

# 가공식품의 대한 오해와 바로잡으려는 노력 (우리가 알고있는 가공식품의 정보는 믿을만한 정보인가?)

외식조리전공

202211157 최희욱

## 1. 서론

가공식품이란 식품을 여러 방법으로 처리, 가공하여 맛과 저장성을 높인 것으로, 물리적, 화학적, 미생물적 처리를 통해 식품의 기호성과 영양가를 높인 식품이다. 우리는 이런 가공식품을 언제 어디서나 손쉽게 구할 수 있다. 사람들의 밥상에서 쉽게 찾아볼 수 있으며 소비자들의 수요가 점점 증가하는 추세이다. 가공식품의 시장이 거대해지기 시작하면서 많은 가공식품의 잘못된 정보들이 마치 사실인 것처럼 사람들에게 쉽게 퍼져나가기 시작했다. 우리는 이런 잘못된 정보들이 사실인지 아닌지 알 수 없는 정보들 사이에서 살아가고 있다. 저자를 포함한 소비자들에게는 정확히 알고 소비할 권리가 있다. 많은 거짓 정보들이 떠도는 탈진실 시대에서 더는 소비자들의 알 권리가 침해당하지 않았으면 좋겠다는 생각에서 이 주제를 선정하게 되었다. 대중에게 잘 알려진 가공식품들의 정보가 과연 믿을 만한가, 아닌가에 대한 이야기를 다뤄보려고 한다.

대표적으로 꾸준한 논란거리이자 대중들에게 가장 익숙한 MSG에 대한 사례가 있다. MSG는 글루탐산 모노나트륨염으로, 감칠맛을 내는 글루탐산에 나트륨을 첨가해 만든 대표적인 인공 조미료이다. MSG를 만드는 과정에는 화학적인 처리 과정이 포함된다. 이것이 사람들이 MSG를 오해하게 만드는 큰 요인이다. 화학적 처리 과정을 거친다는 이유로 사람들은 MSG를 '화학 식품'이라고 인식하게 되었다. 또 MSG가 첨가된 음식은 언제부터인가 '먹어선 안 되는 것'으로 인식되기 시작했다. 미국의 과학 전문 저널 [사이언스]에 "다량의 MSG를 섭취하면 두통, 근육경련, 메스꺼움 등의 증상이 나타난다"라고 하는 논문이 올라왔기 때문이다. 그러나 실제 MSG의 80% 이상을 차지하는 글루탐산의 원료는 사탕수수이다. 즉 인체에 해롭지 않은 자연적인 재료에 나트륨을 더한 조미료일 뿐이다. MSG에 대한 세계 각국의 입장 또한 긍정적이다. FDA와 세계보건기구(WHO), 한국 식품 의약품 안전처 등 관련 전문 기관들은 입을 모아 "MSG는 평생 먹어도 안전하다"며 MSG가 인체에 무해하다는 입장을 밝혔다. 이러한 이야기들에도 불구하고 논란들은 현재까지도 이어져 오고 있다. 여전히 대중들 사이에서는 MSG를 화학 식품으로 보며 인체에 해롭다고 주장하는 의견과 반대로 인체에 아무런 영향을 주지 않는다는 의견이 충돌하고 있다. 이처럼 가공식품의 정보들을 믿을만한 정보로 보고 그대로 받아들이고 믿는 사람들이 있다. 반대로 진실을 찾아 잘못된 정보를 배제하고 받아들이는 사람들이 있다.

## 2. 본론

위의 MSG 사례뿐만이 아니라 가공식품에 대한 잘못된 정보들을 주변에서 쉽게 찾아볼 수 있다. 인체에 해롭지만, 이롭다고 알려진 식품들도 있고, 인체에 이롭지만 해롭다고 알려진 식

품들도 있다. 또 식품의 효과가 크게 과장되어 알려진 식품들도 존재한다. 소비자들의 알 권리가 때문에 나는 우리에게 흔히 알려진 있는 가공식품의 정보가 믿을만하지 않다고 생각한다. 이 주장을 뒷받침할 수 있는 근거에는 가공식품에 대한 가짜뉴스, 과대광고, 기업이 만든 이미지 이렇게 크게 세 가지가 있다.

