

# 담배갑 경고표기의 개선과 정책방향

## Recommendation for the improvement of cigarette warning label

신 윤 정 한국보건사회연구원 책임연구원

정부는 2005년 7월 담배갑에 흡연경고 그림을 도입하고, 흡연경고문구도 여러 개를 순환하여 게재하는 등 담배갑 경고표기를 강화할 계획이라고 밝혔다. 담배갑 경고표기가 본래의 기능을 다하고 있지 못하는 현 시점에서 정부의 담배갑 경고표기 강화 계획은 환영할 만한 일이다. 우리나라 담배갑 경고표기는 담배의 해악을 공중에게 효과적으로 알려 금연을 유도한다는 측면에서 아직도 부족한 부분이 많이 있다. 본 고에서는 정부의 담배갑 경고표기 강화가 성공적으로 추진될 수 있도록 정책적인 조언을 제공하였다. 주요내용으로 담배갑 경고표기의 역할과 경고표기가 효과적으로 담배의 위해를 알리기 위해서 필요한 사항들을 고찰하였다. 이러한 고찰을 토대로 현행 국내 담배갑 경고표기를 평가하였다. 또한 담배갑 경고표기에 대한 시민의식 조사 결과를 토대로 담배갑 경고표기의 강화 필요성을 제고하였다. 결론에서는 앞서 고찰한 내용을 토대로 정부의 담배갑 경고표기 강화 정책이 성공적으로 수행될 수 있기 위한 정책적인 조언을 제공하였다. 첫째, 담배갑 경고 문구의 새로운 콘텐츠 개발이 필요하다. 둘째, 담배갑 경고표기가 눈에 띄도록 시각적인 디자인을 고안해야 한다. 셋째, 경고표기 강화와 더불어 금연 분위기 확산을 위한 노력이 필요하다. 성인 남성 흡연율이 감소되고 있기는 하지만 아직 선진국의 수준에 비교하면 높은 수준이고, 아직은 비율이 낮은 여성 흡연율도 안심할 수 없다는 우려가 제시되고 있다. 따라서 적극적인 금연 정책이 지속적으로 이루어져야 할 것이며 그 일환으로서 추진되고 있는 담배갑 경고 표기 강화는 국내 흡연율 감소에 긍정적인 효과를 가져올 것으로 판단된다.

### 1. 서 론

정부는 2005년 7월 담배갑에 흡연경고 그림을 도입하고, 흡연경고문구도 여러 개를 순환하여 게재하는 등 담배갑 경고표기를 강화할 계획이라고 밝혔다. 담배갑 경고표기의 강화는 담배가격 인상과 더불어 정부가 지속적으로 추진하고 있는 금연 정책과 맥을 같이 하고 있다. 정부는 지난 5월 WHO 담배규제기본협약(WHO Framework Convention on Tobacco Control)에 비준함으

로써 보다 강력한 담배규제정책을 실시하겠다는 의지를 천명하였다. 담배갑 경고표기 강화는 이러한 정부의 의지를 보여주는 실례라고 할 수 있다. 담배갑 경고표기가 본래의 기능을 다하고 있지 못하는 현 시점에서 정부의 담배갑 경고표기 강화 계획은 환영할 만한 일이다.

우리나라 담배갑 경고표기는 1976년 최초로 도입된 후 점차 강화되는 방향으로 발전하였다. 그러나 담배의 해악을 공중에게 효과적으로 알려 금연을 유도한다는 측면에서 아직도 부족한 부분

이 많이 있다. 2005년 6월 한국보건사회연구원이 조사기관 R&R과 공동으로 실시한 담배갑 경고 표기에 대한 시민의식조사 결과는 이러한 문제점을 잘 지적하고 있다. 현행 담배갑 경고표기가 금연하게 하는데 “전혀 효과가 없을 것이다” 혹은 “별로 효과가 없을 것이다”라고 부정적인 반응을 보인 사람은 조사 대상자 1,200명 중 944명으로 전체의 78.7%를 차지했다.

본 고에서는 정부의 담배갑 경고표기 강화가 성공적으로 추진될 수 있도록 정책적인 조언을 제공하고자 한다. 2장과 3장에서는 담배갑 경고 표기의 역할과 경고표기가 효과적으로 담배의 위해를 알리기 위해서 필요한 사항들을 고찰한다. 4장에서는 이러한 고찰을 토대로 현행 국내 담배갑 경고표기를 평가한다. 5장에서는 담배갑 경고 표기에 대한 시민의식 조사 결과를 토대로 담배갑 경고표기 강화 필요성을 제고한다. 결론에서는 이러한 논의를 바탕으로 담배갑 경고표기의 개선 방향과 향후 정책과제를 모색한다.

