

식품안전사건 발생 시 미디어와 산업의 인식도 조사

신원정 · 이유시¹ · 오세라² · 박태균³ · 김보영⁴ · 김호식⁵ · 이정호¹ · 이승용¹ · 하상도^{2*}
중앙대학교 의약식품대학원, ¹식품의약품안전청, ²중앙대학교 식품공학부,
³중앙일보, ⁴한양대학교, ⁵한국과학기자협회

Survey on Comparative Awareness between Media and Industry on Occurrence of Food Safety Incident

Won-Jung Shin, Yu-Si Lee¹, Se-Ra Oh², Tae-Gyun Park³, Renee Kim⁴, Ho-Sik Kim⁵,
Jung-Ho Lee¹, Seung-Yong Lee¹, and Sang-Do Ha^{2*}

School of Food and Drug Administration, Chung-Ang University, Korea

¹Korea Food and Drug Administration, Osong, Korea

²School of Food Science and Technology, Chung-Ang University, Korea

³Joong-Ang Daily Newspaper, Seoul, Korea

⁴School of Business, Hanyang University, Korea

⁵Korean Science Reporters Association, Seoul, Korea

(Received March 11, 2013/Revised March 17, 2013/Accepted March 20, 2013)

ABSTRACT - To describe the comparative awareness between media and industry, we conducted a survey with a professional group including 28 food safety managers at food corporations and 17 food journalists to find out the differences in perception of 'reporting terms' and 'correspondence terms' when food safety incident occurs. We surveyed by questionnaire methods and did the statistical analysis by SPSS. The results showed that 70.6% of the journalists and 92.9% of the corporation workers answered 'yes indeed' about the question whether the media has a great influence when food safety incident occurs. In the perception that use of the stimulating terms of the media was the cause of company damage, 83% of the corporate workers answered 'yes indeed', and 70.6% of the journalists answered 'yes'. It means that both groups agreed on stimulating terms causing company damage. In the question whether the 'reporting terms' of the media and the 'correspondence terms' of the government and academia made a difference in the consumers' perception and the spread of the incident, 92.9% of the corporate workers and 35.3% of the journalists answered 'yes indeed'. It means that both groups showed a common opinion that the difference in choice of words expanded the perception of consumers, and the spread of the incident. However, the corporate workers agreed with this in a more serious manner than the journalist group. In standardization of 'reporting terms' and restricting use, corporate workers were overall at a positive stand while journalists showed a big difference in opinion within the group. In conclusion, it is necessary to establish a measure to standardize the terms used by corporations, journalists, and professionals in order to decrease the differences of terms and the damage of consumers and the company when food safety incident occurs.

Key words: food safety incident, media, awareness survey, industry, risk communication

서 론

식품은 인간의 기본적인 욕구이자, 인간의 삶을 영위하는데 필요한 기본적인 자원이다. 이러한 점에서 식품안전의

중요성은 아무리 강조해도 지나치지 않는다. 현대 산업사회에 접어들어 경제 및 과학기술, 정보전달 수준, 소득 수준향상에 따라 식품 위생 안전과 식품 구입 시 정보력 등 소비자의 의식수준이 향상되고 있다^{1,2)}.

국내 역시 산업의 변화로 소비자들의 식품안전성에 대한 관심이 고조되고 있으며, 특히 소비자의 식생활을 위협하는 불량식품에 대한 매스컴의 보도가 잇따르면서 전반적인 식품안전성에 대한 불신이 확산되는 추세이다^{2,3)}.

*Correspondence to: Sang-Do Ha, School of Food Science and Technology, Chung-Ang University, Ansung 456-756, Korea
Tel: 82-31-670-4831, Fax: 82-31-675-4853
E-mail: sangdoha@cau.ac.kr

또한 식품 중 이물질 검출이나 유해성분 등에 대한 매체보도를 통해 안전성 논란이 확대되면서 식품안전에 대한 일반인들의 인식과 행동에도 많은 변화가 일어나고 있다^{4,5)}. 또한 식품안전사건에 대한 보도는 관련 산업과 경제 전반에 영향을 끼칠 수 있다⁶⁾.