## 2. 본론1 가공식품의 가짜뉴스

### 2.1. 통조림 관련 가짜뉴스

먼저 가공식품에 대한 가짜뉴스 중에 통조림의 가짜뉴스가 있다. 통조림은 식품을 가열, 살균하여 금속제의 깡통에 넣어 밀봉해서 장기간 보존할 수 있도록 가공한 식품이다. 통조림은 식품을 가공해 오랜 시간 보관이 가능하고 캔에 보관되어 나온다. 또 통조림은 다른 가공식품에 비해 비교적 보관기간이 길다. 그래서 통조림이 ‘방부제 덩어리이다.’ 하는 가짜뉴스가 나오고 있다. 그러나 통조림에는 방부제가 단 1g도 들어가 있지 않다. 이는 통조림의 제조과정을 보면 알 수 있다. 보통의 통조림은 금속용기에 식품을 담고 공기를 모두 빼낸 후 밀봉하여 유통된다. 유통되기 전 통조림은 100도 이상의 고온으로 가열처리 해 다시 급속 냉동하는 과정을 거친다. 그렇기 때문에 상온에서도 오랫동안 보관할 수 있는 것이다. 예를 들면 참치 통조림 같은 경우에는 5~7년, 양념이 된 참치 통조림 같은 경우에는 3~5년을 유통기한으로 한다. 1)통조림은 애초에 멸균처리를 거친 후 밀봉하기 때문에, 공기와의 접촉만 없다면, 오랜 시간이 지난 후에 먹어도 문제는 없다.

### 2.2 냉동식품 관련 가짜뉴스

다음으로는 냉동 가공식품에 대한 가짜뉴스이다. 냉동식품은 식품을 가공한 후 냉동하여 장기간 보관할 수 있게 한 식품으로, 대중들에게 매우 익숙하고 다양한 종류가 있는 가공식품 중 하나이다. 냉동식품에 대한 가짜뉴스에는 ‘냉동과정을 거치면서 영양소가 파괴된다.’ 혹은 ‘유통기한이 긴 것은 방부제가 많이 포함되어 있기 때문이다’ 등이 있다. 먼저 냉동 과정을 거친다고 해서 영양소가 파괴되는 것은 아니다. 영양소 파괴에는 여러 요인이 있고, 냉동 자체가 영양소를 파괴하는 주요인이 아니라는 것이다. 또한 최근 급속 냉동 기술이 발달하면서 식품의 영양소를 많이 파괴하지 않고도 냉동하여 유통된다. 급속냉동 방법은 영하 40도 이하의 저온에서 식품을 단시간에 얼리는 것이다. 이 방법은 식품의 맛과 품질을 유지하는데 탁월한 방법이다. 이렇게 되면 장기간 신선하게 보존할 수 있을뿐더러, 영양소의 파괴도 거의 없다. 2)

이렇듯 우리가 흔하게 알고 있는 가공식품들에 대한 거짓된 정보를 마치 사실인 것처럼 떠돌아다니고 있다. 통조림과 냉동식품 외에도 가공식품과 관련된 가짜 뉴스들을 흔하게 찾아볼 수 있다. 주변에서 쉽게 접하고 대중들 사이에서 빠르게 퍼져나가기 때문에 대중들에게 가공식품의 잘못된 정보가 각인 되는 것이다. 우리는 이런 정보들이 믿을만한지에 대해 꾸준히 생각해봐야 한다.

## 3. 본론2 가공식품의 과대광고

두 번째, 가공식품에 대한 과대광고이다.

