



联合国  
粮农组织



世界卫生组织



WORLD TRADE  
ORGANIZATION



未来食品安全



IFSC-1/19TS4.4

## 粮农组织/世卫组织/非盟第一届国际食品安全会议 2019年2月12-13日，亚的斯亚贝巴

### 在数字时代与公众有效沟通并让公众参与应对食品安全质量问题

Lynn J. Frewer 教授，英国纽卡斯尔大学自然与环境科学学院

对于建设安全、健康、可持续的食品系统而言，让消费者和食品系统其他行动方最广泛地参与推动国家、区域和全球粮食安全，包括食品安全，是不可或缺的一项工作。围绕食品安全质量问题与公众沟通的必要已经得到承认，在规章制度（粮农组织<sup>1</sup>）以及宣传工作（粮农组织/世卫组织 2016<sup>2</sup>）中也已有所体现。围绕食品问题开展有效的风险和收益沟通非常重要，这有利于在食品消费方面为消费者提供保护，增强社会对（实际与认知）食品风险与收益评估和管理机构的信任，推广健康膳食选择，让社会参与可持续的食品生产与消费。有效的风险-收益沟通涉及到一系列食品安全问题，包括农产食品技术创新，食品的化学物、微生物或物理污染，食品危机的暴发（如食品欺诈事件曝光后），关于食品问题的新科学知识，减少食物浪费，以及不可持续的生产和消费做法。食品相关的风险-收益沟通必须同时着眼于有利和不利的社会经济影响（如就业、食品成本或农村生计）。这些影响取决于本地的文化环境，在制定沟通策略时需要予以考虑。了解这些影响需要与所有利益相关方，包括公众，交流相关信息。行之有效的社会参与模式有利于为所有消费者赋权，让他们做出健康、可持续的食物选择，同时确保各项规章制度、减缓策略以及政策都考虑到社会偏好和优先重点。风险-收益沟通方面的良好做法基本已经约定俗成（Frewer 等，

<sup>1</sup> 粮农组织，<http://www.fao.org/3/a-x1271e.pdf> accessed 3.1.2019

<sup>2</sup> 粮农组织/世卫组织。（2016），《适用于食品安全的风险沟通手册》。<http://www.fao.org/3/a-i5863e.pdf>

2016<sup>3</sup>)，包括要考虑目标人群的特点；信息的内容；信息渠道的特点；沟通的及时性；以及与待解决问题相关的社会关切和优先重点。

以往，大规模的有效社会参与通常面临很多困难。技术发展及新的通信工具和服务为不同地点的利益相关方参与互动对话提供了有力契机。新的技术发展可快速响应个人和群体的信息要求，对传统的消费者参与模式（大众传媒、大会、会面等）形成补充，但不能取而代之。数字通讯工具可以量身定制，也可以通过虚拟现实或游戏化设计支持与负责沟通的机构进行互动。社交媒体也可用于促使行业和政府对食品安全和质量负起责任。在“众包”模式中，公众可利用数字媒介提供关于新发食品问题或消费者行为的信息，有利于识别出现有或新发的食品问题。同时，沟通人员必须考虑个人数据隐私以及信息交换操守问题。另外，尽管数字技术在推动更广泛群体参与粮食安全问题方面实力强大，但并不是每一个人都能使用社交和其他数字媒介。

### 战略问题

1. 公众可使用社交媒体报告或讨论某一个食品问题，但也许不会将此问题报告给公共卫生主管部门或食品生产者。因此，社交媒体可以提供无法通过正规渠道获取的食品问题相关信息。
2. 可运用公民科学和社交媒体分析了解人们对各种风险减缓策略或政策的优先考虑。如，社交媒体上的信息可反映出人们对食品相关风险和收益的看法，这些不仅仅涉及到健康和环境，还包括伦理道德或价值观的一些关切。
3. 政府和业界也可运用社交媒体上获取的信息开发有效的沟通策略，同时顾及到不同地区的社会文化和经济差异，以及消费者偏好和优先重点。如，对社交媒体上关于食品安全的讨论进行分析有助于及时发现新出现的食品安全威胁。但并非社交媒体上的讨论都能追根溯源，或加以确认。若无研究人员的辅助解读，目前大数据分析技术尚无法充分识别新出现的风险。机器学习的发展在未来有望更为准确地发现问题。认识社交媒体的“影响力量”非常重要，这些因素可能会引导公众讨论的方向。
4. 政府和业界要清楚，不同利益相关方和既得利益者通过社交媒体传播“不实信息”也会带来诸多风险。尽管对某一食品问题的大量证据开展了科学评估，但不实信息可能已经在社交媒体上蔓延，给科学信息的宣传造成障碍。基于科学证据，积极主动、诚实可信地提供信息有助于增强社会信任，与此同时也要考虑到消费者的价值观和关切。

---

<sup>3</sup> Frewer, L. J., Fischer, 等。关于食物的风险/收益沟通—系统性文献综述。《食品科学与营养关键审查》，第 56(10)期：1728-1745 页。

