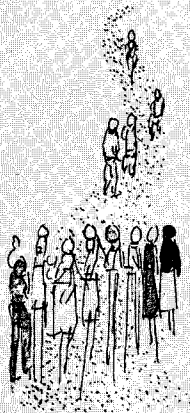


식품위생과 국민건강

柳 相 德 / 서울신문 생활과학부



지난 연말의 우지파동을 계기로 식품보건에 대한 국민적 관심이 점증하고 있다. 늘고있는 술·담배광고 인심으로 빙과류의 불량한 위생상태를 고발한 자료를 인용해 우리나라 식품위생의 현주소를 점검해 본다.
(편집자)

최근 술, 담배에 대한 광고실태조사및 과일, 식품등에 관한 시험검사가 잇따르고있다.

이같은 현상은 80년대 초반까지만 해도 별로 없던 현상이고 80년대가 저물어 가면서 부쩍 늘어나기 시작했다.

소비자문제를 연구하는 시민의 모임(회장 趙永冕)이라는 소비자단체는 90년 1월호로 발행된 월간지및 주간지에 대한 술, 담배광고를 분석한 결과, 이들의 광고량이 과거에 비해 늘어나고 있는 사실을 발견했다.

이 단체의 조사결과에 따르면 잡지에 술광고가 늘고 그 내용도 공정거래법및 식품위생법에 위반되는 허위·과장이 많아 대책이 시급한 것으로 지적됐다.

또 술광고에 등장하는 인물도 젊은 남녀가 대부분으로 주류의 판촉대상을 젊은이와 여성에 초점을 맞추고 있어 사회병리를 조장할 우려도 있다는 것이 이 단체의 의견이었다.

술광고는 조사대상잡지의 전체광고가운데 5%를 차지하고 있었다.

술광고비율이 가장 높은 것은 경제지(12.3%)였으며 그 다음은 종합지(11.9%), 기타 전문지(6%), 레저스포츠, 교양지, 대중오락지순이었다.

술광고를 가장 많이 내회사는 두산그룹(25.2%), 진로(13.0%)였으며 품목별로는 맥주(34.3%)와 위스키(30.5%)의 광고비율이 높았다.

특히 지난80년 조사대상이었던 종합지「신동아」는 전체쪽수중 술광고비율이 80년 0.5%에서 10년만인 90년에는 14%로, 「월간조선」은 1.6%에서 11.2%로 각각 28배, 7배나 증가했다.

또한 조사대상잡지뿐만 아니라 주간지, 월간지, 격월간지등 잡지의 숫자가 2.8배나 증가한 것을 고려한다면 소비자들이 술광고에 노출되는 빈도가 대단히 높아져 있는 실정이다.

술광고의 급증은 주류판매량의 증가를 의미하는 것으로 경제기획원통계에 의하면 지난10년간 위스키는 3.2배, 맥주는 1.9배로 그 출하량이 증가했다.

또 무역협회자료에 따르면 80년을 기준으로 할 때 주류수입(금액기준)이 8배나 늘고 그 중 코냑, 샴페인, 진당은 48배나 수입이 늘었으며 맥주 8배, 포도주 7배, 위스키 4배의 수입증가를 보였다.

특히 조사된 잡지의 술광고 가운데 절반에 가까운 43.8%의 술광고는 독점규제 및 공정거래에 관한 법률과 식품위생법에 위반됐다.

남자들이 주로 구독하는 경제지, 종합지, 레저스포츠지등은 「정통」, 「최고」 등의 용어를 사용해 광고를 하고 있어 광고에 등장된 술을 마시면 상류층같은 착각을 갖게해 자신의 지위가 격상되는 것으로 오인케할 우려가 있었다.

늘고 있는 담배광고

이번에는 담배광고에 대해 알아보자.

전체잡지 페이지중에서 담배광고의 비율은 1.2%였다. 이중 주간지의 전체페이지중 담배광고비율은 2.9%이고 월간지의 광고비율은 0.6%이다.