---

1) 고승희 “통조림에 대한 오해와 진실 6가지...유통기한 7년, 믿어도 될까요?” 건강식·친환경·자연식 푸드메거진, 2016년 10월 17일

2) 황인선 “냉동식품, 영양학적으로 괜찮을까요?” 푸드투데이, 2017년 10월 11일

### 3.1 크릴오일에 관한 과대광고

우선 크릴오일을 예로 들 수 있다. 크릴오일이란 남극 바다에서 주로 서식하는 갑각류 크릴에서 추출한 기름이다. 크릴은 오메가3, 아스타잔틴, 비타민A 및 E와 같은 항산화 물질을 포함하고 있다. 크릴오일은 흔히 항산화 작용에 도움을 주며, 혈관의 지방을 녹이고 배출하는 효과가 있다고 알려져 있다. 또 비만, 고혈압, 치매 등의 질병을 예방한다는 정보를 쉽게 찾아볼 수 있다. 그러나 알려진 것과는 다르게 크릴오일의 심혈관질환 예방 효과는 과학적으로 입증되지 않았다. 건강에 이로운 영향을 주는 성분들을 가지고 있으나, 과학적으로 입증된 효과는 미미하다는 것이다. 한국지질·동맥경화학학회에 따르면 크릴오일은 과학적으로 안정성과 기능성을 입증하지 못한 일반 식품이라고 강조했다. 이어, 크릴오일에 대한 대규모 연구가 아직 없으며, 적정 섭취량 등도 정해지지 않은 물질로, 특정 질환의 예방이나 개선의 효과를 기대할 수는 없다고 밝혔다.<sup>3)</sup> 이처럼 크릴오일은 대중들에게 건강기능식품이라고 알려졌지만, 사실은 일반 가공식품에 불과한 것이다.

### 3.2 홍삼에 대한 과대광고

다음으로는 홍삼에 관련된 과대광고이다. 홍삼은 수삼을 찌서 말린 붉은 인삼으로 보통 농축액으로 많이 유통되고 있다. 홍삼에는 원기 회복, 면역력 증진, 자양 강장에 도움이 된다고 알려져 있고, 대중들에게는 홍삼농축액이 익숙한 가공식품으로 자리 잡고 있다. 코로나19 사태가 장기화되면서 대중들의 불안심리를 이용해 코로나19 예방·치료 효과를 내세운 과장 광고를 많이 볼 수 있다. 홍삼도 코로나19로 과장된 광고가 떠돌았다. 홍삼농축액은 물론 피로 회복과 면역력 증진 등의 기능성에서 인정된 식품이다. 그러나 코로나19가 장기화되면서 홍삼이 코로나19의 치료에 도움이 된다는 과장된 광고들과 기사들이 퍼져나가기 시작했다. 홍삼이 면역력 증진에 효과가 있는 것은 사실이나, 그것으로 인해 코로나19가 예방되거나 치료가 될 수 있는 것은 아니다. 하지만 이러한 코로나19 예방, 혹은 치료 등의 과장된 제목의 광고들이나 기사들을 주변에서 많이 찾아볼 수 있었다.

이처럼 우리는 과장되고 포장된 가공식품의 정보들을 쉽게 찾아볼 수 있다. 조금만 알아보고 진실을 찾으려고 노력한다면 어떤 과학적 입증이 되었는지, 어떤 성분이 들어있는지 알 수 있다. 기사나 광고들의 정보가 믿을만하다고 보고 받아들이기에는 너무나 많은 정보 오류와 과장 정보들이 존재한다.

## 4. 본론3 기업이 만든 가공식품의 이미지

다음으로는 기업이 만든 이미지가 있다. 우리나라뿐만이 아니라 전 세계적으로 유명한 기업들이 존재하고, 그 기업을 나타내는 시그니처 제품이 존재한다. 먼저 기업 이미지란 광고를 통해 소비자들에게 해당 기업과 제품의 이미지를 긍정적으로 각인시키는 것이다. 그로 하여금 기업은 이윤 창출을 극대화한다.

### 4.1 기업이 만든 코카콜라의 이미지

대표적인 예시로는 코카콜라가 있다. 코카콜라는 일종의 청량음료, 즉 탄산음료로 코카 나뭇잎, 콜라 열매, 시럽 등을 혼합하여 제조한 음료이다. 이 코카콜라에 대해 유발 하라리는 이렇게 말했다.

