

OECDワークショップ資料

化学物質リスク管理のリスクコミュニケーション エグゼクティブサマリー

1. 目的

化学分野におけるリスクコミュニケーションのニーズとコミュニケーションの実践における新たな進化を考慮すると、OECD のリスクマネジメント・プログラムの研究は、「経済 - 社会分析とリスクコミュニケーション・マネジメントに係わる方法論とテクニカルツール」の発展を必要とする。この要求に応じて Issue Team が作られた。

Issue Team はドイツが議長を務め、金属と環境に関する国際委員会（BIAC）の援助と支援がある。Issue Team はカナダ、欧州連合の DG24、日本、ニュージーランド、イギリスからの代表者も含まれている。

Issue Team の最初の任務の 1 つは加盟国で専門家（政府、産業界、学会、NGO）を調査し、リスクコミュニケーション分野で OECD が行っている研究に興味を持っているかを確認することである。加えて、調査では、OECD 加盟国間にある社会や文化的な価値観の重要な相違に留意しながら、国際レベルで有益な議論となるであろう問題点の優先度付けに関する情報を収集するような調査が企図された。調査結果は、特に化学産業のためのリスクコミュニケーションの OECD ワークショップ組織に対して、プロジェクトの継続に圧倒的な支持を示している。

ワークショップの支援により、Issue Team はリスクコミュニケーションのバックグラウンドペーパーの作業（本レポート）を始めた。

- 何故、どうしてリスクコミュニケーションは効果的なリスクマネジメント・プログラムの本質的な要素なのかを説明すること。
- 2000 年 9 月のワークショップでのパネルディスカッションやセッション（break-out-sessions）の論点になるであろう問題や疑問を明らかにすること。
- 実践的な視点から化学産業におけるリスクコミュニケーションの機会を指摘すること。
- コミュニケーターにリスクコミュニケーションの問題点、リスク、落とし穴を知らせること。
- リスクコミュニケーションに役立つ関連情報源を列挙すること。
- 成功するリスクコミュニケーション活動の手引きとなるキーポイントの最初の考え方を述べること。

リスクコミュニケーションにおいては重要な側面が多いが、このバックグラウンドペーパー（そして後のワークショップ）では、一般的な化学物質リスクの公衆認知についての検討を含め、消費者が使う化学製品に優先的に焦点を当てるべきと OECD 加盟諸国は決定した。

製品に含まれる化学物質は電子機器やコミュニケーションツールと同じくらい現代生活の大部分を担っている。化学製品の健康と安全への影響に関する公衆の関心は、主として食品や薬品を対象としている。殺虫剤と農薬も議論の中心となっている。諸規制は消費者のリスクを最小化する手段として適切であった。特定の行政機関による主要な規制行動や企業によるリスクコミュニケーションの試みにかかわらず、公衆認知は過去 20 年以上、化学物質リスクを批判し続けてきた。通常、化学物質リスクは、長期間を経て影響が現れ、別のリスク要因との複合（ライフスタイルや栄養状態のような）によって悪影響を及ぼし、人間の感覚ではほとんど感知できないため、コミュニケーションは困難である。この分野でのリスクコミュニケーションには以下の主な難題に対する取り組みが必要である。

- probability（生起確率）と stochastic（確率的）結果の概念を説明すること。
- リスクとハザードの違いを説明すること。
- 長期間の効果を扱うこと。
- リスク情報を提供する行政機関や組織の信頼性を向上すること（個人的体験がなく、人々が中立で公平な情報に頼っているという条件において重要となる）。

現代の経済活動は安全で信頼できる製品に依存しているので、化学物質のユーザー全てが潜在的リスクと自身を守るに必要な予防的対策について知らされていることが極めて重要である。同時に、人々の心配事や関心事について、たとえそれらが科学的根拠のないものであっても、人々とコミュニケーションすることが必要である。リスクコミュニケーションは、責任あるマネジメントの一環として必須のステップである。政府の機関、産業界と NGO はすべて、このコミュニケーション活動に参加するように求められている。

このレポートは、消費者の使用する化学製品のリスクマネジメントに携わるリスクコミュニケーションが直面する課題と難題に対して優先的に焦点を当てている。消費者のニーズに応えるコミュニケーションは 3 つの主要な要素を含んでいる：製品のリスク、製品の製造と輸送の状況、生産者と規制者に関する人々の考えとイメージについての情報である。加えて、多くの消費者は、公衆の利害関係者が法規制とコミュニケーションプロセスに関与することを求めている。コミュニケーションの重要性は、OECD 加盟諸国の規制機関の立場から明らかにされるだろう。しかし、後に示す教訓（lessons）は、この分野での他のコミュニケーション、すなわち産業界、消費者団体、NGO のためにも役立つ。