## 2. 담배갑 경고표기의 역할

담배갑 경고표기는 담배의 해악을 담배갑에 기재하여 효과적으로 소비자들에게 정보를 제공하는 역할을 한다. 담배 포장지를 통해 흡연 위해 정보를 소비자에게 제공하는 것은 제조업자 측면에서는 담배의 위해를 소비자들에게 주시시켜 제조물 책임법의 표시상의 결함을 피하게 하

는 기능을 한다. 또한 보건증진 측면에서는 담배의 해악을 시민들에게 알려 금연을 유도하는 기능을 하기도 한다. 담배 경고표기는 표시상의 결함을 피하게 한다는 점에서 의약품 및 기타 공산품 포장지에 표기되어 있는 경고표기 비슷한 기능을 한다. 그러나 소비자의 금연을 유도하는 정책적인 기능이 있다는 점에서 담배갑 경고표기는 기타 공산품에 기재 되어 있는 경고표기와 차이가 있다. 담배갑에 경고문구를 표기하는 것을 의무화 하고 있는 미국의 연방담배표기법(Federal Cigarette Labeling Act of 1965; Public Law 89~92)은 흡연이 건강에 위해를 미칠 수도 있다는 사실을 시민들이 적절하게 제공받아야 한다고 함으로써 담배갑 경고표기가 단순히 표시상의 결함을 피하기 위한 담배 사업자의 의무가 아닌 시민들의 알권리로 천명하고 있다(U.S. Department of Health and Human Services, 1995)<sup>1)</sup>.

제조물 책임이론은 담배갑 경고표기를 의무화 하는 법적인 근거를 제공하고 있다. 제조물책임법은 우리나라에서 2002년 7월부터 시행되기 시작하였으며 제조물 책임법이 제정되기 이전에는 민법상 일반불법행위 책임규정에서 제조물책임이론을 적용하고 있었다. 제조물책임(Product Liability: PL)이란 제조물을 제조·유통·판매한 자가 당해 제조물의 안전을 책임지고 제품 결함으로 인한 피해를 배상하는 것을 말한다. 제조물책임의 성립 요건인 “결함”에는 “표시상의 결

함”이 있다. 표시상의 결함이란 제조업자가 합리적인 설명·지시·경고 기타의 표시를 했더라면 당해 제조물에 의해 발생할 수 있는 피해나 위험을 줄이거나 피할 수 있었음에도 이를 하지 않은 것을 말한다. 이러한 표시상의 결함과 손해발생간의 인과관계를 입증하면 피해자는 손해에 대한 배상을 받을 수 있다. 현재 우리나라에서 진행되고 있는 담배소송도 제조물 책임이론을 적용하고 있다. 담배 소송의 피해자 원고들은 1960년대부터 담배를 피워 온 사람들이며 그 시절에는 담배 제조업자가 담배의 위해를 알고도 이러한 사실을 담배갑 등에 표기하지 않았다. 원고들은 그들이 폐암에 걸린 원인 중의 하나가 제조물 책임법의 표시상의 결함에 의한 것이라고 주장하고 있다.

담배에 대한 건강경고를 주로 어디서 보았냐는 질문에 대부분의 흡연자들이 “담배갑”이라고 응답한 사실을 볼 때 담배갑의 경고표기는 유용한 금연 정책 수단이 될 수 있다(Tandamar Resarch, 1996)<sup>2)</sup>. 그러나 담배갑 경고표기는 단순히 경고문구를 담배갑에 표기하는 것만으로는 금연 효과를 보기 어려우며 보다 적극적으로 소비자의 주의를 끌기 위한 노력이 가해져야 한다. 즉, 담배갑 경고표기가 금연 정책 수단으로서 역할을 다하기 위해서는 단순히 담배 위해에 관한 정보를 담배갑에 표기하는 것 이상의 노력을 기울일 필요가 있다. 담배갑 경고표기의 크기를 확

대하고, 선명한 색상을 이용하는 등 표기 형식에 주의를 기울일 필요가 있다. 경고문구의 내용도 일반적이거나 구태의연한 것 보다 새롭고 특별하며 주의를 끌만한 내용을 담아야 한다. 최근 캐나다, 브라질, 싱가포르 등에서는 담배갑에 그림을 이용하여 경고 표기의 정보전달 효과를 극대화하고자 노력하고 있다. 문헌에서도 특징 없는 경고 표기 보다는 소비자의 주목을 끌도록 제작된 경고표기가 금연에 더 효과적이라고 지적하고 있다(Shanahan 2000)<sup>3)</sup>. 3장에서 담배갑 경고표기가 소비자의 주목을 끌기 위하여 필요한 요소들을 고찰한다.

우리나라 초창기 담배갑 경고표기는 제조물 책임이론의 표시상의 결함을 피하기 위한 역할에 불과하였다. 그러나 1995년 국민건강증진법이 제정된 이후 담배갑 경고표기가 본격적으로 금연정책의 수단으로 이용되기 시작하였다. WHO의 권고로 1976년 7월 처음으로 담배갑에 경고문구를 표기하기 시작한 이래 1988년 12월 31일 담배사업법에 담배갑 경고 표기를 법적으로 의무화하였다. 1995년 제정된 국민건강증진법은 담배갑 포장지의 앞뒷면에 경고문구를 표기하도록 하였으며 표기방법, 경고문구 사각형의 크기, 색상, 글자체, 표기 위치 등을 보다 상세하게 규정하였다. 2004년 6월부터는 담배사업법 시행규칙의 개정으로 흡연 경고 문구 3개를 2년씩 순환하도록 하

2) Tandamar Resarch Inc.(1996) *Cigarette packaging study: The evaluation of new warning messages*, prepared for Health Canada.

