

GMO에 대한 소비자 인식

Consumer's Perception of GMO in Korea

이 향 기

Hyang Ki Lee

한국소비자연맹

Consumer's Union of Korea

GMO에 대한 소비자 인식의 특징은 소비자의 절반 이상이 '불안감'을 가지고 있으면서도 향후 GM작물 개발이 필요하며 유전자재조합기술은 필요하다고 생각하는 것이다. 본고에서는 무엇보다도 '불안감'을 갖는 요인을 살펴보고 그 차이를 줄이는 방안을 제시해 보고자 한다.

1. 소비자 불안감

GMO에 대한 올바른 인식의 부재가 소비자 불안감의 주요 원인으로 보여진다. 가장 중요한 것은 소비자들의 수용자세로 수용할 준비가 되어 있지 않다는 것이다. 조금 더 적극적인 자세로 유전자재조합기술이 무엇인지를 알고자 하는 노력이 부족하다. 경규향 교수님 지적대로 수용하도록 만드는 노력도 부족하다.

한국소비자연맹이 2007년도 실시한 GMO 포커스

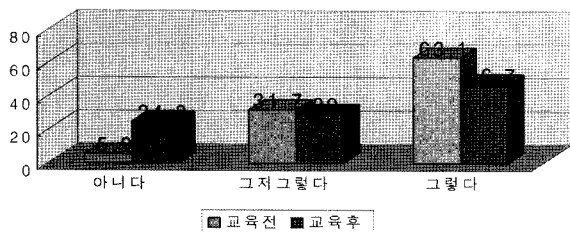


그림 1. GM식품에 대한 소비자 불안감 (2006, 한국소비자연맹 조사).

표 1. GMO 포커스그룹의 인식변화

	강의 전 이미지		강의 후 이미지	
	GMO	유전자 조작	이미지변화	입장
긍정적	1	1	긍정적 변화 /1	찬성/1
부정적	8	8	부정적 변화 /6	반대/1

그룹 인터뷰에 따르면 처음에 수용된 GMO 인식이 매우 중요함을 볼 수 있다(표1). 교육전 긍정적 인식을 가진 사람은 교육 후에도 긍정적 인식을 가졌고, 부정적 인식을 가진 사람들은 8명중 6명이 교육 후에도 전혀 바뀌지 않았으며 2명은 중립적 태도를 보여 한번 인식된 부정적 인식은 쉽게 바뀌지 않음을 볼 수 있었다.

대부분 부정적 인식을 갖게 되는 요인은 매스컴의 영향, 인쇄매체의 영향, Opinion Leader들의 영향, GMO 정보 제공처 영향 등으로 볼 수 있다.

예로 구분유통된 Non-GMO는 안전한가? 라는 표현을 보면 'GMO는 안전하지 않다'는 의미가 내재되어 있어 GMO는 '안전하다. 안전하지 않다'가 아직 규명되지 않았기 때문에 표현 하나 하나가 소비자에게 영향을 줄 수 있다.

*Corresponding author: Hyang Ki Lee, Consumer's Union of Korea, 272-1 Hannam-Dong, Youngsan-Gu, Seoul 140-888, Korea
 Tel: +822-795-8426
 Fax: +822-798-6564
 e-mail: cukip@hanmail.net

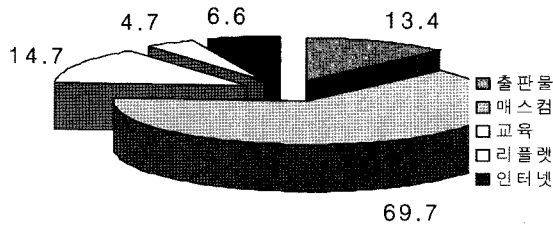


그림 2. 소비자의 GMO 정보 제공원 (2007, 한국소비자연맹 GMO 포커스 그룹 인터뷰).

2. GMO 관련 사회적 분위기

현재 국내의 ‘GMO 관련 사회적 분위기’는 서로간의 커뮤니케이션 부재로 인해 GMO의 부정적인 면만 보이고 있다. 과학적이고 합리적인 접근이 되지 못해 GMO에 대해 찬성이나? 반대나?의 이분법적 분위기가 조성되어 있다.

