



*Posebna izdaja:*

*D*ojemanje tveganja, koristi in zaupanja v povezavi z živili

*Marec 2011*

## Uredništvo

Inštitut za varovanje zdravja RS (IVZ)  
Center za nalezljive bolezni in okoljska  
tveganja,  
Trubarjeva 2,  
1000 Ljubljana

**Telefonska številka:**  
+386 1 2441 410

**Številka faksa:**  
+386 1 2441 471

**E-pošta:**  
enboz@ivz-rs.si

**Glavna urednica:**  
Alenka Kraigher

**Uredniški odbor:**  
Maja Sočan  
Tatjana Frelj  
Nina Pirnat  
Lucija Perharič  
Aleš Petrovič  
Mitja Vrdelja

**Oblikovanje in spletno urejanje:**  
Mateja Blaško Markič  
Maja Praprotnik  
Mitja Vrdelja  
Nuša Gantar



fotografija na naslovnici  
in slikovno gradivo v **eNBOZ**: *iStockphoto*

## Uredniški svet

ZZV Celje: Alenka Trop Skaza

ZZV Nova Gorica: Marko Vudrag

ZZV Koper: Boris Kopilović

ZZV Kranj: Irena Grmek Košnik

ZZV Ljubljana

ZZV Maribor: Karl Turk

ZZV Murska Sobota

ZZV Novo mesto: Dušan Harlander

ZZV Ravne: Marjana Simetinger

## DOJEMANJE TVEGANJA, KORISTI IN ZAUPANJA V POVEZAVI Z ŽIVILI

Pavel Pollak<sup>1</sup>

1. Inštitut za varovanje zdravja

*Raziskave dojetanja oziroma percepcije tveganja so v zadnjih desetletjih omogočile koristno razumevanje, ki izhaja iz spoznanj, na kakšen način javnost tveganje pojmuje, kako se pojem tveganja povezuje z drugimi koncepti, kot so zaupanje, korist, sprejemljivost tehnologij za proizvodnjo hrane in vedenjskimi vzorci pri izbiri živil.*

Potrošniki se pogosto soočamo z informacijami iz različnih virov (internet, televizija, radio, časopis) o tveganju za zdravje v povezavi z živili. Izrazita takšna primera vključujeta bovino spongiformno encefalopatijo (BSE) (Frewer and Salter, 2002) in dioksinsko onesnaženje živilskih verig v Evropi (Verbeke, 2001). Obsežna negativna medijska pozornost pa je bila posvečena tudi predstavitvam pojavljajočih se živilskih tehnologij (npr. genska modifikacija, uporabljena v agro-živilskem sektorju), kar ima lahko za posledico povečano dojetanje tveganja za zdravje in zaskrbljenost javnosti (Frewer et al., 2002b; Verbeke, 2001; Hampel et al., 2000).

### ANALIZA TVEGANJA

Pri načrtovanju in izvedbi oziroma implementaciji ustreznih strategij za obvladovanje tveganja za zdravje je pomembno razumevanje razlik v dojetanju zaznavanja tveganja med potrošniki in strokovnjaki (Frewer, 2001; Hansen et al., 2003; Renn,

2004a; Slovic, 1987). Tradicionalni pristop obvladovanja tveganja za zdravje v povezavi z živili se je osredotočal na tolmačenje oziroma interpretacijo izidov tehnične ocene tveganja (risk assessment) v aktivnosti obvladovanja tveganja (risk management) in komunikacijo tveganja (risk communication) potrošnikom. Komunikacijo tveganja razlagamo tudi kot »izmenjavo informacij in mnenj med vsemi udeleženi in zainteresiranimi« (Ur.l. RS, št. 72/10). Dobro izvedena analiza tveganja (risk analysis), ki vključuje vse omenjene komponente (oceno, obvladovanje in komunikacijo tveganja), je nujna za ohranjanje in povečevanje zaupanja potrošnikov. Pomembno je, da pri postopku analize tveganja za razvoj ublažitvenih oziroma mitigacijskih strategij in struktur nadzora tveganja, upoštevamo tudi zaskrbljenost potrošnikov. Učinkovito ovrednotenje in obvladovanje dejavnikov tveganja lahko preprečuje pojav znatnih stroškov v povezavi z odpoklici živil, v zvezi s