3) Shanahan, P.(2000) “Evaluation of Health Warning and Explanatory Health Messages on Tobacco Products.” Prepared for Tobacco and Alcohol Strategies Section, Department of Health and Aged Care, Australia.

1) U.S. Department of Health and Human Services(1995) *Preventing Tobacco Use Among Young People: A Report of the Surgeon General*.

였으며 경고문구 사각형의 크기도 기존 앞 뒷 면 각각 20%를 차지하던 것이 30%로 확대하였다.

### 3. 효과적인 담배갑 경고표기의 요소

담배갑 경고표기가 효과적이라는 것은 경고표기가 소비자의 주의를 끌고 그 결과 소비자의 담배에 대한 믿음, 지식, 태도에 영향을 미쳐 결국 흡연 행태에 변화를 가져 올 수 있어야 한다는 것을 의미한다. 기존 문헌들은 담배 경고표기의 효과성에 미치는 요인으로 경고표기의 형식, 내용, 신뢰성, 그림의 이용 등을 제시하고 있다. 각각의 세부 사항을 정리해 보면 다음과 같다.

#### 1) 표기 형식(Format)

담배갑 경고표기는 눈에 띄는 형식으로 표기되어야 흡연자들의 주목을 끌 수 있다. 담배 경고 문구가 눈에 띄기 위한 요건으로 다음 사항을 들 수 있다. 첫째, 경고문구를 담배갑의 앞면에 표기하는 것이 뒷면이나 옆면에 표기하는 것보다 효과적이다(Centre for Behavioural Research in Cancer, 1992)<sup>4)</sup>. 그 이유는 담배갑 경고문구는 대

부분 담배를 피우려고 담배갑에서 담배를 꺼낼 때 흡연자에게 노출되기 때문이다(Borland & Hill, 1997)<sup>5)</sup>. 흡연자에게 노출되기 쉬운 부분인 담배갑 뚜껑안도 경고문구 표기 장소로 적절하다(Enviro-nics Research, 1999)<sup>6)</sup>. 실제로 캐나다에서는 담배갑 앞면 뿐만 아니라 뚜껑안에도 경고문구를 표기하고 있다. 둘째, 경고문구의 활자 크기를 크게 하는 것이 경고표기의 사각형을 크게 하는 것보다 더 효과적이다(Nilsson, 1999)<sup>7)</sup>. 이때 문자의 크기는 주목을 끌 만큼 적합한 크기가 적절하며 그 이상 문자를 더 이상 크게 하는 것은 효과가 없다(Propper & Murray, 1989)<sup>8)</sup>. 셋째, 경고표기의 배경색과 문자 색은 대비되는 색채로 하는 것이 효과적이다. 이때 배경색을 흰색, 문자 색을 검정색으로 하는 것은 소비자의 주목을 끌지 못한다. 따라서 흑백의 대조가 아닌 담배 포장지의 색과 대비되는 색을 선택해야 할 것이다(Liefeld, 1999). 담배 브랜드에 따라 담배 포장지의 색이 서로 다르기 때문에 각 포장지 색에 대비되는 경고표기 배경색과 경고문자 색을 선택하는 것이 필요하다(Informa Market Research, 1999)<sup>9)</sup>. 넷째, 아무 무늬 없는 담배 포장지(plain packaging) 도입을 고려해 볼 필

요가 있다. 담배 포장지는 담배 광고와 비슷한 기능을 하기 때문에 담배회사는 담배 포장지를 광고 수단으로 사용하고 있다. 따라서 무늬 없는 담배 포장지를 도입하는 것은 담배 회사가 담배 포장지를 광고 수단으로 사용하는 것을 막는 효과를 가진다(Elliott&Shanahan Research, 1996)<sup>10)</sup>. 또한 담배갑에 아무 무늬가 없을 경우 보는 사람의 주의를 흐트러 뜨리지 않기 때문에 흡연자 특히 청소년의 경우 경고표기를 더 잘 읽고 기억한다(Beede & Lawson, 1992)<sup>11)</sup>.

#### 2) 내용(Content)

각 국가가 사용하고 있는 담배갑 경고문구는 대부분 흡연이 야기할 수 있는 질병, 담배의 중독적 특징, 자녀들에게 미치는 영향, 간접 흡연의 영향 등의 내용을 담고 있다. 담배갑 경고문구가 효과적으로 흡연자의 금연을 유도하기 위해서는 다음 사항을 고려해야 한다. 첫째, 고강도의 두려움을 유발하는 경고문구는 소비자들을 정신적으로 마비시켜 행동 변화를 가져오지 못하게 한다. 한편 저강도의 경고문구는 소비자 정보처리과정에서 무시될 수 있다. 따라서 중간 강도의 경고문구가 소비자 행동변화를 유도하는데 효과적이다(Shanahan 2000). 둘째, 경고문구 내용은 흡