특히 매스컴 보도가 소비자 인식을 좌우하기 때문에 매스컴과의 커뮤니케이션 방안 모색이 필요하다.

2007년도 소비자연맹의 포커스그룹 인터뷰 결과를 보면 69.7%가 매스컴으로부터 GMO 정보를 얻고 있다.

매스컴과의 커뮤니케이션을 한 예를 보면 다음과 같다.

Food Biotechnology needs media

- * 미디어는 전문가를 필요로 한다.
 - 전문가는 정보제공뿐 아니라 신뢰를 준다.
- * 정확한 정보를 올바른 대상에게서 구해야 한다.
- * 미디어별 내용 구성에 따라 접근 방법을 달리 한다.
 - TV / 뉴스, 대담프로, 토론프로 등
- * 미디어와의 관계 구축을 해야 한다.
 - 기관접촉
 - 신뢰감 구축
 - 지속적 연결

예 : 미디어에 Food Biotechnology 기사가 실렸을 때 / 감사 note와 칭찬으로 격려

출처: IFIC (A communications guide to improving understanding)

따라서 매스컴의 영향이 매우 크므로 매스컴과의 커뮤니케이션을 할 수 있는 방안을 모색하고 학계, 정부, 업계, 소비자단체 모두가 노력해야만 한다.

3. 커뮤니케이션 GAP을 줄이기 위한 학자, 과학자 노력 필요

커뮤니케이션 GAP을 줄이기 위해서는 전문가들의 적극적 역할이 필요하다. 특히 부정확하고 비과학적 정보제공에 대한 의사표시를 적극적으로 해야 한다. 예를 들면 특정비영리활동법인인 일본국제생명과학협회(ILSI Japan)는 유전자재조합식물의 생물다양성영향 평가에 관한 국제 워크숍(2006)을 개최하는 등 GMO 올바르게 알리기 위한 노력을 하고 있다. 한국의 ILSI도 오늘 세미나를 개최하는 것과 같이 꾸준히 노력을 해야 한다.

4. 소비자 교육 확대

무엇보다 중요한 것은 소비자교육 확대이다. 소비자들은 유전자재조합식품에 대해 막연한 불안감을 가지고 있으나 향후 생활에 필요하다고 인지하고 있다. 따라서 향후 세계 식량수급 현황, 앞으로의 GMO의 전망 등에 대한 정확한 정보제공이 요구된다.

그러나 국내는 ‘GMO 정보 제공처’가 다양하지 못하다. 외국과 비교하여 국내에서는 자료가 많지 않다 (표 2. 일본의 GMO 정보 제공처). 서울대학교 농업생명과학대와 고려대학교에서는 방학을 이용하여 중·고등학생을 대상으로 과학캠프를 운영하여 유전자재

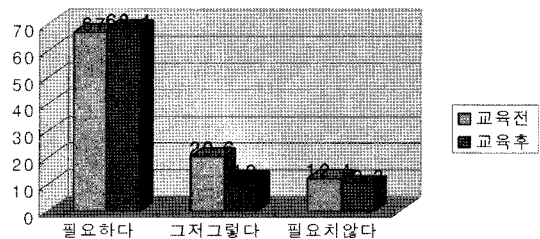


그림 3. 향후 생활에서 GMO의 필요성에 대한 소비자 인식 (2006, 한국소비자연맹조사).