sledenjem izvora surovin/izdelkov in z identificiranjem vseh potencialnih virov onesnaženja. Dobro izvedena analiza tveganja lahko omeji pogosto opažene, občasne ali stalne redukcije uživanja določenih vrst živil, za katera se smatra, da so rizična (Pennings et al., 2002; Verbeke, 2001; Verbeke and Van Kenhove, 2002; Verbeke and Viaene 1999).

Na potrošnike ne vplivajo zgolj tehnične informacije o vplivih določenih dejavnikov tveganja na zdravje, temveč so podvrženi tudi psihološkim faktorjem, kot npr. dojemanju, da so neprosto voljno izpostavljeni tveganju, za katerega verjamejo, da je neobvladljivo in da ima potencialno katastrofalne posledice. Vzorci dojemanja opisujejo lastnosti tveganja oziroma tveganih okoliščin, na osnovi katerih ljudje sodijo tveganje za zdravje. Psihologi razlikujejo med dvema skupinama kvalitativnih vzorcev zaznavanja: tistih, ki so v zvezi s tveganjem/rizikom in so osnovani na lastnostih izvora tveganja, in vzorcev, ki so osnovani na značilnosti rizične situacije (Renn, 2004a). Omenjeno prispeva h kognitivnemu sistemu prepričanja, ki ga ljudje vključujemo v svoje sodbe o resnosti tveganja, kakor tudi o sprejemljivosti le-tega zase in za družbo (Fischhoff, 1985).

Zgodnje študije so se osredotočale na dojemanje tveganja za zdravje v povezavi z različnimi dejavniki tveganja v živilih. Pogosto so obravnavale odnos potrošnikov do pojavljajočih se živilskih tehnologij, nekatere študije so se osredotočale na tveganja v zvezi z življenjskim slogom (kot npr. z neprimernimi prehranskimi izbirami). Usmeritev raziskav se je nagibala k vrednotenju medsebojnega odnosa med dojemanjem tveganja, koristi in zaupanja ter vpliva na odnos do specifičnih dejavnikov tveganja in splošnih postopkov obvladovanja tveganja.

Dojemanje tveganja pri potrošnikih so obsežno proučevali tudi v marketinškem kontekstu. Na tem področju niso bili obravnavani zgolj dejavniki tveganja v povezavi z živili s (potencialnimi) negativnimi posledicami za zdravje, temveč tudi negativne posledice, ki se nanašajo na nakupovalne postopke potrošnika (npr. izguba dragocenega časa in podobno).

Zadnji val raziskav se osredotoča na razprave o povečevanju zaupanja družbe v obvladovanje tveganja s pomočjo vpletenih deležnikov v procesu analize tveganja.

Desetletja raziskav na različnih področjih, kot so ekonomija, psihologija, sociologija in marketing, so pokazale, da vsaka stroka uporablja različne pristope in se osredotoča na različne aspekte tveganja. Verjamemo, da je za razumevanje vedenja potrošnikov z vidika varnosti hrane najprimerneši interdisciplinarni pristop.

## PSIHOMETRIČNA KLASIFIKACIJA TVEGANJA

*R*aziskovanje se je v »psihometrični tradiciji« osredotočalo na sistematično ovrednotenje tveganja v povezavi z vrsto potencialno nevarnih dejavnosti (npr. uvedba jedrskih tehnologij, dejavnosti, kot npr. smučanje, metode transporta - železnice). Namen psihometričnega pristopa je razumevanje različnih dojemanj tveganja, ki jih ljudje povezujemo z različnimi vrstami dejavnikov tveganja. Nadaljnje raziskovanje je pokazalo, da je dojemanje tveganja za zdravje večdimenzionalno (Fife-Schaw and Rowe, 1996, 2000; Fischhoff et al, 1978; Slovic, 1987; Sparks and Shepherd, 1994). Pogosto uporabljeni aspekti tveganja so bili: prostovoljna izpostavljenost tveganju, znanstvena opredelitev dejavnika tveganja, poznavanje tveganja s strani izpostavljenih, nadzor nad tveganjem, katastrofalen potencial, stopnja