연자 자신에게도 일어 날 수 있는 가능성이 높은 것이어야 한다. 흡연이 폐암 혹은 심장병을 유발할 수 있다는 경고문구에 대해 소비자들은 자신이 그러한 질병에 걸릴 가능성이 낮다고 생각하기 때문에 경고표기에 주의를 잘 기울이지 않는다. 한편 소비자는 흡연이 주름, 잇몸병, 치아 우식 등 외모에 미치는 영향을 알리는 경고문구에 대해서 자신이 이러한 질병에 걸릴 가능성이 높다고 생각하기 때문에 보다 많은 주의를 기울인다(Informa Market Research, 1999). 셋째, 경고문구는 소비자에게 흡연에 대한 근심을 유발시키고 그 근심을 해결할 수 있는 방안도 함께 제시해 주면 큰 효과를 볼 수 있다(Shanahan 2000). 캐나다의 경우에서처럼 담배 포장지 앞면에 흡연이 가져 올 수 있는 위험에 대한 정보를 제공하여 흡연자의 근심을 유발시키고 담배갑 뚜껑 안쪽에는 담배를 끊도록 도와주는 정보를 제공하는 것이 그 예이다. 넷째, 경고문구는 새롭고 특별한 정보를 주기적으로 교체하면서 제공해야 한다. 새롭게 제공된 정보에 대해서 소비자들은 더 잘 주의를 기울인다. 같은 내용의 경고문구가 지속적으로 제공되면 소비자들이 그 경고문구를 기억해 버리며, 이미 기억된 경고문구에 대해서 소비자들은 더 이상 주의를 기울이지 않게 된다(Elliott & Shanahan Research, 1996). 다섯

4) Centre Behavioural Research in Cancer(1992). *Health warnings and contents labelling in tobacco products*.  
 5) Borland, R. and Hill, D.(1997), "Initial impact of the new Australian tobacco Health Warning on knowledge and beliefs," *Tobacc Control*, 4, 317~325.  
 6) Environics Research Group(1999). *Qualitative (focus group) report regarding health warning labels and images on cigarette packages*.  
 7) Nilsson, T.(1999) *Legibility and visual effectiveness of some proposed and current health warning on cigarette packages*.  
 8) Propper, E. T. & Murray, K. B.(1989). "Communication effectiveness and format effects on in-ad disclosure of health warning," *Journal of Public Policy and Marketing*, 8, 109~123.

9) Informa Market Research(1999). *Focus group research on new health warning on tobacco packages*.  
 10) Elliott & Shanahan Research(1996). *Evaluation of the health warning label on tobacco products and evaluation of the Commonwealth's information line*.  
 11) Beeds, P, and Lawson R.(1992). "The effect of plain packaging on the perception of cigarette health warning," *Public Health* 106(4) 315~22.



제, 서로 다른 소비자는 각각의 경고 문구에 다른 반응을 보인다. 예를들면 청소년은 흡연이 즉각적으로 가져올 수 있는 영향-습차기, 입냄새, 체형 변화-을 알리는 경고문구에 보다 관심을 가지며, 성인들은 죽음에 대한 공포를 야기시키는 것, 사회적 지위에 손상을 가하는 것 등에 대한 경고문구에 보다 민감하게 반응한다(Informa Market Research, 1999). 이렇게 인구 집단별로 경고문구에 다른 반응을 보이는 것을 감안하여 특정 브랜드 선호 계층을 파악하여 이들에게 효과적인 경고문구를 기재하는 것을 고려해 볼 수 있다.

### 3) 그림(Graphics)

그림 혹은 사진 형식의 담배갑 경고표기는 흡연으로 인해 신체상에 나타날 수 있는 변화를 시각적인 수단으로 소비자에게 알린다. 이러한 정보 전달 방식은 담배의 위해를 보다 효과적으로 소비자들에게 전달 할 수 있다. 실제로 연구 결과에 따르면 담배갑 경고표기에 그림을 이용하는 것이 그림을 이용하지 않는 것에 비해 60배 더 잘 금연하거나 담배를 시작하지 않게 한다고 한다(Liefeld, 1999)<sup>12)</sup>. 담배갑 그림 경고표기는 성인 계층보다 청소년 계층에게 보다 효과적이며, 특히 금연을 고려하고 있는 사람들에게 큰 효과

를 발휘한다(Enviroincs Research, 1999). 담배갑 그림 경고표기가 효과적이기 위해서는 다음과 같은 사항을 고려해야 한다. 첫째, 충천연색의 그림이 흑백 그림 보다 더 효과적이다. 그리고 같은 충천연색 그림도 크기가 클 수록 효과적이다(Liefeld, 1999). 둘째, 치아 손상 등 흡연자 외모에 미치는 영향을 나타내는 그림이 신체 내부에서 일어나는 현상을 그린 그림 보다 효과적이다. 캐나다 담배갑 그림 경고표기 연구결과에 따르면 구강암을 나타내는 그림이 폐암이나 뇌기종을 나타내는 그림보다 효과적인 것으로 나타났다(Enviroincs Research, 1999).