우리나라의 주요 식품안전사건에는 1989년 우지라면 사건을 비롯하여 고름우유(1995), 포르말린 통조림(1998), 불량만두(2004), 납 김치(2005), 김치 기생충알(2005), 과자 아토피 유발(2006), 멜라민 과자(2008), 생쥐머리 이물(2008), 낙지머리 카드뮴(2010) 사건 등이 있다. 이 사건들은 언론의 과장된 보도와 전문적 지식이 결여된 선부른 사건 발표 등으로 인해 더 확대되어 사회를 혼란에 빠뜨린 대표적인 사례이다^{7,8)}. 그 동안 우리나라 식품안전관리체계의 끊임없는 발전에도 불구하고 대형 식품사건이 연쇄적으로 발생했고 그때마다 국민들의 불안감 증폭으로 식품에 대한 불신이 크게 발생해 식품산업계에도 악영향을 주고 있다¹⁾. 해당 식품뿐만 아니라 동종 식품산업계를 위협하기도 한다. 한번 논란에 휩싸였던 식품은 소비자들에게 외면당해 오랜 기간 동안 판매가 되지 않으며 그 훼손된 이미지 또한 쉽게 없어지지 않는다. 그로 인한 피해는 대기업보다 중소기업의 큰 피해로 이어져 식품시장의 다양성에도 문제를 야기하고 있다.

언론은 국민들에게 과학적 근거가 확실하지 않은 상태에서 수사당국의 일방적인 조사를 미리 보도함으로써 정부를 신뢰할 수 없게 만들었다. 언론과 미디어는 본질적으로 공공성과 상업성이라는 양면성을 가지고 있다. 식품안전사고와 관련하여 언론은 소비자에게 위해요인을 알리고 정부에게는 안전정책수립을 유도한다. 한편, 대부분의 미디어들은 선정적이고 자극적인 언어를 사용하여 과장된 내용의 식품정보를 보도하기도 한다^{9,10)}.

과거에는 TV와 라디오, 신문 등이 매체의 수단이었지만 이제는 다양한 매체에서 쉽게 식품에 대한 정보를 검색하고 접할 수 있는 시대가 됐다¹¹⁾. 그만큼 잘못된 식품위해정보의 파급효과 또한 커졌으며 정부와 식약청에서도 수습하는데 오랜 시간과 노력이 필요하게 됐다.

식품안전사고 발생 시 위해정보를 전달할 때 파급효과의 정도는 용어선택이 크게 영향을 준다. 언론과 미디어는 식품안전사고 발생 시 위해정보를 왜곡하지 않고 전달하는 것이 가장 중요하다. 정보전달 시 정확성을 확보하기 위해 전문가의 조언 등의 방법으로 확실한 위해정보전달을 해주는 것이 언론의 역할이다.

기존 연구는 식품안전사고 발생 시 리스크 커뮤니케이션의 발전방향을 제시하는데 치우쳐 있고, 사건 자체의 위해성과 규모, 파급효과에 대한 ‘보도용어’사용이 미치는 영향에 대한 분석연구는 전무하다. 이에 본 연구는 식품안전사건 발생 시 미디어의 영향력과 파급효과, 기자와 산업계의 인식들에 대해 설문조사함으로써 리스크 커뮤니케

이션에 대한 대안을 제시하고자 한다.

연구내용 및 방법

조사대상 및 조사기간

본 조사는 식품전문기자 17인과 식품 산업체 식품안전관리책임자 28인을 대상으로 2012년 5월 20일부터 7월 20일까지 2개월에 걸쳐 설문조사를 실시하였다.

조사내용 및 방법

본 조사에 이용한 설문지는 식품전문기자와 식품산업계 식품안전관리책임자를 대상으로 자기기입식으로 실시하였고 45부 모두 분석 자료로 사용하였다.

설문의 구성은 일반적인 특성(연령, 소속, 학력, 전공)을 기입하도록 했다. 세부문항으로 식품안전사고 발생시 “식품안전기사의 주된 목적, 정보입수 경로, 자극적 용어사용 및 선호여부, 미디어의 영향력 및 피해 여부, 파급효과, 개선 방안” 등 총 7문항으로 구성하였다. 기자와 산업체의 설문지 구성을 다르게 하였다. 기자들의 식품안전사고의 파급효과에 대한 인식도를 조사하기 위해 ‘기사를 쓰는 목적, 정보의 입수 경로, 자극적 용어의 선호도, 용어 선정시 고려사항’ 등을 추가하여 총 13문항으로 구성하였다.

통계분석 방법 및 측정도구

본 연구에서 수집된 자료는 SPSS win 18.0을 이용하여 다음과 같은 방법으로 분석하였다.

첫째, 측정변인들의 일반적인 경향을 알아보기 위하여 빈도와 백분율을 산출하였다. 둘째, 식품안전사건 발생시 미디어의 영향에 대하여 식품업체 식품안전관리책임자와 식품전문기자 간에 견해 차이가 있는지 알아보기 위해 교차표를 작성하고 카이제곱검증을 실시하여 유의수준 0.05에서 통계적 유의성을 검증하였다. 셋째, 자극적 ‘보도용어’ 사용에 따른 파급효과 확대 방지에 대한 개선방안의 견해를 5점 척도로 평균과 표준편차를 산출하였다.