---

3) 신은진 “크릴오일, 건강기능식품도 아닌 일반 식품?” 헬스조선, 2021년 09월 08일

코카콜라를 생각하면 어떤 이미지가 먼저 떠오르는가? 건강한 젊은이들이 운동을 즐기며 노는 장면이 연상되나? 아니면 과체중의 당뇨 환자가 병원 침상에 누워 있는 모습이 떠오르나? 코카콜라를 많이 마신다고 해서 젊어지지도 건강해지지도 않고 몸매가 좋아지는 것도 아니다. 오히려 비만과 당뇨로 고생한 확률만 높아질 뿐이다. 하지만 수십 년 동안 코카콜라는 수십억 달러를 투자해 자사의 이미지를 젊음과 건강 운동과 연결시켰고 수십억 명의 사람들은 무의식중에 이런 연관성을 믿는다.<sup>4)</sup>

정말 간단히 짧게 생각해봐도 우리는 유발 하라리의 말이 무엇인지 깨달을 수 있다. 코카콜라는 설탕이 아주 많이 함유되어 인체에 좋을 것이 하나도 없는 음료일 뿐이다. 그러나 코카콜라 광고는 젊은 사람들을 출연시키고 열심히 운동하며 건강한 모습을 강조시킨다. 코카콜라는 당뇨와 비만을 유발시킬 수 있다. 그러나 코카콜라 회사는 사람들에게 코카콜라의 이미지를 건강하고 긍정적인 이미지로 인식시키려고 한다. 그러다 보니 사람들은 자연스럽게 코카콜라를 떠올리면 젊은 사람들의 운동 장면과 함께 건강하고 청량한 이미지를 떠올리게 되는 것이다. 생각해 보면 저자도 코카콜라를 생각했을 때 비만과 당뇨로 고생하는 사람들보다는 젊고 건강한 젊은 사람들을 먼저 떠올렸다.

#### 4.2 기업이 만든 주류의 이미지

두 번째, 우리가 가장 흔하게 접해볼 수 있는 소주나 맥주도 기업이 만든 이미지가 각인되어 있다. 소주나 맥주 광고를 잠깐 생각해 보면, 대개 젊고 유명한 연예인들이 나와 주류를 마신 후 “카”하는 추임새와 같이 유쾌하고 즐거운 표정을 짓는다. 우리는 TV 외에 식당에 붙어 있는 포스터로도 이러한 주류 광고를 접할 수 있다. 그러나 소주나 맥주도 우리의 건강에 이로운을 가져다주는 식품이 아니라는 것은 모두가 알고 있는 명백한 사실이다. 주류, 즉 술은 에틸알코올을 함유하는 음료이다. 파주 보건소에 따르면, 술은 수면과 이뇨 작용을 방해한다. 더 나아가 과도한 음주를 하게 되면, 알코올 중독이나 정신적, 신체적 장애를 일으킬 수 있다. 정신적으로 이해와 판단 능력이 떨어지게 되며, 기억력이 저하되는 등의 악영향을 불러일으킨다.<sup>5)</sup> 그러나 우리는 술을 생각하면 알코올 중독으로 고생하고 피해를 입은 사람을 떠올리기보다 유명한 연예인이 청량하게 깨끗한 술을 마시는 이미지를 떠올린다. 이것이 바로 주류 관련 기업이 만들어낸 이미지이다.

### 5. 반론과 재반론

#### 5.1 가능한 반론

혹자는 대중들에게 알려진 가공식품의 정보 중 믿을 만한 정보가 존재한다고 말할 수 있다. 우리에게 흔히 알려진 가공식품 중에서도 믿을만한 정보를 가지고 광고를 낸 제품이 있다고 반론할 수 있을 것이다. 예를 들어 치즈를 보자면, 치즈에는 여러 칼슘 등이 풍부해 성장기에 있는 아이들의 발육에 도움이 되고, 골격을 튼튼하게 해 준다는 광고나 기사들이 존재한다. 이렇듯 알려진 가공식품들에 대한 정보를 항상 의심하고 추궁할 필요는 없다고 반론 할 수 있을 것이다. 존재하는 기사들과 광고들이 항상 헛되고 과장되고 만들어진 정보들만을 담지 않는다고 말이다.

4) 유발 하라리 『21세기를 위한 21가지 제언』, 김영사, 2020, 탈진실

5) 파주시 보건소 ‘술, 무엇이 문제인가?’ 2003.03.02.