### 4) 신뢰성(Believability)

담배갑 경고 표기가 효과적으로 흡연자의 행동변화를 가져오게 하기 위해서는 경고문구가 믿을 만한 내용이어야 한다. 담배갑 경고 문구가 얼마나 신뢰성이 있느냐는 그 경고 문구를 접하는 사람이 담배에 대해 어떠한 태도를 갖고 있는가에 달려 있다(Fishbein & Ajzen, 1975)<sup>13)</sup>. 담배의 해악에 대해 명백하게 인식하고 있는 사람은 그것을 알리는 경고문구를 보다 잘 신뢰하게 된다. 대부분 흡연자들이 담배갑 경고 표기에 영향을 받지 않는 이유는 담배에 대해 긍정적인 태도를 갖고 있어 경고문구 내용을 신뢰하지 않

기 때문이다. 담배갑 경고 문구가 흡연자들이 기존에 갖고 있는 담배에 대한 인식에 반대되는 정보를 제공하는 경우 흡연자들은 경고표기가 제공하는 정보를 무시하게 된다(Hyland & Birrell, 1979)<sup>14)</sup>. 따라서 담배갑 경고표기가 효과적으로 작용하기 위해서는 흡연자들의 담배에 대한 태도 변화부터 이루어 져야 한다. 금연 홍보 캠페인을 통해 흡연자들 사이에서 담배에 대한 부정적인 태도가 형성되어야 담배갑 경고표기가 금연하게 하는데 보다 효과적으로 작용할 것이다.

## 4. 우리나라의 담배갑 경고표기 평가

현행 우리나라 담배갑 경고표기의 기준을 정리하면 <표 1>과 같다. 국내 담배갑 경고표기를 2장에서 고찰한 효과성 요인에 비추어 평가하면 다음과 같다. 첫째, 국내 규제는 담배갑 경고표기를 담배 포장지 앞뒷면에 제시 하도록 하고 있다. 경고표기가 담배갑에서 가장 눈에 잘 띄는 장소인 앞면에 위치함으로써 경고표기 위치에 대한 조건은 합당하게 갖추어 졌다. 다만 담배갑 뒷면 보다는 담배갑 뚜껑 안쪽이 눈에 잘 띄는 장소이기 때문에 담배갑 뚜껑에 경고 문구를 표기하는 방안을 고려해 볼 필요가 있다. 캐나다에서처럼 금연 방법 혹은 금연 서비스를 제공받을 수 있는 방법을 담배갑 뚜껑 안에 표기하는 것도 유익할 것이라고 판단된다.

둘째, 사각형의 크기는 WHO 담배규제기본협

약이 의무화하고 있는 비율 30%를 따르고 있다. 경고표기는 클수록 효과가 있으므로 향후 FCTC가 권고하고 있는 50% 비율로 확대하는 것이 필요하다. 이때 사각형의 크기뿐만 아니라 경고문구 활자 크기도 크게 확대해야 한다. 현재 국내 담배갑 경고표기 기준은 사각형 크기만 규제하고 있고 활자 크기는 규정하고 있지 않아 문제점으로 지적되고 있다. 2004년 담배사업법시행규칙의 개정으로 사각형의 크기가 앞 뒷면의 20%에서 30%로 확대되었을 때, 글자 크기는 바뀌지 않았다. 경고표기 사각형의 크기만을 확대해서는 경고표기를 눈에 띄게 하는데 거의 효과가 없다. 문헌에서도 사각형의 크기 보다는 활자의 크기가 흡연자의 주의를 끄는데 더 효과적이라고 지적한 바 있다(Nilsson, 1999).

셋째, 국내 규정에서는 사각형 및 경고문구의 색상은 담배갑 포장지의 색상과 보완관계의 색을 사용하도록 하고 있다. 여기서 사각형은 사각형 테두리만을 의미하는지 혹은 사각형 전체의 면적을 의미하는지 분명히 할 필요가 있다. 담배제조업자들은 동 규정을 사각형 테두리로 해석하여 사각형 테두리를 검정색으로 하고 있고, 사각형 안의 면적은 담배갑 포장지와 같은 색상(대부분 흰색)을 사용하고 있다. 경고표기가 눈에 보다 잘 띄게 하기 위해서는 사각형 면적을 담배갑 포장지와 보색인 색상을 이용하도록 해야 할 것이다. 경고문구 활자도 경고문구 면적 색상 안에서 눈에 떨 수 있는 보색관계의 색상을 사용해야 할

12) Liefeld, Dr J. P.(1999) *The relative importance of the size, content and picture on cigarette package warning messages.*

13) Fishbein, M, and I. Ajzen(1975) *Belief, attitude, intention and behavior: an introduction to theory and research.*

14) Hyland, M. and Birrell, J.(1979) "Government health warning and the "Boomerang" effect," *Psychological Reports*, 44, 643~647.

것이다.