»prestrašenosti«, število izpostavljenih ljudi, »nov« dejavnik tveganja in resnost tveganja za naslednje generacije. Ugotovljeno je bilo, da so našete dimenzije tveganja v povezavi in jih lahko predstavljata dve glavni komponenti, to sta stopnja oziroma mera, ki povzroča bojazen, oziroma zaskrbljenost, in poznavanje tveganja tistim, ki so mu izpostavljeni. Z razvrščanjem tveganj v dvodimenzionalni prostor, definiran z dvema komponentama, lahko tveganja opisujemo in razvrščamo glede na podobnost in različnost v smislu dojetja. Npr. javnost je smatrala dejavnike tveganja v povezavi z gensko modifikacijo živil kot nepoznane, vendar strah vzbujajoče, medtem ko se prehrana z veliko maščobami dojema kot znana, vendar ne zaskrbljujoča (Kirk et al., 2002; Sparks and Shepherd, 1994).

#### RAZISKAVE DOJEMANJA TVEGANJA IN KORISTI GLEDE SPREJEMLJIVOSTI ŽIVILSKIH TEHNOLOGIJ IN ODNOSA DO DEJAVNIKOV TVEGANJA V ŽIVILIH

Od rezultatov iz psihometričnih študij, ki so tveganje označevale z vrsto dimenzij, se je raziskovanje razvijalo v smeri ovrednotenja vpliva na zaznavanje tveganja in koristi glede sprejemljivosti živilskih tehnologij, kakor tudi odnosa do varnosti živil (Bredahl, 2001; Eiser et al., 2002; Frewer et al., 2003b; Saba and Messina, 2003; Siegrist, 2000; Siegrist and Cvetkovich, 2000; Siegrist et al., 2000; Williams and Hammitt, 2001). Na splošno tveganja, ki izhajajo iz tehnologije predelave in proizvodnje hrane, vključujejo npr. gensko modifikacijo, uporabo pesticidov in obsevanje oziroma iradiacijo živil. Pomembna ugotovitev je bila, da se potrošniki odzivajo na gensko modifikacijo z dojetjem tveganja in koristi, kakor tudi zaskrbljenostjo o vplivu omenjenih tehnologij na

integriteto narave (Bredahl, 2001; Siegrist et al., 2000).

V izkustvenih študijah je bilo ugotovljeno, da sta zaznavano tveganje in zaznavana korist dosledno v obratnem sorazmerju (Alhakami and Slovic, 1994). Omenjene ugotovitve so v nasprotju s pričakovanji v realnosti, ko so velika tveganja sprejemljiva, če so nadomeščena oziroma kompenzirana z veliko koristjo. Obstajajo različne razlage za ta fenomen - npr. potrošniki ne vrednotijo tveganja in koristi neodvisno drug od drugega, v konkretnem primeru, kadar je tveganje veliko, je korist mala in obratno. Ugotovljeno je bilo tudi, da je zaznavanje tveganja pri potrošnikih pogojeno s splošno »naklonjenostjo«. Kadar je le-ta pozitivna, ljudje sodijo, da je tveganje malo in korist velika (Alhakami and Slovic, 1994). Potrošniki se izogibajo »poznavalni raznolikosti« oziroma kognitivni disonanci in potrebi po skladnosti mišljenja (Alhakami and Slovic, 1994). To predstavlja težavo pri dojetanju velikega tveganja in velikih koristih naenkrat, v povezavi z istim dejavnikom tveganja. Ugotovljeno je bilo tudi, da je obratno sorazmerje med dojetanjem tveganja in koristi posledica neupoštevanja vloge zaupanja, za katerega se smatra, da vpliva na dojetanje tveganja in koristi (Siegrist, 2000; Siegrist and Cvetkovich, 2000; Siegrist et al., 2000). Tveganja za zdravje so dopustna, kadar obstaja zaupanje javnosti v zakonodajalca, znanje izvedencev in upravljavce tveganja, ki so zmožni tveganje obvladovati. Torej, negativna korelacija med zaznavnimi tveganji in koristmi izhaja iz emocionalnih vzgibov oziroma čustev pri presoji tveganja/koristi (Finucane et al., 2000b; Slovic et al., 2002).