## 5.2 재반론

우리는 하루에도 수십 개의 기사와 광고를 접하고 읽는다. 그중에서 진실한 정보가 담겨 있는 기사나 광고가 몇 개나 될지는 저자도, 대중들도 모르는 일이다. 그러나 거짓을 쓰는 일이 쉽고, 거짓이 더 이상 양심에 큰 가책을 느끼게 하지 않는 현대 사회에서 기사와 광고를 곧이곧대로 믿는 것은 어려운 일일 수밖에 없다. 저자는 현존하는 모든 기사와 광고가 거짓되었다고 이야기하는 것이 아니다. 그러나 우리는 기사와 광고가 진실하게 다가오거나 사실 그대로를 보여주지 못한다는 것을 느낀다. 많은 사람이 가공식품의 효능이나 효과를 기대하고 소비하거나 섭취한다. 그러나 우리의 기대만큼의 효과를 보는 일은 거의 드물다. 이 사실은 우리가 직접 경험하며 알게 된 것이다. 혹은 건강을 염려해 소비하지 않았거나 섭취하지 않았던 가공식품들이 실제로는 아무런 이상이 없는 식품임을 깨닫게 될 때도 있다. 이처럼 우리는 진실보다는 거짓이 더 큰 비중을 차지한다는 사실을 경험했다. 이런 경험으로 보아 떠돌고 있는 많은 가공식품에 대한 정보들이 과히 신뢰할 만큼 정직하지 못하다고 이야기하고 싶다. 조심해서 나쁠 것이 없다는 말을 인용하고 싶다. 보게 된 기사나 광고를 곧이곧대로 믿지 않고 입증된 정보를 한번 알아보고, 올바른 정보를 찾아보는 것이 우리에게 나쁜 영향을 끼치지 않는다. 잠깐의 시간을 내어 알아보면 외려 진실한 정보를 알 수 있어 좋은 것이다.

## 5.3 가능한 반론

어떤 혹자는 믿을만한 정보의 기준에 대해서 반론할 수 있을 것이다. 믿을만한 정보와 그렇지 않은 정보에 대한 기준에 대해 의문을 품을 수 있을 것이다. 명확히 제시된 기준은 존재하지 않고, 존재한다고 하더라도 그 기준은 개인적인 기준이라 말할 수 있을 것이다. 그저 믿을만한 정보와 그렇지 않은 정보라고 말하는 것은 적절하지 못하다고 말이다.

## 5.4 재반론

믿을만한 정보란 다시 말해 진실한 정보이다. 진실의 기준을 모호하다고 말할 수는 없을 것이다. 모든 정보는 거짓인지 사실인지를 판단해야 할 필요가 있다. 진실을 입증하기 위해 사용되는 많은 도구를 보면 그 기준이 더 명확해질 수 있다. 대개 진실을 밝히기 위한 방법에는 임상 실험이나 과학적인 성분 실험이 있다. 이외에도 구체적인 설문조사, 의학적 연구나 사례 연구 등이 있다. 인과를 따지며 실험을 하고, 연구를 하고, 조사한 후 도출해내는 모든 결과는 믿을만한, 즉 사실을 바탕으로 한 정보가 되는 것이다. 이러한 과정을 거친 정보들이 사실이 아닌 거짓된 정보라고 말할 수는 없을 것이다. 이처럼 과학적이고 통계적인 입증, 검증을 끝낸 정보들로 이루어진 기사나 광고를 신뢰할 수 있게 되는 것이다. 사람들의 예상으로 도출된 결과나 비윤리적이거나 비과학적인 과정을 통해 도출된 결과를 바탕으로 기사나 광고를 만들면 신뢰성이 상당히 떨어지게 되는 것이다.

## 6. 결론

저자는 흔히 알려진 가공식품에 대한 정보가 믿을만하지 않다고 주장하였고 가공식품의 가짜 뉴스, 과대광고, 기업이 만든 이미지에 관해 설명했다. 세상에는 믿을 수 없는 정보가 많이 존재하고, 우리는 이를 판별해 인식해야 한다. 우리는 수많은 기사와 광고들 사이에서 우리의 알권리가 있다는 것을 알아야 한다. 우리의 알권리는 중요하고, 그 권리를 스스로 찾는 것 또한 중요하다. 그렇기 때문에 진실을 판별하는 노력을 해야 한다고 말하고 싶다. 주변에는 쉽게 접할 수 있는 많은 정보가 있고, 우리는 그것이 정말 수용해도 되는가 하는 질문을 끝없이 던져야 한다. 어떠한 오류가 존재하는지, 어떤 부분은 믿을 수 없는지를 끊임없이 사고하기를 바란다. 저자를 포함한 소비자들이 조금 더 똑똑하게 소비했으면 바라는 마음이다.