넷째, 2005년 4월부터 3종류의 경고문구를 2년씩 순환하여 표기하도록 함으로써 경고문구를 순환하여 표기할 수 있는 여건이 마련되었다. 그러나 2011년까지 사용하도록 규정된 경고문구는 기존에 사용해 오던 경고문구와 비교해 새로운 정보를 제공하고 있지 않다. 경고문구를 순환하여 표기하는 목적은 참신한 정보를 새롭게 알려 소비자로 하여금 경고 문구에 보다 집중하도록

하기 위함이다. 구태의연한 정보가 제공된다면 경고문구를 순환하여 제공하는 본래의 목적을 다하지 못한다. 현행 경고 문구는 흡연 위해에 대한 일반적인 내용만을 담고 있어 경고문구 내용의 두려움 강도에 있어서도 상당히 미약하다. 현행 담배갑 경고 표기의 내용은 금연 정책 수단으로서 역할을 제대로 하고 있지 않을뿐더러 담배 제조업자가 제조물책임법의 표시상의 결함을 피하기에도 충분하지 않은 내용으로 판단된다.

표 1. 국내 담배갑 흡연경고문구의 표시기준

| 표시형식 | 표시방법                     | 사각형의 선안에 한글로 "경고:"라고 표시하고 이를 기재 담배갑 앞뒷면에 경고문구를 표기  |
|------|--------------------------|--|
|      | 사각형의 크기                  | 포장지의 앞·뒷면 각각의 넓이의 100분의 30이상에 해당하는 크기  |
|      | 색상                       | 사각형 및 경고문구의 색상은 담배갑포장지 등의 도안의 색상과 보색관계에 있는 색상으로서 선명하여야 함.  |
|      | 글자체                      | 고딕체  |
|      | 표시위치                     | 앞 뒷면 하단에 표기  |
|      | 문구의 교체                   | 흡연경고문구를 3개 이상 정하고 2년씩 순환하여 표시  |
| 내용   | 2005. 4. 1 ~ 2007. 3. 31 | (앞면) 건강을 해치는 담배 그래도 피우시겠습니까?<br>(뒷면) 19세미만 청소년에게 담배를 판매하는 것은 불법입니다.                              |
|      | 2007. 4. 1 ~ 2009. 3. 31 | (앞면) 흡연은 폐암 등 각종 질병의 원인이 되며 특히 임산부와 청소년의 건강에 해롭습니다.<br>(뒷면) 19세 미만 청소년에게 판매 금지! 당신의 자녀를 병들게 합니다. |
|      | 2009. 4. 1 ~ 2011. 3. 31 | (앞면) 건강에 해로운 담배, 일단 흡연하게 되면 끊기가 매우 어렵습니다.<br>(뒷면) 19세 미만 청소년에게 판매금지! 당신 자녀의 건강을 해칩니다             |

주) 국민건강증진법시행규칙 [별표 1] 흡연에 대한 경고문구의 표시방법, 담배사업법 시행규칙 [별표 4] 흡연경고문구의 표시기준

그림 1. 현행 담배갑 건강 경고



### 5. 담배갑 경고표기에 대한 시민의식 조사

한국보건사회연구원과 조사기관 R&R은 2005년 6월 15일 부터 6월 22일 동안 전국의 시민 1,200명을 대상으로 현행 담배갑 경고표기와 그림을 삽입한 새로운 담배갑 경고표기에 대한 의견을 조사하였다. 조사방법으로 인터넷 이메일을 통한 설문을 이용하였다. 조사대상으로 10대, 20대, 30대 이상 각각 400명씩을 추출하였고 각각 연령별로 남녀의 비율을 3대 2로 하였다. 추출된 조사대상자 중 흡연자는 310명, 비흡연자는 890명이 포함되었다. 지역의 규모를 고려하여 수도권권 540명, 충청권 120명, 호남권 160명, 영남권 328명, 강원과 제주권에서 52명의 표본을 추출하였다.

기존 경고문구의 효과를 평가하기 위해 현재

시중에서 판매하고 있는 담배의 앞면(그림 1)을 보여주고 나서 “현재 담배갑에는 ‘담배가 건강을 해칠 수 있다’는 경고 문구가 쓰여져 있습니다. 이 문구가 금연하게 만드는데 얼마나 효과가 있을 것으로 생각하십니까?”라고 질문하였다. 현행 경고문구의 강화 필요성에 대한 시민의식을 알아보기 위해 “귀하께서는 현재 담배갑에 표시되어 있는 경고문구가 보다 강화되어야 할 필요가 있다고 생각하십니까?”라고 질문하고 “보다 강력히 강화되어야 한다,” “현행 상태로도 괜찮다,” “강화될 필요가 없다” 중 하나에 응답하게 하였다.

그림을 이용한 새 경고표시는 메시지가 전달하는 두려움의 강도에 따라 소비자의 반응이 어떻게 달라지는지 평가하기 위해 저강도와 고강도의 경고표시 두가지를 고안하였다(그림 2). 흡연이 가져오는 신체상의 피해에 대한 그림이 고강

도의 충격을 소비자들에게 준다는 연구결과에 따라 고강도의 경고표시에는 구강암으로 손상된 치아 그림을 이용하였다<sup>15)</sup>. 전체 표본 1200명을 각각 600명씩 나누어 한 집단에는 고강도의 경고 표시를 보여 주고, 다른 집단에는 저강도의 경고 표시를 보여 준 다음 각각의 경고표시에 대한 효과성을 조사하였다. 각각의 600명 표본에는 10대, 20대, 30대가 200명씩 포함되도록 하였고, 각 연령 대 별로 남녀의 비율을 3대 2로 하였다.