Obratno sorazmerje med dojetanjem tveganja in dojetanjem koristi se je torej nanašalo na individualne občutke o tehnologiji. Tehnologiji naklonjeni občutki so bili povezani z malim

vrednotenjem tveganja in velikim vrednotenjem koristi, medtem ko so se nenaklonjeni občutki rezultirali v velikih dojemanjih tveganja in malih dojemanjih koristi. Izkušnje kažejo, da »emocija« pride prva ter vpliva na presojo tveganja in koristi. V primeru časovne stiske, ko je možnost analitičnega premisleka omejena in se morajo potrošniki zanašati na intuitivne in emocionalne presoje, je obratno sorazmerje med dojetanjem tveganja in koristjo še večje. Manipuliranje s stopnjo koristi vpliva na percepcijo tveganja, kar kaže, da korist in tveganje nista presojana neodvisno.

#### DOJEMANJE TVEGANJA POTROŠNIKOV V ODNOSU DO NAKUPOVANJA IN PREHRANJEVALNIH NAVAD

**Stopnja** zaupanja potrošnikov v varnost hrane in obseg, v katerem so tveganja zaznavana v povezavi s porabo živil, se lahko nanašata na izbor živilskega proizvoda oziroma izdelka (ali se potrošnik izogiba določenim proizvodom), izbiro blagovne znamke, trgovske ponudbe in preferenc za različne izdelke (npr. ekološke proizvode) (Mitchell, 1998; Pennings et al., 2002; Saba and Messina, 2003, Verbeke, 2001; Verbeke and Van Kenhove, 2002; Verbeke and Viaene, 1999).

Dve zaporedni študiji o odnosu potrošnikov do mesa sta pokazali, da je po mnenju potrošnikov njihova prejšnja in bodoča poraba mesa med drugim odvisna od dojetanja, ki se nanaša na »varnost« mesa oziroma prisotnost hormonov in drugih škodljivih substanc v mesu, in dojetanja, ali je bilo meso proizvedeno na okolju prijazen način (Verbeke, 2001; Verbeke and Viaene, 1999). Večina potrošnikov je verjela, da meso, ki je vsebovalo hormone in škodljive substance, ni bilo varno, ni bilo vredno zaupanja in ni bilo proizvedeno na okolju prijazen način. V zvezi z nakupom mesa so bili

najpomembnejši aspekti potrošnikov glede zmanjševanja dojetanja tveganja lokacija nakupa mesa, barva mesa, država porekla in ocena kakovosti (McCarthy and Henson, 2005).

Potrošniki so lahko pomanjkljivo seznanjeni in potemtakem negotovi glede lastnosti (npr. kakovosti) živilskih proizvodov (Erdem et al., 2004). Dva aspekta tveganja, ki ju razlikujemo v obravnavanem kontekstu, sta negotovost (možnost, da se bo negativni izid udejanil) in posledica (pričakovani obseg ali resnost škode v primeru negativnega izida). Obseg, v katerem potrošniki ugotovijo, da morda ne bodo mogli doseči ciljev v povezavi z nakupovanjem določenega proizvoda, bo rezultiral v zaznavanju tveganja (Mitchell, 1998). Literatura navaja različne vrste tveganj, ki jih lahko zaznavamo: tveganje v povezavi s kakovostjo proizvoda (ali bo proizvod uresničil obljube oglaševalca), tveganje glede varnosti (do katere mere je živilo varno za uživanje), finančno tveganje (ali je proizvod vreden svojega denarja), psihološko tveganje (ali proizvod ustreza osebni samopodobi), družbeno tveganje (stopnja, do katere proizvod vpliva na način mišljenja drugih o določeni osebi) in časovno tveganje (koliko časa je potrebno, da se seznanimo s pravilno uporabo proizvoda) (Conchar et al., 2004). V kontekstu varnosti živil je za potrošnika najpomembnejši nakup živil, ki so varna in vsebujejo zaželjene attribute kakovosti.