식품업체 식품안전관리책임자와 식품전문기자들 간의 개선방안의견에 대한 견해 차이를 알아보기 위해 t-test검증을 실시하고 유의수준 0.05에서 통계적 유의성을 검증하였다.

결 과

식품전문기자 인식도 조사

식품안전기사를 쓰는 목적을 묻는 문항에 대한 식품전문기자의 인식도 조사 결과, 식품안전사건의 기사의 목적은 ‘국민의 알권리 충족을 위한 정보전달’(58.8%), ‘우리나라 식품위생의 발전’(23.5%), ‘식품안전사건의 확대’(11.8%), ‘국민의 식품안전성 관련 지식 증대’(5.9%)로 나타났다. 기

사를 쓰는 목적이 주로 국민의 알권리 충족을 위한 정보 전달이라는 것이다. 식품안전사고의 확대 목적보다 국민에게 정보 전달을 더 중요시 하고 있다고 생각했다.

기자들의 주된 정보 입수처에 대한 식품전문기자의 인식도 조사 결과, 정확한 정보 입수처에 대한 답변은 ‘전문가 인터뷰’(76.5%), ‘업체방문조사’(5.9%), ‘식약청자료’(5.9%), ‘인터넷’(5.9%)로 나타났다. 즉, ‘전문가의 인터뷰’를 가장 신뢰하고 있음을 보여주는 답변이었다. 식품안전사건 발생 시 신속 정확한 정보전달을 위해 학계와 전문가들의 적극적인 도움이 위기 대처에 중요한 역할을 한다고 밝힌 Lee⁹⁾의 연구와 일치하는 결과이다.

식품안전사건의 기사 작성 시 식품전문기자들의 자극적 용어의 선호도를 조사한 결과, ‘보통이다’(35.3%), ‘별로 그렇지 않다’(23.5%), ‘그렇다’(17.6%), ‘매우 그렇다’(11.8%), ‘전혀 그렇지 않다’(11.8%)로 나타났다. 의외로 기자들은 자극적 용어를 많이 선호하는 편은 아니었다. 자극적 용어를 선호하지 않는다면 정확한 표현을 사용하지 않아 식품안전사건의 파급효과가 커지는 것으로 사료된다.

식품안전사건 기사 작성 시 자극적인 용어선택의 중요성에 대한 식품전문기자들의 인식도 조사 결과, ‘보통이다’(29.4%), ‘그렇다’(23.5%), ‘별로 그렇지 않다’(23.5%), ‘전혀 그렇지 않다’(17.6%), ‘매우 그렇다’(5.9%)로 나타났다. 자극적 용어의 선호도 결과와 비슷하게 ‘보통이다’의 응답이 가장 높았으며 ‘전혀 그렇지 않다’와 ‘매우 그렇다’까지 골고루 답변하였다. 선호도와 중요도의 경우, 기자의 개인적 성향이 반영되어 있는 것으로 생각된다. 전반적으로 자극적 용어의 선호도와 자극적 용어의 중요도는 기자들에게 크게 영향을 미치지 않는 것으로 생각된다. 기사 작성할 시 자극적인 용어가 영향을 주지 않는다면 사건 발생 후의 빠른 대처가 사건의 파급을 막는데 효과적일 것으로 사료된다.

식품안전사건 발생 시 미디어의 영향력이 크다고 생각하는지를 묻는 질문에 대한 식품전문기자들의 인식도 조사 결과는 식품안전사건 발생 시 미디어의 영향력이 크다는 질문에서 ‘매우 그렇다’(70.6%), ‘그렇다’(29.4%)로 미디어의 영향력이 크다고 생각했다. ‘매우 그렇다’의 응답률이 더욱 높은 것으로 보아 기자들도 식품안전사고 발생 시 미디어의 영향력이 크다는 것을 인식하고 있는 것으로 보인다. 즉, 식품안전사건이 발생 시 미디어의 영향력이 크으므로 사건의 위해에 대한 조사를 철저히 하고 정확한 보도를 하는데 신중해야 한다.

