는 것이 사실이라는 점에서, 두 그룹 모두 잘못된 인식을 갖고 있었으며, 특히 학부모들은 초등학생보다 훨씬 사실과는 다르게 인식하고 있어 올바른 교육과 홍보의 필요성을 확인할 수 있다.

■ 학부모와 초등학생들이 인식하는 가장 식품의 안전을 위협하는 요인

구 분	식품 첨가물	잔류농약	환경오염 물질	미생물에 의한 오염	기타	전체
학부모	560 (55.6)	166 (16.5)	219 (21.7)	49 (4.9)	13 (1.3)	1,007 (100)
초등학생	378 (34.5)	269 (24.6)	202 (18.4)	246 (22.5)	-	1,095 (100)

자료원 : 김정원(2009), 단위 : 명(%)

■ 대상별 식품첨가물 정보제공 기관에 대한 신뢰정도\*

	시민단체	전문가	소비자	합계	p
정부기관	2.69b	3.83a	3.23ab	3.21	0.000***
식품회사	1.76b	2.68a	2.54a	2.44	0.000***
방송, 신문사	3.33a	2.84b	3.46a	3.39	0.000***
대학, 연구기관	3.55b	4.23a	3.66b	3.69	0.000***
식품관련협회	2.82	2.94	-	2.86	0.572
시민단체	4.48a	3.13b	3.82ab	3.85	0.000***

\* 1 전혀 신뢰하지 않는다, 2 신뢰하지 않는다, 3 보통이다, 4 신뢰한다, 5 매우 신뢰한다.

자료원 : 김정원(2009)

또한, 소비자들을 시민단체(NGO), 전문가, 일반소비자로 구분하여, 식품첨가물(이들에게 식품위해 성분으로 인식되고 있는) 안전 정보가 제공될 때 그 정보의 제공기관에 따라 그 내용을 얼마나 신뢰하는지 질문한 결과, 계층별로 매우 상이함을 확인할 수 있었다(김정원, 2009). 대체적으로 식품과학을 전공하였거나 식품과학계에 종사하고 있는 전문가 집단은 정부에 대한 신뢰도가 매우 높은 반면,

시민단체는 정부기관에서 제공되는 식품첨가물

정보에 대해 보통 이하의 신뢰도를 보

이고 있어 전반적인 불신의 분위

기를 확인할 수 있었다. 소비

자들도 정부보다는 시민단

체에게 훨씬 높은 신뢰

도를 보이고 있어, 정부

차원의 소비자 대상 신

뢰도 제고를 위한 꾸준

한 노력과 관리가 필요

함을 확인할 수 있었다.

이와 함께 전반적으로 낮

은 신뢰도를 보이는 식품업체

들도 소비자들에게 신뢰를 받을

수 있는 기업으로서의 노력을 기울여 나



갈 필요성을 확인할 수 있었다.

위와 같은 소비자들의 식품안전에 대한 잘못된 인식은 소비자들이 쉽게 접할 수 있는 대중매체의 영향이 매우 큰 것으로 보인다. 몇 년 전 한 TV 프로그램에서 식품첨가물에 대한 몇 달에 걸쳐 방영된 내용은 적절한 대안이 없이 소비자들에게 막연한 불안



감을 조성하면서 시청률만 제고하는 효과를 보인 바 있다. 이 때 학부모나 초등학교 어린이들에게 TV 프로그램에서 식품첨가물에 관한 내용이 다뤄질 때 신뢰하는 정도와 이에 따른 자신의 인식 변화를 질문하였을 때, 84.7%가 신뢰한다고 하였고 86%가 인식이 변화하였다고 응답한 바 있다(김정원, 2009).

또한 최근 미국에서 한 환경단체가, 미국인들이 섭취하고 있는 다소비 채소와 과일 각각 12가지를 들면서 잔류농약에 오염되어 있으므로 더러우니까(Dirty라는 단어를 사용함) 섭취하지 말아야 하며 유기농만을 섭취해야 한다는 보도 자료를 낸 바 있었다. 이에 캘리포니아 주립대의 윈터 교수는, 그 오염수준이 1일섭취허용량의 백만분의 1 수준으로 거의 무시할 만하며 과일과 채소를 섭취하면서 얻는 혜택이 훨씬 중요하다는 반박 논문과 기사를 게재하는 해프닝이 발생하기도 하였다.

현명한 소비자라면 과학적이고 객관적인 사실을 볼 수 있어야 한다. 그러나 식품 안전에 대해 편향된 시각으로 제작된 대중매체 콘텐츠들이나 일부 환경단체들의 활동들은 일반인들에게 식품첨가물이나 잔류농약과 같은 화학물질은 무조건 위험한 것이며 자연의 것은 무조건 안전하고 좋은 것으로 각인시키는 결과를 가져오기도 한다(제임스 콜만, 2008). 이에, 정부, 학계, 산업체 등의 식품관련 전문가들의 지속적인 신뢰도 제고 노력과 함께 교육과 홍보를 실시하여 일반 소비자들을 현명한 소비자로 변화시켜 나가야 할 것이다. 이런 교육과 홍보는 소비자로서의 식품선택 능력을 기르고 올바른 식습관을 형성하는 시기에 있는 유치원 및 초등학교 어린이부터 시작하되, 지속, 반복적으로 실시되어야 할 것이다. ㉞

[참고문헌]

제임스 콜만(2008). 내추럴리 데인저러스. 다산초당.

김정원(2009). 식품첨가물 정보 콘텐츠 및 매체 개발 연구. 식품의약품안전청 연구보고서.