Treba je razlikovati med dojetanjem tveganja in odnosom do tveganja. Dojetanje tveganja lahko označimo kot ovrednotenje možnosti uresničitve tveganja v določeni situaciji. Kot odnos do tveganja pa pri potrošnikih smatramo odražanje splošne dovzetnosti oziroma predispozicije do tveganja ali pripravljenost do izpostavitve tveganju (Pennings et al., 2002). Modeliranje reakcij potrošnikov na krizno situacijo v povezavi z bovino

spongiformno encefalopatijo (BSE) kot kombinacijo dojemanja in odnosa do tveganja ter medsebojnega vzajemnega delovanja obeh je pokazalo, da je najboljši način postopanja v kriznih situacijah odvisen od odzivov javnosti na krizno situacijo, in sicer ali so odzivi javnosti pogojeni z dojemanjem tveganja ali odnosom do tveganja. Kadar je vedenje potrošnikov pogojeno z dojemanjem tveganja, je treba učinkovito komunikacijo tveganja združiti s prizadevanji oziroma ukrepi za zmanjševanje tveganja. Zagotavljanje resničnih informacij glede verjetnosti izpostavitve tveganju predstavlja uspešen način za odgovor zaskrbljenim potrošnikom - pomembno je, da potrošniki informacijam verjamejo. Kadar na vedenje potrošnikov v glavnem vpliva odnos do tveganja, je najboljša možnost odstranitev tveganja. V tem primeru je pomembno, da se upravljalci tveganja osredotočajo na emocionalne reakcije potrošnikov o potencialnem tveganju (Mitchell, 1999).

Dojemanje tveganja in odnos do tveganja se od posameznika do posameznika razlikujeta (Bouyer et al., 2001; Verbeke and Van Kenhove, 2002). V tem kontekstu nekateri ljudje poizkušajo tveganje zmanjšati ali »ublažiti« izpostavljenost, nekateri pa se poizkušajo tveganju popolnoma izogniti. Opazovanje individualnih razlik potrošnikov glede reakcij na bovino spongiformno encefalopatijo oziroma BSE krizo v Nemčiji, je pokazalo, da je okoli 20 % anketiranih odgovorilo, da so spremenili »organizacijo« svoje prehrane in da kupujejo meso zgolj pri lokalnih dobaviteljih, postali pa so tudi bolj nezaupljivi do živilskih proizvodov, za katere niso poznali porekla. Obravnavane vedenjske vzorce so obdržali tudi po koncu te krize. Okoli 15 % anketiranih se je izogibalo govejemu mesu več mesecev in ko so smatrali, da je kriza mimo, so zopet prevzeli svoje prehranske navade, tako

da so modeli prehranjevanja ostali popolnoma enaki kot pred krizo. Skoraj 25 % anketiranih prehranjevalnih navad sploh ni spremenilo, menili so celo, da so mediji pretiravali in tveganje »povečali«, s čimer so se poiskovali izogniti nadaljnim informacijam. Treba je poudariti, da se kar 40 % anketiranih ni bilo zmožnih uvrstiti v nobeno od omenjenih treh kategorij (Zwick and Renn, 2002). Individualne razlike v zaskrbljenosti in vedenju potrošnikov v odnosu do BSE krize so proučevali tudi v drugih evropskih deželah (Berg, 2004; Verbeke and Viaene, 1999). Poleg različnih odgovorov oziroma reakcij na tveganje za zdravje na individualni ravni, so številne študije pokazale, da je dojemanje tveganja tudi kulturološko pogojeno, odvisno od prevladujočega svetovnega nazora in socio-političnih dejavnikov (Finucane et al., 2000a; Flynn et al., 1994; Palmer, 2003).