미디어의 자극적인 용어사용이 기업피해의 원인이라는 문항에 대한 식품전문기자들 인식도 조사 결과, ‘매우 그렇다’(29.4%), ‘그렇다’(70.6%)로 나타났다. 위의 영향력 답변과 같이 자극적 용어사용이 기업 피해의 원인이라는 점을 기자들도 인식하고 있다. 유해성분의 검출이나 파동이 있으면 해당 제품이나 업체, 업계에 대한 전체 이미지

가 안 좋아질 뿐 아니라 소비자의 불안감도 커진다고 한 Sung 등²⁾의 연구 결과와 일치한다.

식품안전사건 발생 시 미디어의 ‘보도용어’와 정부, 학회의 ‘대응용어’가 국민들의 인식과 사건의 파급효과에 차이가 있는지를 묻는 질문에 대한 결과는 ‘그렇다’(52.9%), ‘매우 그렇다’(35.3%), ‘보통이다’(11.8%)로 나타났다. ‘보도용어’와 ‘대응용어’의 차이가 국민들의 인식과 사건의 파급효과에 대해 인식하고 있음을 보여준다. Oh 등¹²⁾은 소비자가 느끼는 ‘보도용어’와 ‘대응용어’의 차이가 크면 두 용어가 사건에 끼칠 파급효과의 차이도 크다고 보고하였다. 즉 보도에 사용되는 용어가 사건의 파급효과에 큰 영향을 준다는 것이다. 소비자들은 언론에서 식품에 대한 부정적인 내용이 나오면 사건의 원인과 내용보다는 해당 식품의 리스크만 크게 인식하므로 사건을 간결하고 정확하게 보도해야 한다고 사료된다.

식품안전사건 보도 시 정확한 핵심용어 선정을 위해 고려하는 사항에 대한 식품전문기자들의 인식은 ‘모두가 알기 쉬운 용어’(47.1%), ‘사건내용을 포괄적으로 담는 대표용어’(41.2%), ‘정확한 전문용어’(11.8%)등의 순으로 나타났다. 기사의 목적에서 국민의 알권리 충족을 위한 정보 전달의 응답이 높았던 것을 보면 기자들의 기사를 쓸 때 국민들의 입장을 고려해 용어선정 시 ‘모두가 알기 쉬운 용어’와 ‘사건을 포괄적으로 담는 대표용어’를 선택하는 것으로 나타났다. 식품안전사건의 보도목적은 명확하고 이해하기 쉬운 용어를 사용하고 정확한 정보를 제공하는 것이 목적이라고 한 Lee⁴⁾의 연구와 일치하는 결과이다.

식품안전사건 발생 시 사건의 핵심용어의 주된 정보원에 대한 식품전문기자들의 인식도 조사 결과, ‘전문가의 조언’(88.2%), ‘정부, 학회의 전문자료’(70.6%), ‘외국사례 참고’(17.6%), ‘인터넷 검색’(11.8%), ‘전문서적 참고’(5.9%)로 나타났다. ‘전문가의 조언’과 ‘정부, 학회의 전문자료’를 신뢰하고 있는 것으로 나타났다. 대중매체를 활용한 정보 교류를 위해서 위해정보에 관한 정확한 사실에 근거하여 보도 자료를 배포하고, 국민들이 안심할 수 있게 중요현안을 브리핑하는 것이 효과적인 방안이라고 주장한 Lee⁴⁾의 연구결과를 생각해 볼만하다.

식품 기업체 식품안전관리책임자 인식도 조사

식품안전사건 발생 시 미디어의 영향력이 큰지를 묻는 질문에 대한 식품안전관리책임자의 인식을 Fig. 1(A)에 나타내었다. 그 결과, ‘매우 그렇다’(92.6%), ‘그렇다’(7.1%)로 답변해 미디어의 영향력이 크다는 결과가 나왔다. ‘매우 그렇다’의 응답률이 더욱 높은 것으로 보아 기업체는 식품안전사건 발생 시 미디어의 영향력이 크다고 인식하고 있었다. 언론 보도는 건강과 삶의 질을 추구하는 오늘날의 사회적 특성과 맞물려, 위해를 확대하고 증폭시키는 역할을 하고 있다고 주장한 Sung 등²⁾의 연구결과와 일치한다.