표 2. 일본의 GMO 정보제공처

국명	교육기관	교육대상	교육내용
일본	STAFF(농림수산선단기술산업센터)	일반시민	<지역 커뮤니케이션 회의> - 바이오테크놀로지에 대한 강의 - 의견교환(참가자 앙케이트) - 주요의견 정리
	STAFF(농림수산선단기술산업센터)	일반	<중앙 심포지움> - 바이오테크놀로지의 커뮤니케이션의 중요성에 대한 강의 - 지역 커뮤니케이션 참가자 보고 - 패널 토의
	STAFF(농림수산선단기술산업센터)	일반 등	<연대 커뮤니케이션> 학회, 대학, 고등학교, 과학관, NPO법인, 소비자단체, 기타 단체와의 연대구축 - 사이언스 카페 / - 공개강좌 - 실험실습 등 지원
	일본농학회	원생, 학생, 연구자	<심포지움> - 동물·미생물의 유전자공학연구의 현상과 전망
	근기대학(생물리공학부)	일반	<공개강좌> - 식물의 살아남는 전략 ~ 식물의 방어물질과 그의 기능 - 세포가 암이 될 때 - 유전자공학이 밝히는 암발생 메카니즘 - 식물의 유전자를 가진 돼지 - 쥐의 유전자조작으로부터 사람의 병을 안다
	NPO법인	일반	<바이오 카페> - 삼목화분증 면역요법 - 먹거리 불안과 리스크커뮤니케이션 - 유전자재조합 실험교실
	특정비영리활동법인 일본국제생명과학협회 (ILSI Japan)	일반	- 유전자재조합식물의 생물다양성영향평가에 관한 국제 워크숍
	九州바이오테크놀로지 연구회	회원, 일반	<九州바이오테크 전략세미나> - 화분증 완화 쌀 등의 유전자재조합관련
	일본 몬산토(주)	미디어, 일반	- 유전자재조합 작물의 재배시험포장 견학
	중앙농업총합연구센터	일반	- 초등학생을 대상으로 한 DNA추출 체험, 전시를 포함
	북해도 농업 연구센터	일반 (주로 초·중등학생)	- DNA추출실험 체험
	동북농업연구센터	일반	- DNA 구조를 구슬로 만들기 - 비디오 상영 (유전자재조합기술을 포함한 바이오테크 기술에 대해서 계몽)
	근기중국사육농업연구센터	일반	<심포지움> - 농림수산물 DNA감정의 현상과 전망 <시민강좌> - DNA가 나타내는 먹거리와 생활의 안심 / 안전

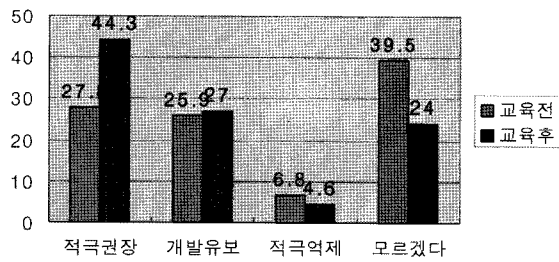


그림 4. GM작물의 국내 개발에 대한 소비자의 인식 (2006, 한국소비자연맹 조사).

조합 작물의 원리와 과정을 소개하고, 유전자재조합작물을 확인하고 판별하는 실험 등을 통해 GMO에 대한 이해를 돕고 있다.

정부기관으로는 농촌진흥청의 웹사이트에서 GMO 관련내용과 용어정리, GMO에 대한 국내·외 동향, 평가 절차 및 심사 절차와 과정을 알리고 있고, 농업 바이오 안전성 정보센터에서는 GMO에 대한 국내·

외 소식을 수집해서 정보제공을 하고 있고 안전성평가 및 향상에 관한 연구결과 및 동향을 알리고 있으나 GMO에 관심을 갖는 사람들만 이용할 수 있는 실정으로 일반인의 접근이 쉽지 않다.

5. 국가차원의 BT산업 육성 전략

전 세계가 국가차원으로 생명공학산업을 육성하고 있다. 따라서 국내에서도 생명공학산업 육성이 필요하다. 이를 위해서 중요한 것은 ‘소비자와 개발자간 커뮤니케이션 전략’이다.

국제적 동향을 보면 유전자재조합작물이나 식품을 받아들일 수밖에 없는 현실이어서 지속적인 소모적 논쟁과 소비자의 막연한 불안감은 국내 BT산업의 걸림돌이 될 수밖에 없다. 소비자에게 올바른 정보를 줄 수 있도록 다양한 곳에서 교육을 실시하고 국가차원의 BT 산업에 대한 소비전략으로 접근해야 한다.