제품별로 광고페이지수를 많이 차지하고 있는 순위는 말보르, 입센로랑, 팔말, 피에르까르탱, 캐비의 순서였다.

또 청소년구독잡지인 시사영어, 객석,

TV가이드등에도 담배광고가 있었고 건강정보를 제공한다는 레저스포츠용 잡지에도 광고가 있었다.

담배는 건강에 해롭다는 사실이 확인된 상품이고 술도 많이 마시면 인체에 나쁜 영향을 미친다는 것은 상식에 속한다.

과거에는 개인이 술을 마시거나 그 술이 개인의 인체에 주는 영향은 개인의 문제로만 취급됐으나 이제 음주행위는 개인적 측면과 함께 사회적 측면까지도 고려되고 있다.

먼저 음주행위가 계속 진행되면 알콜중독, 간장의 악화, 음주로 인한 발병등 인체의 피해가 술을 마시는 많은 사람에게 나타난다.

다음으로 음주음전이나 폭행등 술에 취한 개인은 자신뿐만 아니라 사회에 부정적인 피해를 입힌다.

예를 들면 개인이 계속해서 술을 마실 때 이는 간장등 인체에 나쁜 영향을 주는데 간이 악화된 사람 숫자의 증가와 술로 인한 질병발생치료는 사회적 비용을 증가시켜 커다란 사회문제로 대두되고 음주자개인에게도 손해가 된다.

특히 최근 사회문제로 대두된 음주운전으로 인한 자동차사고는 자신은 물론 다른 사람의 생명에도 피해를 주는 위험성이 있다.

음주의 이런 사회적 측면 때문에 술을 마시도록 자극하는 환경을 적절히 규제할 필요가 있다.

세계적으로 볼 때 담배광고는 금지하고 있는 추세이나 통상무역마찰 해결방안이라는 명목으로 정부는 담배광고를 허용했다.

담배광고는 거대한 다국적 담배회사들

의 주장처럼 흡연자들에게 다른 상표로 바꾸게 하는 것이 아니라 흡연인구를 늘리는데 영향을 주며 담배광고의 주요 대상이 제3세계 여성, 청소년이라는 데에 주목해야 한다.

최근 우리나라의 청소년과 여성의 흡연연구증가는 개방된 담배광고선전과 무관치 않을 것이다.

담배는 세계보건기구(WHO)가 지적한 건강위해상품이며 공해물질이다.

그러나 담배광고는 담배라는 상품의 특성과는 정반대로 흡연은 활동적이고 좋은 것이며 매력적이라고 선전하면서 사람들을 유혹하고 있다.

담배를 피워보면 어느정도 긴장을 해소하는 효과가 있는 듯이 보이긴 하지만 흡연자의 대부분이 그 해독성을 느껴 금연을 다짐하는 게 오늘날의 추세이다.

광고를 통한 것이든 다른 방법을 통한 것이든 자신과 사회에 부정적 영향을 미치는 술·담배소비를 부추기는 주변환경을 적절히 조절할 필요가 있다.

빙과류에 대장균 우글우글

식품에 대한 유해여부를 검사하는 시험도 부족 늘어나고 있다.

한국소비자보호원(원장 崔東奎)은 많은 사람들이 건강식품으로 알고 이용하는 인삼음료의 품질을 시험검사했다.

11개제조업체의 18개인삼음료를 시험검사한 결과에 따르면 일부제품에는 최근 유·무해성이 거론되고 있는 사카린 나트륨이 들어 있었다.

태평양산업의 고려인삼골드-D와 고려인삼에서 사카린나트륨이 검출됐는데 인체에 대해 무해성여부가 논란이 되고 있으므로 사카린나트륨 대신 과당등을 사용하는 게 건강음료로서의 가치를 높이는 길이라고 생각된다.