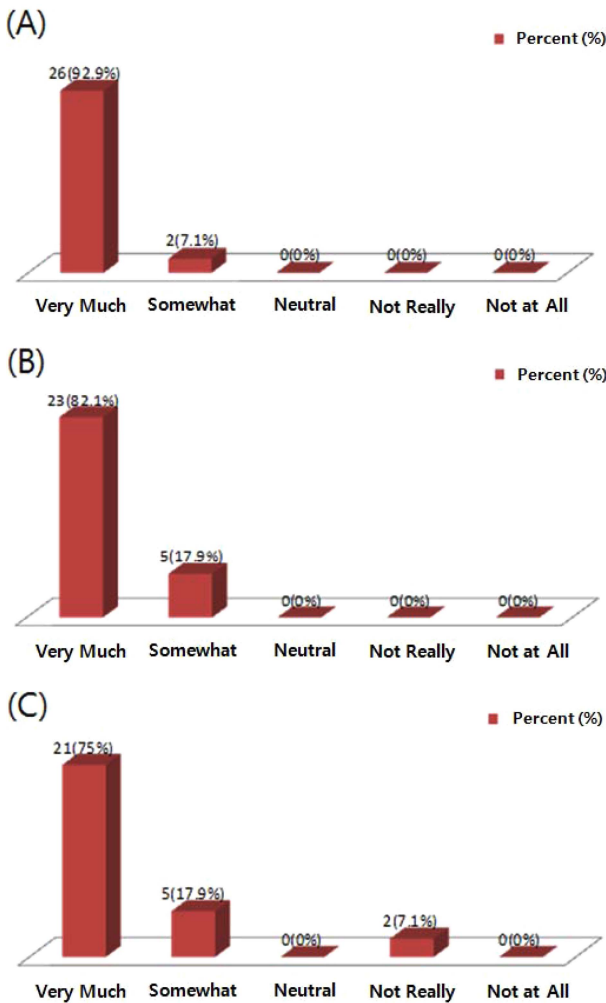


Fig. 1. Survey on awareness of directors of food safety management in food companies. (A) Influence of media when food safety incident occur, (B) Awareness about that use of stimulating reporting term of media is a reason of damage in company, (C) Use of reporting terms of media and correspondence terms of government and academia.

미디어의 자극적인 용어사용이 기업의 피해의 원인에 대한 식품안전관리책임자 인식을 Fig. 1(B)에 나타내었다. 그 결과, ‘매우 그렇다’(82.1%), ‘그렇다’(17.9%)의 결과를 보였다. 위의 영향력 답변과 같이 기업체는 미디어의 자극적 용어사용이 기업 피해의 원인에 밀접한 영향력을 가지고 있다고 인식하고 있다. 식품안전사건 발생 시 해당 식품의 기업은 직접적인 영향을 받게 된다. 언론의 보도 역할이 중요하기도 하지만 기업체의 빠른 대응이 사건을 막는데 더 중요하므로 사건을 밝히는 것에만 초점을 두지 말고 불량 식품에 대해 인정하고 수거하여 소비자를 안심시키는 것이 더 중요하다고 사료된다.

식품안전사건 발생 시 미디어의 사건 “보도용어”와 정부, 학회의 “대응용어”가 국민들의 인식과 사건의 파급효과 차이를 주는 지를 묻는 질문에 대한 식품안전관리책임자의

인식을 Fig. 1(C)에 나타내었다. 그 결과, ‘그렇다’(75%), ‘매우 그렇다’(17.9%), ‘별로 그렇지 않다’(7.1%)로 나타났다. 기업체는 ‘보도용어’와 ‘대응용어’의 차이가 국민들의 인식과 사건의 파급효과에 대해 크게 작용한다고 인식하고 있음을 보여준다.

기자과 기업간의 인식도 비교

기자 집단과 기업체집단을 대상으로 인식도 조사를 비교·분석한 결과는 Table 1과 같다. 그 결과를 살펴보면 전반적으로 기업체가 기자보다 미디어의 영향을 더 크게 인식하고 있음을 볼 수 있다. 보기의 문항을 매우 그렇다(5점), 그렇다(4점), 보통이다(3점), 별로 그렇지 않다(2점), 전혀 그렇지 않다(1점)로 점수화하여 비교하였다.

“식품안전사건 발생 시 관련 업계의 타격에 대한 미디어의 영향이 크다고 생각하는가”에 대한 문항에서 기자는 (4.71점), 기업체는 (4.92점)으로 응답하였다. 유의확률 0.087로 유의적 차이를 보이지 않았다. “미디어와 언론의 자극적 용어사용이 기업의 피해를 증가시킨다고 생각하는가”에 대한 문항에서도 기자는(4.29점), 기업체는(4.82점)으로 응답하였다. 유의 확률 0.001로 두 집단의 의견 차이가 있는 것으로 나타난다. ‘매우 그렇다’에 대한 응답이 기자(29.4%), 기업체(82.1%)로 기업체가 매우 높게 나타났다. “용어의 차이가 국민들의 인식과 사건의 파급효과에 차이를 준다고 생각하는가”에 대한 문항에서 기자는(4.24점), 기업체는(4.61점)으로 응답하였다. 유의확률 0.125로 두 집단의 유의적 차이가 없다는 결과를 보였다. 두 집단(기자, 기업체) 간에 미디어 영향에 대한 인식이 통계적으로 유의미하게 차이를 보이는가를 검정했을 때 “미디어와 언론의 자극적 용어사용이 기업의 피해를 증가시킨다고 생각하는가”의 항목이 유의미한 결과를 나타냈다($p < 0.05$). 소비자는 식품 안전사고나 파동을 주로 TV 뉴스나 신문 등의 언론을 통해 접하기 때문에 자극적인 용어사용에 규제가 필요하다고 사료된다.

