

Перспективы обеспечения безопасности пищевых продуктов



IFSC-1/19TS4.4

Первая Международная конференция ФАО/ВОЗ/АС по безопасности пищевых продуктов Аддис-Абеба, 12–13 февраля 2019 года

Эффективные модели коммуникации и вовлечения общественности в обсуждение вопросов безопасности и качества пищевых продуктов в цифровую эпоху.

Профессор Линн Дж. Фрюер,
Факультет естественных наук и экологии, Университет
Ньюкасла, Соединенное Королевство.

Привлечение потребителей и других акторов продовольственной системы к обеспечению продовольственной безопасности в самом широком смысле этого слова, включая безопасность пищевых продуктов, как на национальном, так и на региональном и глобальном уровнях, представляет собой неотъемлемый элемент усилий по формированию безопасных, здоровых и устойчивых продовольственных систем. Значимость интерактивного взаимодействия с общественностью по вопросам качества и безопасности пищевых продуктов признается как в регулирующей документации (ФАО¹), так и в практической коммуникационной работе (ФАО/ВОЗ 2016²). Эффективное донесение информации о связанных с продовольствием рисках и выгодах способствует оптимизации защиты потребителей продуктов питания, укреплению доверия общества к органам и институтам, отвечающим за оценку рисков (реальных или предполагаемых) и управление ими, пропаганде более здорового рациона питания, а также привлечению общественности к более активному участию в устойчивом производстве и потреблении продовольствия. Потребность в эффективном донесении информации о рисках и выгодах обусловлена целым рядом вопросов продовольственной безопасности, включая, среди прочего, агропродовольственные инновации, физическое, микробное и химическое загрязнение продуктов питания, возникновение продовольственных кризисов (например, после выявления факта фальсификации пищевых продуктов), появление новых научных данных в области продовольствия, сокращение потерь и порчи пищевой продукции и избавление от неустойчивых методов производства и потребления продовольствия. Информирование о продовольственных рисках и выгодах должно отражать как положительные, так и отрицательные общественно-экономические последствия (например, занятость, стоимость продуктов питания, источники средств к существованию на селе). Эти последствия зависят от местных культурных особенностей, которые необходимо учитывать при разработке стратегий коммуникационной работы. Для полного понимания ситуации требуется обмен информацией между всеми заинтересованными сторонами, включая общественность. Разработка эффективных методов мобилизации общества поможет каждому потребителю сделать выбор в пользу здорового и устойчивого питания, а также обеспечит учет приоритетов и предпочтений общественности в стратегиях и мерах политики по регулированию и смягчению рисков. Методы эффективного информирования населения о

¹ ФАО, <http://www.fao.org/3/a-x1271e.pdf> по состоянию на 3.1.2019

² ФАО/ВОЗ. (2016) Risk Communication applied to Food Safety handbook. <http://www.fao.org/3/a-i5863e.pdf>

рисках и выгодах уже достаточно проработаны (Frewer et al, 2016³) и включают такие аспекты, как учет особенностей целевой аудитории, содержание информации и ее источники, своевременность подачи, а также нужды и приоритеты населения в отношении обсуждаемых вопросов.

Ранее разработка эффективных методов вовлечения общественности на должном уровне представляла собой непростую задачу. Однако, с появлением новых коммуникационных технологий, инструментов и услуг, открылись перспективы более масштабной мобилизации и вовлечения в интерактивный диалог многих заинтересованных сторон из разных уголков планеты. Новые технологии, которые можно оперативно адаптировать к информационным потребностям как групп, так и отдельных лиц дополняют традиционные методы мобилизации потребителей (СМИ, конференции, встречи и т.д.), но не замещают их полностью. Цифровые коммуникационные инструменты обеспечивают высокую адресность, а также позволяют взаимодействовать с государственными институтами посредством таких коммуникативных каналов, как виртуальная реальность и игрофикация. Социальные сети также способствуют подотчетности промышленности и государственных органов в вопросах безопасности и качества пищевых продуктов. Краудсорсинг, или использование населением электронных СМИ для информирования о новых продовольственных проблемах и поведении потребителей, облегчает выявление существующих и нарождающихся проблем. Вместе с этим, при обмене информацией необходимо учитывать вопросы защиты личных данных и соблюдать этические нормы. Кроме того, несмотря на потенциал цифровых технологий в привлечении внимания к вопросам продовольственной безопасности более широких слоев общества, не все представители общественности имеют доступ к социальным сетям и другим средствам цифрового общения.