#### Literatura:

1. ALHAKAMI, A.S. and SLOVIC, P. (1994). A psychological study of the inverse relationship between perceived risk and perceived benefit. *Risk Analysis*, 14(6), 1085-1096.
2. BERG, L. (2004). Trust in food in the age of mad cow disease: a comparative study of consumers' evaluation of food safety in Belgium, Britain and Norway. *Appetite*, 42, 21-32.
3. BOUYER, m., BAGDASSARIAN, S., CHAABANNE, S. and MULLET, E. (2001). Personality correlates of risk perception. *Risk Analysis*, 21, 457-465.
4. BREDAHL, L. (2001). Determinants of consumer attitudes and purchase intentions with regard to genetically modified foods - results of a cross-national survey. *Journal of Consumer Policy*, 24, 23-61.
5. CONCHAR, M.P., ZINKHAN, G.M., PETERS, C. AND OLAVARIETTA, S. (2004). An integrated framework for the conceptualization of consumers' perceived-risk processing. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 32(4), 418-436.
6. EISER; J.R., MILES, S. and FREWER, L.J: (2002). Trust, perceived risk and attitudes toward food technologies. *Journal of Applied Social Psychology*, 32(11), 2423-2433.
7. ERDEM, T., ZHAO, Y. and VALENZUELA, A. (2004). Performance of store brands: A cross-country analysis of consumer store-brand preferences, perceptions, and risk. *Journal of Marketing Research*, 41(1), 86-100.
8. FIFE-SCHAW, C. and ROWE, G. (1996). Public perceptions of everyday food hazard: A psychometric study. *Risk Analysis*, 16(4), 487-500.
9. FIFE-SCHAW, C. and ROWE, G. (2000). Extending the application of the psychometric approach for assessing public perceptions of food risk: Some