기자과 기업간의 자극적 ‘보도용어’의 사용방지를 위한 개선방안

기자 집단과 기업체집단의 대상으로 자극적 ‘보도용어’의 통일 및 사용제한에 대한 동의여부 대한 설문결과는 Table 2와 같다. ‘보도용어’를 통일 또는 사용을 제한하는 방안에 대한 의견에 있어 기자와 기업 간 의견이 매우 다르게 나타났다. 기자의 경우(3.17점)로 기업 (4.42점)에 비해 유의적으로 낮은 결과를 보여 기업체는 용어의 통일 및 제한에 매우 긍정적인 입장을 보여 주었으나 기자는 전반적으로 동의 비율이 낮았다. 기자의 경우, ‘매우 그렇다’(17.7%), ‘그렇다’(35.3%), ‘별로 그렇지 않다’(41.2%), ‘전혀 그렇지 않다’(5.9%)로 기자 개인의 성향에 따라 긍정적인 입장과 부정적인 입장의 매우 상반된 견해를 가지

Table 1. Comparative Awareness between Media and Industry

Items of questionnaire	Group	N	Mean ± S·D	t-value	p-value
1. Food safety incident strikes a blow to other related companies as well as company having the problem. Do you think that an influence of media is high?	M ²⁾	17	4.71 ± 0.47	-1.793	.087
	I ³⁾	28	4.93 ± 0.26		
2. Do you think that use of stimulating reporting term of media increases the damage of industry?	M	17	4.29 ± 0.47	-4.070	0.001 ¹⁾
	I	28	4.82 ± 0.39		
3. Do you think that the difference of terms make a difference on the awareness of people and ripple effect of incident?	M	17	4.24 ± 0.66	-1.563	.125
	I	28	4.61 ± 0.83		

¹⁾p < 0.01, ²⁾Media, ³⁾Industry.

Table 2. Degree of agreement on standardization or demand restriction of reporting terms between Media and Industry

Items of questionnaire	Group	N	Mean ± S·D	t-value	p-value
Do you agree with a measure about standardization or demand restriction of reporting terms?	M ²⁾	17	3.18 ± 1.33	-3.589	0.002 ¹⁾
	I ³⁾	28	4.43 ± 0.69		

¹⁾p < 0.01, ²⁾Media, ³⁾Industry.

Table 3. Comparison of improvement methods between Media and Industry for use prevention of stimulating reporting terms

Items of questionnaire	Group	N	Mean ± S·D	t-value	p-value
Supervision of government before report	M ³⁾	16	2.19 ± 1.17	-3.059	0.004 ²⁾
	I ⁴⁾	26	3.27 ± 1.08		
Supervision of expert before report	M	16	3.31 ± 1.20	-1.959	.057
	I	26	4.04 ± 1.15		
Supervision of industrial world before report	M	16	2.63 ± 1.02	-.842	.405
	I	26	2.92 ± 1.16		
Operation of “food report forum” for exchange of risk information among the media	M	16	4.06 ± 1.06	-.884	.382
	I	26	4.31 ± 0.74		
Installation and operation of risk management system in medium of communication	M	16	4.13 ± 0.81	1.107	.275
	I	26	3.85 ± 0.78		
Encouragement on consumer participation in risk management and policy making procedure	M	16	3.75 ± 0.93	1.498	.142
	I	26	3.31 ± 0.93		
Participation of food industries in information interchange	M	16	3.69 ± 1.01	-2.095	0.043 ¹⁾
	I	26	4.27 ± 0.78		

¹⁾p < 0.05, ²⁾p < 0.01, ³⁾Media, ⁴⁾Industry.

고 있었다.