Стратегические вопросы

1. Общественность может использовать социальные сети в качестве платформы для распространения или обсуждения информации о конкретных продовольственных проблемах, но не задействует этот канал для оповещения органов здравоохранения или производителей продовольствия. Таким образом, социальные сети могут содержать информацию о продовольственных проблемах, не поступающую по официальным каналам.
2. Анализ информации в социальных сетях и использование достижений гражданской науки могут помочь выявить приоритеты общества в отношении тех или иных стратегий и мер по смягчению рисков. Например, опубликованная в социальных сетях информация может прояснить, как общественность воспринимает продовольственные риски и выгоды, выходящие за рамки вопросов здоровья и экологии, например, соображения этического или ценностного толка.
3. Информация, собранная в социальных сетях, может послужить правительственным органам и представителям отрасли основой для разработки эффективных коммуникационных стратегий с учетом социально-экономических и культурных различий регионов, а также предпочтений и приоритетов потребителей. Так, анализ обсуждения вопросов безопасности продуктов питания в социальных сетях может помочь выявлению нарождающихся угроз безопасности. В то же время, не все подобные дискуссии имеют географическую привязку или необходимый уровень достоверности. На сегодняшний день, анализ массивов данных не позволяет достоверно выявлять новые риски без привлечения исследователей для дополнительного толкования результатов. Прогресс в машинном обучении открывает перспективы более точного выявления рисков. Необходимо учитывать

³ Frewer, L. J., Fischer, et al. Risk/benefit communication about food—a systematic review of the literature. *Critical reviews in Food Science and nutrition*, 56(10), 1728-1745.

роль авторитетных в социальных сетях фигур, поскольку именно они могут быть источниками формирования взглядов и общественного диалога.

4. Государственные органы и представители промышленности должны осознавать риск "дезинформации" в результате публикации в социальных сетях сведений, намеренно искаженных заинтересованными сторонами и группами лоббирования. Несмотря на наличие прошедшей научную оценку доказательной базы по конкретному продовольственному вопросу, в социальных сетях может присутствовать совершенно противоположная информация, что препятствует распространению научно доказанных данных. Инициативное представление надежной и научно выверенной информации, в которой также отражены интересы и тревоги потребителей, способствует укреплению доверия общества к публикуемым материалам.
5. Общественность может использовать цифровые технологии для передачи информации, актуальной для разработки и уточнения государственной политики в области экологии или охраны здоровья, например, о предпочтениях в рационе питания, идентификации заболеваний растений и животных, агротехнических проблемах, таких как признаки приближения стихийного бедствия (в частности, засухи). Для того чтобы население охотнее брало на вооружение новые методы сбора информации, могут потребоваться меры по повышению его "цифровой грамотности", что особенно актуально для групп, не имеющих опыта использования цифровых технологий.
6. Публикуемая в социальных сетях информация должна подкрепляться ссылками на авторитетные источники (например, межправительственные учреждения), давая читателям возможность убедиться в состоятельности доказательной базы.
7. В целях укрепления и поддержания доверия необходимо в приоритетном порядке реагировать на новые продовольственные проблемы (как выявленные в процессе научной оценки, так и тревожные сигналы, поступающие из электронных и традиционных СМИ). До сведения общественности также следует доводить информацию о факторах неопределенности (например, касающихся здоровья или экологии), которые возникли при рассмотрении конкретной продовольственной проблемы, а также принимать меры по их прояснению.
8. В случае изменения ситуации, требуется максимально оперативно обновлять информацию, что будет способствовать укреплению доверия к конкретному источнику в социальных сетях, повысив его авторитетность в глазах потребителей. Инструменты электронного общения дают возможность оперативного обновления информации. Недостаточно быстрое обновление информации в социальных сетях может подорвать кредит доверия к источнику информации.
9. Новые технологии могут обеспечить более надежную защиту потребителей благодаря более эффективному отслеживанию и прослеживанию сомнительных продуктов питания и ингредиентов. Одним из примеров применения таких технологий является возможность адресного отзыва продуктов питания. Все больше потребителей оплачивают приобретаемые ими в супермаркете или в Интернете продукты с применением цифровых технологий, что дает техническую возможность отозвать конкретную партию оказавшейся зараженной продукции, оповестив потенциальных потребителей по электронной почте. Аналогично, электронный торговый портал в режиме реального времени может отслеживать и анализировать жалобы потребителей на приобретенные продукты, и в случае возникновения проблемы таким потребителям будут оперативно направляться соответствующие оповещения, а продукт отзываться. Наряду с сокращением угрозы здоровью, укреплением доверия потребителей и надежности поставок, такой более

эффективный адресный отзыв продуктов экономит средства как производителям, так и поставщикам, поскольку с рынка изымаются только зараженные продукты.