- methodological considerations. *Journal of Risk Research*, 3(2), 167-179.
10. FINUCANE, M., SLOVIC, P., MERTZ, C. K., FLYNN, J. and SATTERFIELD, T.A. (2000a). Gender, race, and perceived risk: the 'white male' effect. *Health, Risk and Society*, 2, 159-172.
  11. FINUCANE, M.L., ALHAKAMI, A., SLOVIC, P. and JOHNSON, S. M. (2000b). The affect heuristic in judgments of risks and benefits. *Journal of Behavioral Decision Making*, 13(1), 1-17.
  12. FISCHHOFF, B. (1985). Managing risk perceptions. *Issues in Science and Technology*, 2(1), 83-96.
  13. FISCHHOFF, B., SLOVIC, P., LICHTENSTEIN, S., READ, S. and COMBS, B. (1978). How safe is safe enough? A psychometric study of attitudes towards technological risks and benefits. *Policy Sciences*, 9, 127-152.
  14. FLYNN, J., SLOVIC, P. and MERTZ, C.K. (1994). Gender, race, and perception of environmental health risks. *Risk Analysis*, 14, 1101-1108.
  15. FREWER, L.J. (2001). Environmental risk, public trust and perceived exclusion from risk management. *Environmental risks: Perception, Evaluation and Management*, 9, 221-248.
  16. FREWER, L.J., and SALTER, B (2002). Public attitudes, scientific advice and the politics of regulatory policy: the case of BSE. *Science and Public Policy*, 29, 137-145.
  17. FREWER, L.J., MILES, S. and MARSH, R. (2002b). The media and genetically modified foods: Evidence in support of social amplification of risk. *Risk Analysis*, 22(4), 701-711.
  18. FREWER, L., SCHOLDERER, J. and BREDAHL, L. (2003b). Communicating about the risks and benefits of genetically modified foods: The mediating role of trust. *Risk Analysis*, 23(6), 1117-1133.
  19. HAMPEL, J., KLINKE, A. and RENN, O. (2000). Beyond »red« hope and »green« distrust. Public perception of genetic engineering in Germany. *Politeia*, 16(60), 68-82.
  20. HANSEN, J., HOLM, L., FREWER, L., ROBINSON, P. and SANDØE, P. (2003). Beyond the knowledge deficit: Recent research into lay and expert attitudes to food risks. *Appetite*, 41, 111-121.
  21. KIRK, S.F.L., GREENWOOD, D., CADE, J.E. and PEARMAN, A.D. (2002). Public perception of a range of potential food risks in the United Kingdom. *Appetite*, 38(3), 189-197.
  22. McCHARTY, M. and HENSON, S. (2005). Perceived risk and risk reduction strategies in the choice of beef by Irish consumers. *Food Quality and Preference*, 16, 435-445.
  23. MITCHELL, V.-W. (1998). A role for consumer risk perceptions in grocery retailing. *British Food Journal*, 100(4), 171-183.
  24. MITCHELL, V.-W. (1999). Consumer perceived risk: Conceptualisations and models. *European Journal of Marketing*, 33(1/2), 163-195.
  25. PALMER, C.G.S. (2003). Risk perception: another look at the »white male« effect. *Health, Risk and Society*, 5, 71-83.
  26. PENNING, J.M.E., WANSINK, B. and MEULENBERG, M.T.G. (2002). A note on modeling consumer reactions to a crisis: The case of the mad cow disease. *International Journal of Research in Marketing*, 19, 91-100.
  27. RENN, O. (2004a). Perception of risks. *The Geneva Papers on Risk and Insurance*, 29(1), 102-114.
  28. SABA, and MESSINA, F. (2003). Attitudes towards organic foods and risk/benefit perception associated with pesticides. *Food Quality and Preference*, 14, 637-645.
  29. SIEGRIST, M. (2000). The influence of trust and perceptions of risks and benefits on the acceptance of gene technology. *Risk Analysis*, 20(2), 195-203.
  30. SIEGRIST, M. and CVETKOVICH, G. (2000). Perception of hazards: The role of social trust and knowledge. *Risk Analysis*, 20(5), 713-719.
  31. SIEGRIST, M. and CVETKOVICH, G. and ROTH, C. (2000). Salient value similarity, social trust, and risk/benefit perception. *Risk Analysis*, 20(3), 353-361.
  32. SLOVIC, P. (1987). Perception of risk. *Science*, 236, 280-285.
  33. SLOVIC, P., FINUCANE, M., PETERS, E. and MACGREGOR D. G. (2002). The affect heuristic. In T. Gilovich, D. Griffin and D. Kahneman (eds), *Heuristics and Biases: The Psychology of Intuitive Judgment*, pp. 397-420. New York: Cambridge University Press.
  34. SPARKS, P. and SHEPHERD, R. (1994). Public perceptions of the potential hazards associated with food production and food consumption: An experimental study. *Risk Analysis*, 14(5), 799-806.
  35. Uredba o izvajanju delov določenih uredb Skupnosti glede živil, higiene živil in uradnega nadzora nad živili. *Uradni list RS*, št. 72/10.
  36. VERBEKE, W. (2001). Beliefs, attitude and behaviour towards fresh meat revisited after the Belgian dioxin crisis. *Food Quality and Preference*, 12, 489-498.
  37. VERBEKE, W. and VAN KENHOVE, P. (2002). Impact of emotional stability and attitude on consumption decisions under risk: The coca-cola crisis in Belgium. *Journal of Health Communication*, 7(5), 455-472.
  38. VERBEKE, W. and VIAENE, j. (1999). Beliefs, attitude and behaviour towards fresh meat consumption in Belgium: Empirical evidence from a consumer survey. *Food quality and preference*, 10, 437-455.
  39. WILLIAMS, P.R.D. AND HAMMITT, J.K. (2001). Perceived risks of conventional and organic produce: Pesticides, pathogens, and natural toxins. *Risk Analysis*, 21(2), 319-330.
  40. ZWICK, M. and RENN, O. (2002). Perception and evaluation of risk. Findings of the Baden-Württemberg Risk Survey 2001. Working Report No. 203. Centre of Technology Assessment: Stuttgart.



*„Točka moči je vedno v sedanjem trenutku.“*

*Louise L. Hay*