기자 집단과 기업체집단의 대상으로 자극적 ‘보도용어’의 사용방지를 위한 개선방안에 대한 설문결과는 Table 3과 같다. ‘보도 전 정부의 감수’는 기자(2.18점), 기업체(3.62점)로 유의확률 0.004로 유의한 차이를 보였다(p < 0.05). ‘보도 전 전문가의 감수’는 기자(3.31점), 기업체(4.03점)로 유의확률 0.057에서 유의한 차이를 보이지 않았다. ‘보도 전 산업계의 감수’는 기자(2.62점), 기업체(2.92점) 모두 필요성을 인정하지 않았으며 그 결과도 유의한 차이를 보이지 않았다. ‘인론 간 위해정보 교류를 위한 식품보도 기자포럼 운영’은 기자(4.06점), 기업체(4.30점)로 모두 상당히 공감했으나 유의적 차이를 보이지는 않았다. ‘보도기관 내 위기관리시스템 설치, 운영’에 대한 답변으로 기자(4.12점)가 기업체(3.84점)로 유의한 차이를 보이지 않았다. ‘위해관리, 정책결정과정’에 소비자들의 참여’는 기자

(3.75점)가 기업체(3.30점)보다 높은 답변을 보였으나 유의한 차이를 보이지 않았다. ‘식품관련 기업들의 정보교류 참여’는 기자(3.68점)보다 기업체(4.26점)의 호응이 높았으며 유의한 차이를 보였다(p < 0.05).

Table 3의 인식차이는 ‘보도 전 정부의 감수’에서 유의확률이 0.004, ‘식품관련 기업들의 정보교류 참여’항목은 유의확률 0.043으로 기자와 기업체 간 유의미한 인식차이를 보였다(p < 0.05).

고 찰

식품을 구입하고 소비하는 소비자들의 의식수준이 높아지고 있다. 이에 따라 식품안전성에 대한 관심이 고조되고 있으며, 특히 소비자의 식생활을 위협하는 불량식품에 대한 매스컴의 보도가 잇따르면서 전반적인 식품안전성에

대한 불신이 확산되는 추세다. 뿐만 아니라 식품안전사건 발생 시 자극적인 용어를 사용해 보도함으로써 식품산업에 큰 타격을 주기도 했다.

본 연구는 식품안전사고발생 시 미디어의 영향력과 기자, 산업계 식품안전관리책임자의 인식을 분석하고 리스크 커뮤니케이션을 해결할 수 있는 개선방안 대한 기초자료를 제공하고자 하였다. 기자와 기업체의 인식도 비교조사 결과, 기자와 기업체 모두 식품안전사고 발생 시 미디어의 영향력이 매우 중요하고 크다는 공통적인 인식을 갖고 있었다. 기자, 기업체 모두 미디어의 자극적 용어로 인한 기업 피해 확대를 인정하고 있었으며, 기자에 비해 기업체가 더욱 크게 느끼고 있었다. 기자와 기업체 모두 '보도용어'와 '대응용어'의 차이가 국민들의 인식뿐만 아니라 식품안전사고의 파급을 확대시킨다는 공통적인 의견을 보였다. '보도용어'의 통일 및 사용제한의 동의여부에 대한 인식조사결과, 기업체는 매우 긍정적인 입장이고, 기자는 개인의 성향에 따라 긍정과 부정의 의견으로 나뉘었다.

기자들의 경우 의외로 식품안전사건의 확대 목적에는 관심이 없었다. 정보 입수처는 식약청 자료보다 전문가의 인터뷰를 가장 선호하였으며, 식품안전사건 기사 작성 시 자극적인 용어를 전반적으로 선호하지 않는다고 답하였다. 식품안전사건 기사 작성 시 자극적인 용어선택의 중요성에 대한 인식 역시 전반적으로는 선호하지 않으나 기자의 성향에 따라 상반된 의견이 나타났다. 식품안전사건보도 시 정확한 핵심용어 선정을 위해 고려하는 사항은 '모두가 알기 쉬운 용어', '사건의 내용을 포괄적으로 담는 대표용어'로 국민들이 받아들이기 쉬운 용어를 선호하는 것으로 나타났다. 사건 관련 '핵심용어' 발굴에 주로 활용하는 정보원은 '전문가의 조언'을 선호하였다.

기업체와 기자 모두 식품안전사건이 발생했을 때 사용하는 용어에 따라 기업과 해당 식품군의 피해 정도와 소비자의 인식에 영향을 준다고 생각하고 있었다. 이처럼 식품안전에 대해 예민한 소비자를 위해 매체에서 사용하는 식품관련용어들을 제한할 필요가 있으며, 이는 객관적 정보교류와 용어에 의한 정보, 지식, 의사소통에 대한 장애 제거에 도움이 될 것이다¹³⁾. 이에 정부와 학계에서 식품안전사건 발생 시 사용할 수 있는 용어집을 제작, 배포하여 예측 가능한 정보 전달로 소비자들의 인식에 혼란을 주지 않도록 해야 한다고 사료된다. 또한 언론과 식품기업체들과 교류할 수 있는 장을 마련하여 지속적으로 정보공유와 용어집을 발전시켜 소비자에게 효과적으로 정보전달을 할 수 있는 자리를 마련하는 방법도 제안해 본다.