10. У малообеспеченных слоев населения, людей старшего возраста, лиц с пониженной обучаемостью или проживающих в географически удаленных районах доступ к электронным СМИ ограничен. Кроме того, в кризисных ситуациях каналы электронной коммуникации могут оказаться повреждены. Традиционные каналы коммуникации, такие как телевидение, радио, листовки, а также личное общение с работниками системы здравоохранения должны всегда функционировать бесперебойно и использоваться для оповещения о проблемах с продовольствием.
11. Социальные сети быстро меняются, каждый ресурс привлекает специфическую демографическую группу и имеет свою целевую аудиторию. В этой связи важно отслеживать появление новых ресурсов, знакомиться с их контентом и определять их потенциальную аудиторию. Коммуникационная работа с использованием разнообразных цифровых платформ должна вестись с учетом различий потенциальных источников информации и пользователей, что позволит доводить актуальный для конечного пользователя контент, отвечающий его предпочтениям и потребностям.
12. Новые разработки в области виртуальной реальности, с помощью которых потребитель может ознакомиться с перспективными сценариями в области продовольствия и детально их изучить, а также игрофикация (например, приложения для смартфонов) служат каналами получения информации о возможных изменениях продовольственной политики и поведения отдельных потребителей. Игрофикация, в частности, доказала свою эффективность как средство мотивации увеличения потребления овощей и привития привычек более безопасного обращения с пищевыми продуктами на рабочем месте, а в качестве инструмента принятия решений на уровне фермерских хозяйств, игрофикация упрощает подбор оптимальных с точки зрения производства и экологии агротехнических параметров. Данный подход можно применять и в других областях, например, в обеспечении безопасности пищевых продуктов в домашних условиях. Интеграция сбора данных через Интернет-платформы обеспечивает более широкое участие общественности в обсуждении вопросов продовольственной политики. Это также актуально для оценки воздействия цифровых технологий на решение связанных с продовольствием проблем. Однако подход к оценке такого воздействия не всегда прямолинеен. В случае отзыва продуктов питания результат можно вычислить, например, как процент отозванных зараженных товаров. Отслеживание предпочтений в отношении тех или иных продуктов питания по публикациям в социальных сетях может быть увязано с их фактическим потреблением в соответствующих демографических группах.
13. Обсуждение агропродовольственной политики в социальных сетях может дать материал для анализа потребительского восприятия, одобрения или, наоборот, отторжения. На текущий момент это технически затруднительно, но в ближайшем будущем по мере развития методов анализа данных ситуация может измениться к лучшему. Вместе с тем, чтобы быть в курсе развития аналитического потенциала, официальным органам важно привлекать к работе специалистов с необходимыми навыками в актуальных аналитических науках.
14. В связи с обработкой больших массивов данных как по отдельным лицам, так и группам населения на первый план начинают выходить правовые и этические вопросы. Например, Общий регламент ЕС по защите данных 2016/679 касается обработки личных данных всех граждан Евросоюза и Европейского экономического пространства, включая экспорт, сбор и обработку данных своих граждан по всему миру. В директиве, среди прочего, признается влияние обработки больших данных

на частную жизнь. Сбор и анализ информации в таких масштабах ставит этические вопросы, такие как "право на забвение", манипуляции эмоциями и поведением со стороны возможных злоумышленников и даже негативное воздействие на демократические институты. Обработка и анализ данных для формирования привычек потребления продуктов питания могут использоваться быть как во благо, так и во зло, по этой причине в процессе коммуникационной работы важно не забывать об этических вопросах.

Выводы

Традиционные методы взаимодействия с потребителями, такие как СМИ, конференции, встречи и другие непосредственные личные контакты, могут дополняться новыми средствами коммуникации. Эти коммуникационные инструменты подстраиваются под конкретного потребителя, повышая их релевантность для целевой аудитории. Виртуальная реальность и игрофикация делают вопросы продовольствия для потребителей более интересными, и они начинают интересоваться проблематикой более активно. Использование электронных СМИ поможет расширить мобилизацию, обмен знаниями и повысить результативность усилий по информированию общественности. Тем не менее, регуляторы и отрасль не должны забывать о правовых и этических аспектах защиты личных данных. Заинтересованные стороны, представляющие продовольственные системы, должны отслеживать последние достижения в области цифровых платформ и анализа данных, при этом такие технологические новшества не должны никого исключать из диалога с государственным и частным сектором по вопросам безопасности пищевых продуктов.