그림을 이용한 새로운 경고표시의 효과성은 소비자의사결정 이론에 기초를 두고 분석하였다. 소비자의사결정 이론은 소비자가 의사결정을 할 때 경고문구와 같은 외부의 자극물이 소비자의 인식과 지식에 변화를 가져오고 이는 소비자의 태도와 행동 변화로 이어진다고 보고 있다.<sup>16)</sup> 이러한 이론을 토대로 담배갑의 흡연경고문구가 소비자의 담배에 대한 인식과 지식에 어떠한 변화를 가져오고 이것이 금연과 담배 구매억제와 같은 소비자의 행동변화로 이어질 수 있는지를 조사하였다.

소비자가 담배 해독성을 인식하는데 새 경고 표시가 어느 정도 효과를 가져 올 수 있는지를 조사하기 위해 “새 건강 경고문(경고그림)을 보시면 담배가 건강에 해롭다는 생각이 드십니까?”라고 질문하였다. 새로운 담배 경고표시가 소비자에게 담배 해독성에 대한 지식을 전달하는데 얼마만큼 효과적인지 알아보기 위해 “새 건강 경

고문(경고그림)을 보시면 담배가 얼마나 해로운지 알 수 있었습니까?”라고 질문하였다. 새 경고 표시의 금연 효과를 알아보기 위해서 “새 건강 경고문(경고그림)을 담배갑에 넣게 되면 흡연자들이 담배를 끊고 싶은 마음이 들 것 같습니까?”라고 질문하였다. 마지막으로 새 경고표시가 담배 구매를 억제하는데 얼마만큼 효과적인가 보기 위해 “새 건강 경고문(경고 그림)을 담배갑에 넣게 되면 흡연자들이 담배를 사지 않도록 억제할 것으로 보십니까?”라고 질문하였다. 또한 그림을 이용한 경고표시의 도입에 대한 시민들의 수용성을 알아보기로 “귀하께서는 위에서 보신 바와 같은 경고문(경고 그림)을 담배갑에 넣는 것에 찬성하십니까?”라고 질문하였다.

조사결과는 현행 담배갑 경고표시가 금연하게 하는데 거의 효과가 없다는 사실을 나타냈다. 흡연자를 포함한 대부분의 사람들이 현 담배갑 경고표시가 보다 강화되어야 한다는데 의견을 모으고 있었다(전체 87%, 흡연자 70%). 또한 대부분의 응답자들이 그림을 이용한 새로운 담배갑 경고표기를 통해 담배의 위해성을 잘 인식할 수 있었고 담배의 해독성을 잘 알 수 있었다고 응답하였다. 이때 담배의 해독성을 잘 알 수 있었다고 응답한 사람의 비율은 고강도 경고 그림의 경우가 저강도 경고 그림의 경우 보다 높았다. 또한 고강도 그림의 경우 대부분의 사람들이, 저강도 그림의 경우 과반수가 넘는 사람들이 그림 경고

표기는 담배를 끊게 하고 담배 구매를 억제하는데 효과가 있을 것이라고 응답하였다. 전체 조사 대상자의 80% 이상, 흡연자의 70% 이상이 담배갑 그림 경고 표기의 도입을 찬성하였다.

본 조사 결과는 현행 담배갑 경고 표기가 금연 정책 수단으로서 거의 효과가 없다는 사실을 보여주었다. 또한 담배갑 경고표기가 효과적인 금연 정책 수단으로 이용되기 위해서는 개선이 필요하다는 것을 지적해 주고 있다. 그림을 이용하는 등 담배갑 경고 표기가 소비자의 주목을 끌도록 고안되는 경우 효과적으로 흡연자들의 금연을 유도할 수 있을 것으로 판단된다.

## 6. 결 론

최근 국내에서는 실내 흡연 규제, 500원 담배 가격 인상, 시민들 사이에서의 반흡연문화 확산, NGO의 적극적인 금연 운동 등 금연 분위기가 고조되고 있다. 이러한 다양한 노력에도 불구하고 현재까지 담배갑 경고표기는 금연을 위한 적극적인 정책으로 사용되지 못하고 있었다. 담배갑 경고표기가 효과적인 금연 정책 수단이 될 수 있다는 잠재성에 비추어 볼 때 정책적인 노력의 부족은 애석한 일이다. 정부가 계획하고 있는 담배갑 경고표기 강화가 성공적으로 이루어진다면

그림 2. 설문조사에 이용한 새로운 담배갑 경고표기



[저강도 경고표기]

[고강도 경고표기]

15) Environics Research Group, *Qualitative(focus group) report regarding health warning labels and images on cigarette packages*. Prepared for Health Canada, Office of Tobacco Control, 1999.

16) Hoyer, WD, Macinnis DJ. *Consumer Behavior*, Boston: Houghton Mifflin, 2004.