5. 公众可借助数字技术为公共健康或环境健康政策的制定和修订提供有益信息，如膳食偏好，植物或动物疫病发现，或缓发灾害的识别（如干旱）。为确保行之有效，可能需要开展数字“教育”，确保公众能够接纳这些新的数据采集方法，特别是不熟悉数字技术的人群。
6. 由社交媒体上有信誉的渠道（如政府间机构）背书可以帮助公众识别出有科学证据支撑的信息。
7. 若要建立并维系信任，必须对新出现的食品问题进行快速响应（不论是通过科学评估过程确定的新出现问题，还是在社交媒体或传统媒体上发现的引发公众关注的问题）。若待解决食品问题仍存在不确定性（如公共健康或环境健康方面），也必须进行沟通，并采取行动减低这种不确定性。
8. 情况发生变化后，信息也要尽快更新，这也有助于建立对社交媒体信息来源的信任，让消费者把社交媒体排在其他信息来源之前对待。数字通讯工具可快速提供最新信息。若不通过社交媒体尽快提供最新信息，信息来源的可信度就会受到影响。
9. 新的数字技术可改进对问题食品和成分的跟踪和溯源，助力消费者保护工作。目标食品召回能力提高就是一个很好的例子。越来越多的消费者在超市或网上购买食品时选择数字支付方式，从技术上讲，现在已经可以向潜在消费者发送警示邮件，召回受污染批次的有害食品。同样，通过一个在线市场门户，也可以对消费者对网上购买食品的意见进行实时监测和分析；若受影响消费者出现问题，系统也可以快速预警和召回。更加行之有效、有的放矢的召回工作会减弱对公共健康的影响，提振消费者对供应链的信任和信心，另外对生产者和供货商来说可能也是更为经济的，因为需要召回的仅是受影响产品。
10. 并非每一个人都会使用数字媒介，如经济弱势群体、老年人、学习障碍人群，或生活在偏远地区的人群。危机发生时，电子通讯渠道可能会受到干扰。传统沟通渠道（如电视、广播、传单，以及通过卫生服务机构开展的面对面沟通）必须保持畅通，能够支持对食品相关问题进行沟通。
11. 社交媒体更迭速度很快，不同的媒介可能吸引着不同的人群和利益群体；因此，监测新媒介的出现和内容，识别出它们的潜在受众非常重要。利用不同的数字平台进行沟通需要考虑到潜在来源和用户差异，确保内容贴合最终用户的需求和偏好。
12. 虚拟现实技术推陈出新，现已能够展示出多种未来的可能食物情境，并支持消费者探索各种情境；另外还有游戏化设计（如集成到智能手机的应用程序之中）。这些技术都可以成为宣传潜在的政策变化或个体行为改变的有益工具。如，游戏化设计已在很多方面展现了实效，包括鼓励消费者更多地食用蔬菜，在工作场所推广有效的食品安全行为，或作为农场层面的决策工具，帮助农民

找出可以优化生产、改善环境健康的农业投入品。这种沟通模式可拓展到很多其他领域（如国内食品安全措施）。通过数字平台整合数据采集将加强社会对食品政策问题的参与。评估数字技术对食品问题产生的影响非常重要；但是，影响评估并不总是简单直接的。在食品召回方面，可以评估召回的“成功”率（如召回的受污染产品比例）。对社交媒体上食品选择“趋势”的监测工作可与相关人群的实际食品消费情况结合起来。

13. 另外，对于社交媒体上农产食品政策相关讨论开展的分析也要考虑到消费者的情绪、赞成或反对意见。后者目前在技术上很难做到，但随着数据分析技术的不断发展，不远的将来情况将可能有所改变。为保证具备分析能力，各个机构都要配备在相关分析科学领域内拥有适当技能的专业人员。
14. 随着需要处理的个人和人群数据量越来越大，各种法律和操守问题的重要性也日益凸显。如欧盟出台了第 2016/679 号《数据保护总规定》，对欧盟和欧洲经济区所有公民的个人数据处理，包括世界其他地区对欧盟公民数据的出口、采集或处理都做出了规定。《数据保护总规定》承认“大数据”处理有可能影响到个人隐私。此外，大规模个人数据采集和分析也涉及到伦理问题，会影响到个人隐私，“被遗忘的权利”，面临被恶意来源在行为上或情感上支配的风险，包括对民主政治体制的潜在影响。运用数据采集处理和分析来影响食品相关的消费者行为可能会带来好的结果，也可能诱发不端行为，因而在沟通过程中必须纳入伦理道德的考虑。

### 结论

大众媒体、各种形式的会议和其他面对面互动等传统消费者参与方式可以通过这些数字手段予以补充。这些通讯工具可以量身定制，提高沟通对具体受众的针对性。虚拟现实或游戏化设计有利于改进关于食品相关问题的沟通，加强消费者的参与。参与、知识交流，以及食品宣传的影响分析均可通过数字媒体得到强化；但政府和业界要清楚数据隐私问题的法律和道德考量。食品系统利益相关方要关注数字平台 and 数据分析技术的最新发展，同时还要确保技术进步不会将部分群体排斥在外，使他们无法就粮食安全问题与公立和私营部门进行沟通和对话。