또 여러제품에서는 기준치 이하이긴 하지만 인체에 유해한 납성분이 검출됐다. 고려삼업산업의 인삼디, 태평양산업의 고려인삼골드-D, 태평양화학의 인삼파낙스디, 웅진인삼의 인삼-디, 동성

“
광고를 통한 것이든
다른 방법을 통한 것이든
자신과 사회에 부정적
영향을 미치는 술·
담배소비를 부추기는
주변환경을 적절히
조절할 필요가 있다.
”



종합식품의 인삼드링크, 태평양산업의 고려인삼, 일화의 인삼넥타 및 인삼디, 썬권의 고려인삼넥타, 삼진인삼의 고려인삼D, 일화의 진생연에서 남성분이 검출됐다.

소비자보호원은 지난 여름 빙과류의 위생에 대한 검사를 실시했다.

조사결과는 한마디로 충격적이었다.

많은 제품에서 일반세균과 대장균이 우글우글했다.

빙과류에 허용되는 일반 세균의 수는 보사부고시에 따르면 1ml 당 3천마리 이하로 제한돼 있다.

그러나 롯데삼강, 해태제과, 롯데제과 등 이름있는 빙과류 제조사들의 제품들이 이 기준치를 초과했다.

특히 롯데제과의 「바요바」는 일반세균수가 4만6천으로 기준치를 15배나 초과한 극히 비위생적인 제품이었다.

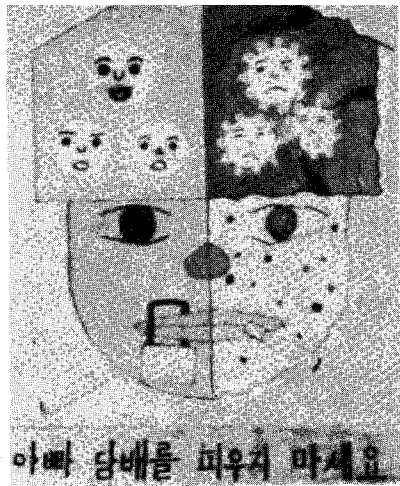
일반세균과 함께 식품의 위생상태를 판가름하는 척도로 이용되는 대장균수에 대한 빙과류의 규격기준은 1ml 당 10이하이다.

식품에서 대장균이 검출되었다는 것은 그 식품이 직접·간접적으로 사람이나 가축의 변에서 오염된 것이거나 병원미생물에 오염되었을 가능성을 나타낸다.

해태제과의 팔가네, 빙그레의 편치바, 롯데제과의 바요바, 롯데삼강의 아맛나 등에서 기준치를 훨씬 넘는 대장균이 검출됐다.

특히 대장균이 많이 검출된 제품들은 바요바, 아맛나, 팔가네등 대체적으로 팔을 함유한 제품들이었다.

이런 음식물들을 먹을 경우 어린이들은 어른들과 달리 장점막의 미성숙과 장



내 방어기능이 완전하지 못해 소량을 섭취하더라도 쉽게 복통, 설사등의 질병을 일으키게 된다.

또 몇몇 제품은 인공합성색소를 너무 많이 사용해 먹었을 때 입안이 사용색소로 인해 물이 들어 혐오감을 주었다.

롯데제과, 롯데삼강, 빙그레, 삼립식품공업, 삼양식품공업, 서울우유협동조합, 해태제과, 서주동 유명메이커제품들에서 진한 색소를 사용했다.

돈벌이에 앞서 국민건강 생각해야

지난해 발생해 전국민에게 식품위생의 문제를 제기했던 우지과동은 우리에게 건강의 문제가 가장 중요하다는 인식을 새롭게 해줬다.

요즘에는 많은 식품들이 식품업체들에 의해 가공돼 소비자들 앞에 선보인다.

식품업체들이 돈을 벌고 번창하는 것은 좋은 일이다.

그러나 돈벌이에만 집착하지 말고 국민위생도 생각해줬으면 하는 것이 우리 모두의 바람이고 실제 그런 회사만이 살아남을 것이다. †