표 2. 담배갑 경고표기에 대한 시민의식 조사 결과

(단위: %)

| 조사 내용          | 전체(1,200명) |      | 흡연자(310명) |      |
|----------------|------------|------|-----------|------|
|                | 긍정         | 부정   | 긍정        | 부정   |
| 기존 경고문구의 평가    |            |      |           |      |
| 기존 경고문의 금연 효과  | 21.3       | 78.7 | 22.9      | 77.1 |
| 기존 경고문의 강화 필요성 | 87.2       | 12.8 | 70        | 30   |
| 고강도 경고문구의 평가   |            |      |           |      |
| 담배 해독성 인식 효과   | 96.7       | 3.3  | 94.8      | 5.2  |
| 담배 해독성 지식전달 효과 | 96         | 4.0  | 94.8      | 5.2  |
| 금연 효과          | 93         | 7    | 91.6      | 8.4  |
| 담배 구매 억제 효과    | 83.8       | 16.2 | 82.6      | 17.4 |
| 새 경고문 삽입 찬성    | 85.5       | 14.5 | 71        | 29   |
| 저강도 경고문구의 평가   |            |      |           |      |
| 담배 해독성 인식 효과   | 72.5       | 27.5 | 72.9      | 27.1 |
| 담배 해독성 지식전달 효과 | 67         | 33   | 71.6      | 28.4 |
| 금연 효과          | 58.8       | 41.2 | 60        | 40   |
| 담배 구매 억제 효과    | 44.3       | 55.7 | 41.3      | 58.7 |
| 새 경고문 삽입 찬성    | 84         | 16   | 72.3      | 27.7 |

국내 흡연율은 보다 효과적으로 감소될 것이라고 본다. 본장에서는 앞서 고찰한 내용을 토대로 정부의 담배갑 경고표기 강화 정책이 성공적으로 수행될 수 있기 위한 몇가지 정책적인 조언을 제공하고자 한다.

첫째, 담배갑 경고 문구의 새로운 콘텐츠 개발이 필요하다. 담배갑 경고 문구의 내용이 흡연의 위험을 흡연자에게 효과적으로 알려 금연을 유도하게 하고 청소년에게는 담배를 시작하지 않도록 하는 것을 목표로 삼아야 한다. 경고문구를 개발함에 있어 각국이 사용하고 있는 경고문구를 참조하고 기존 문헌이 효과적인 경고문구가 되기 위한 요건으로 제시하는 사항을 반영해야 할 것이다. 경고문구를 실제로 적용하기에 앞서 그 효


과성을 모의 시험해 보는 것도 필요하다고 본다.

둘째, 담배갑 경고표기가 눈에 띄 수 있도록 하는 시각적인 디자인을 고안해야 한다. 앞서 지적했듯이 경고표기의 크기, 색채, 표기 위치 등을 적절히 고안하여 흡연자의 주목을 끌 수 있도록 해야 할 것이다. 경고 문구 활자 크기를 정확히 규정하고 흑백 대조가 아닌 담배갑 포장지색과 대비되는 사각형과 활자의 색채를 지정하는 것이 필요하다. 시각적 정보 전달 효과가 뛰어난 그림 혹은 사진을 이용한 경고 표기도 적극적으로 추진할 필요가 있다.

셋째, 경고표기 강화와 더불어 금연 분위기 확산을 위한 노력이 필요하다. 금연 정책은 한가지 분야에만 집중하는 것이 아닌 여러 측면에서 다

발적으로 이루어져야 효과를 볼 수 있다(US Department of Health and Human Services, 2000)<sup>17)</sup>. 기존 문헌이 제시하듯이 흡연을 저하를 위해서 경고 문구 강화만으로는 한계가 있으며 흡연 위해에 대한 대 국민 홍보와 흡연자와 청소년 대상 금연 교육 등과 함께 이루어질 때 확실한 효과를 가져 올 수 있다. 흡연자들이 금연 홍보 등을 통해 흡연의 위험을 알고 있어야 담배갑에 표기된 경고표기를 보고 담배를 피우고 싶은 마음이 사라지게 되는 것이다.

우리나라 금연운동은 1995년 국민건강증진법에 제정으로 우리나라 금연 운동은 더욱 활발해

졌으며 최근에 이루어진 WHO 담배규제기본협약에 가입함으로써 가속도가 붙기 시작했다. 담배갑 인상 등 현재 추진되고 있는 금연 정책은 감소하고 있는 성인 남성 흡연율로 그 효과가 증명되고 있다. 성인 남성 흡연율이 감소되고 있기는 하지만 아직 선진국의 수준에 비교하면 높은 수준이고, 아직은 비율이 낮은 여성 흡연율도 안심할 수 없다는 우려가 제시되고 있다. 따라서 적극적인 금연 정책이 지속적으로 이루어져야 할 것이며 그 일환으로서 추진되고 있는 담배갑 경고 표기 강화는 국내 흡연율 감소에 긍정적인 효과를 가져올 것으로 판단된다. 

17) U.S. Department of Health and Human Services(2000) *Reducing Tobacco Use: A Report of the Surgeon General*.