요 약

본 연구는 전문가집단을 대상으로 식품안전사고 발생 시 '보도용어'와 '대응용어'에 대한 인식도 차이를 알아보고

용어선택에 따른 피해정도를 개선하기 위한 기초자료를 제공하고자 실시하였다. 식품기업체 식품안전관리책임자 28인과 식품전문기자 17인 총 45인을 대상으로 인식도 조사 및 개선방안에 대해 설문조사하여 통계분석 하였다. 그 결과, 식품안전사건 발생 시 미디어의 영향이 크다는 질문에 기자 70.6%, 기업체 92.9%가 '매우 그렇다'의 응답률을 보였다. 미디어의 자극적인 용어사용이 기업피해의 원인이라는 인식에는 기업체의 83%가 '매우 그렇다', 기자의 70.6%가 '그렇다'로 답해 양측 모두 자극적 용어사용으로 인한 기업피해를 인식하고 있었다. 미디어의 '보도용어'와 정부, 학계 등의 '대응용어'가 소비자의 인식과 사건의 파급에 차이를 주는지를 묻는 질문에 기업체의 92.9%와 기자의 35.3%가 '매우 그렇다'로 답해 두 집단 모두 용어의 차이가 소비자의 인식뿐 아니라 파급을 확대시킨다는데 공통적인 의견을 보였으나 기업이 훨씬 심각하게 느끼고 있었다. '보도용어'의 통일 및 사용제한에 대해 기업체는 전반적으로 긍정적인 입장이고 기자는 긍정과 부정으로 답변이 나뉘어 개인차가 컸다. 식품안전사건 발생 시 소비자와 기업체의 피해를 줄이기 위해 기업과 기자, 전문가간 사용하는 용어의 일치 및 차이를 좁힐 수 있는 방안 마련이 필요하다고 사료된다.

감사의 글

본 연구는 2012년도 식품의약품안전청의 용역연구개발 과제에 의하여 이루어진 연구결과로 이에 감사드립니다 (11022정책연788).

참고문헌

1. Lee, C.H.: Analysis of food hygiene incidences in Korea. *Fd. Sci. Indus.*, **39**(2), 3-10 (2006).
2. Sung, M.J. and Kim, S.J.: The influence of consumers' risk perception on their product purchase and communication behavior. *Korean. J. Ad. Pub. Rel.*, **12**(4), 555-589 (2010).
3. Nam, H.J. and Kim, Y.S.: A survey on perceived food safety in urban residents. *Korean. J. Fd. Nutri.*, **19**(2), 126-142 (2006).
4. Lee, G.H.: Case studies and success strategies for developing risk communications. *J. Fd. Hyg. Safety*, **2**(2), 33-42 (2007).
5. Lee, G.O. and Park, J.W.: A frame analysis of news coverage on the Kimchi risk in 2005. *Korean. J. Broadcasting*, **20**(5), 260-305 (2006).
6. Lee, E.J.: The effect of BSE news reports on beef intake. *J. Fd. Server. Management*, **4**, 223-239 (2001).
7. 이철호: 식품위생사건백서II. 고려대학교 출판부 (2005).
8. 이철호, 맹영선: 식품위생사건백서. 고려대학교 출판부 (1997).
9. Lee, G.O.: Food risk communication and media. *J. Fd. Hyg. Safety*, **2**(2), 19-27 (2007).

10. Bahk, G.J.: The analysis of food safety incidents from 1998 to 2008 in Korea. *J. Fd. Hyg. Safety*, **24**(2), 162-168 (2009).
11. Lupton, D.: 'A grim health future' food risk in the Sydney press. *Health. Risk & Society*, **6**(2), 187-200 (2004).
12. Oh, S.R., Shin, W.J., Park, T.G., Kim, R., Kim, H.S., Lee, J.H., Hwang, S.H. and Ha, S.D.: The effect of difference between reporting terms of government and media on risk communication in major food safety incidents. *J. Fd. Hyg. Safety*, **27**(3), 203-208 (2012).
13. Kim, R., Sung, W.K. and You, B.J.: Management system for term standardization. *J. Korea. Contents. Assoc.*, **7**(1), 94-98 (2009).