먼저 우리는 뉴스 기사나 광고를 주의 깊게 살펴볼 필요가 있다. 하루에도 수십 개의 뉴스 기사와 광고를 접한다. 그것들을 주의 깊게 살펴볼 생각을 하지 못하는 것이 현실이다. 그저 보이는 대로 지나치고, 들리는 대로 흘러든다. 우리는 이것을 고치고 주의 깊게 살펴봐야 한다고 생각한다. 믿을만한지 그렇지 않은지를 따지기 전에 우리가 접하는 많은 정보에 주의를 기울이는 것부터 시작해야 한다. 미디어를 통해 볼 수 있는 광고나 뉴스 기사들을 몇 개라도 주의를 기울여 읽어보는 도움이 될 것이다. 꼼꼼히 일어보고, 관심을 가지는 것이 정보를 잘 판단하는 것에 시작이 될 것이다.

그다음 꼼꼼히 읽다가 보면, 의문점이 생기는 부분이나 의심이 가는 부분이 생기게 될 것이다. 그러한 부분을 스스로 한번 찾아보는 노력을 해야 한다. 의아해하고 의심하는 것에서 끝나는 것이 아니라, 그러한 점을 해결하려고 노력해보는 것이다. 검색을 통한 조사도 좋고, 관련 서적을 찾아 읽어보는 것도 좋다. 입증되고 검증된 정보들을 찾아 오류를 수정하고, 배제해야 할 정보들을 골라내는 습관을 들여야 한다고 생각한다. 이러한 사소한 노력으로 거짓과 진실을 판별하는 능력이 길러지는 것이다.

사람들이 이러한 노력을 해 나간다면, 점점 가짜뉴스, 과대광고, 기업이 만든 이미지 같은 잘못된 정보들이 줄어들 것이라고 예상된다. 사람들이 점점 진실에 대해 반추하고 진실을 알려고 노력할수록 거짓과 잘못된 정보들은 힘을 잃고 소멸할 것이다. 그렇게 되면 거짓이나 허위 정보들은 줄고 진실과 신뢰할 수 있는 정보들이 가득한 세상이 될거라고 생각한다.

## 7. 참고문헌

유현정 채우영 김현경 서백재 이진영 「간편식품의 가공과 식품안전」 『산학연』 2020, 2쪽

오진경 김영욱 「과학 커뮤니케이션에서 메시지 측면성과 과학 신념의 효과 분석」 『한국광고홍보학보』 제 19권 (2017), 1,2쪽

고승희 “통조림에 대한 오해와 진실 6가지...유통기한 7년, 믿어도 될까요?” 건강식·친환경·자연식 푸드메거진, 2016년 10월 17일,

<http://realfoods.co.kr/view.php?ud=20161017000248&pg=173&ret=list>

황인선 “냉동식품, 영양학적으로 괜찮을까요?” 푸드투데이, 2017년 10월 11일

<http://www.foodtoday.or.kr/news/article.html?no=151146>

신은진 “크릴오일, 건강기능식품도 아닌 일반 식품?” 헬스조선, 2021년 09월 08일,

[https://health.chosun.com/site/data/html\\_dir/2021/09/08/2021090801032.html](https://health.chosun.com/site/data/html_dir/2021/09/08/2021090801032.html)

파주시 보건소, “술, 무엇이 문제인가?”

[https://clinic.paju.go.kr/clinic/clinic\\_03/clinic\\_03\\_03/clinic\\_03\\_03\\_02.jsp](https://clinic.paju.go.kr/clinic/clinic_03/clinic_03_03/clinic_03_03_02.jsp)

유발 하라리 『21세기를 위한 21가지 제언』, 김영사, 2020, 탈진실