2. リスク認知

化学製品の効果的なリスクコミュニケーションへの最も大きな障壁の一つは、リスク認知における直観のプロセスである。消費者が産業と環境のどちらの価値を選ぶかに拘わらず、消費者の認知枠組みは汚染物質と毒物としての化学物質の概念によって特色づけられている。リスクコミュニケーションにとってこの状況は何を意味しているのだろうか？

- リスク情報は人々がリスクから想する質的な特徴に関係づけられるべきである。これらの特徴とは、恐れ、周知性、個人あるいは組織でのコントロール、リスクとベネフィットの配分の公正さの認知、責任の所在などを含んでいる。リスクの可能性と大きさだけに注目するよりも、人々の関心事を取り上げる方が重要である。消費者は化学製品のリスクを健康の観点から強く認識し、マスメディアによって拡大されたり、あるいは政治的活動に基づく議論に誘発された場合にだけ、環境の考え方が役割を演じている。さらに、生産の方法（遺伝子工学技術の用いている方法のような）は、消費者にとってリスクやその許容可能性を判断する時に重要である。
- しばしば消費者は消費生活用品からハザードを連想し、曝露の量と曝露の状態に依存する影響の程度を低く評価する。もしある製品が、高い摂取量において有害性や発癌性があるかも知れない成分を含んでいるとしたら、ほとんどの人々がこのわずかな成分を、内在的危険性の十分な証拠として判断するだろう。消費者は、専門家の曝露量と影響（dose-effect）に関する信頼できる情報に頼らねばならないので、信頼はリスクマネジメントの重要課題となる。信頼が低い状況では、消費者は曝露するかも知れない全ての物にハザードが存在しないように要求する。結果として、信頼構築はすべてのコミュニケーション活動のための主要な任務となる（セクション5参照）。
- どのようなコミュニケーション・プログラムも既得権とリスクコミュニケーション活動との関連を避けるべきである。リスクコミュニケーションが、リスク軽減対策や予防原則に従うことを避けるための産業界の新しい戦略として認識されるとしたら、そのコミュニケーション・プログラムは、ほとんどのオプザーバーに拒否されるだろう。規制の改訂の機会は、ほとんどないだろう。むしろリスクコミュニケーション・プログラムは、深刻な全てのリスクを考慮し、産業界の人々や環境論者、消費者によって利益が平等に共有される法規制体制の潜在的利益を強調すべきである。リスクの法規制がリスクの懸念に基づいているよりむしろ、完全なアセスメントに基づいている方が公衆の健康保護のためになるということの証明が必要である。

曝露結果は高いが確率は低いリスクのリスクコミュニケーションは特に困難であり、それは非自発性、恐怖、コントロールの欠如、非周知性（unfamiliarity）と関連している。否定的な特性のあるリスクを説明するには、広範な社会的背景における、これらの否定的な特性と機能的な対価（functional equivalents）を示すことが有効だろう。潜在的な対価は、非自発的な印象を中和する民主的な意志決定プロセスの保証であり、また、個人のコントロールの代わりとしての規制機関の独立性と公平性の保証である。日常の排出量のモニタリング、安全対策へのチェック、消費生活用品の安全性が危機的な場合の介入、これらは規制機関の能力への信頼を生み出すだろう。

3. メディアの役割

個人的な体験か、他者あるいは媒介情報源との交流、のどちらから引き出した情報かによって、リスク認知の全ての仕組みが決まる。リスクについての情報の大半が媒介情報源から生じる。人々の危険性の高い技術や活動に関する態度や立場は、また聞き情報（second-hand information）に基づき形成される。この情報はマスメディアによって傳達されている。リスクやリスク源についての考え方の多くは、メディアが消費者に伝える情報や評価によって形成され、あるいは少なくとも影響されている。メディアはコミュニケーション・プロセスにおいて二重の役割を形成する。第1に、メディアは第1次の情報源から情報を収集し、彼等が受け止めたメッセージの選択と解釈を左右する専門的で制度的なルールを適用して情報を整理している。第2に、最終的な受け手に情報を送る。リスクコミュニケーターがメディアに対応する上で何をすることができるのだろうか？

- メディア対応にあたって、リスクコミュニケーターはメディアの主要な選択基準を知っているべきである。メディアは出来事（事件）について報告するのであり、継続的な活動を報告するのではない。どんなジャーナリストも例えば、危険性のある廃棄物施設の長期的な安全の記録について書くことにはほとんど興味がない。しかし、もしそのような施設が、危険な物質の放出による事故に直面したら、この事件はトップニュースになるかも知れない。メッセージを伝えるために、コミュニケーターは彼等のメッセージと出来事を結びつけたいのであり、必ずしも出来事を科学的に伝えるのではない。化学工場の安全取組みの25周年祝賀会や、科学的研究の完成のような出来事は、事件としての要件に合っている。

- メディアの他の主な特徴は、目撃者の報告へのメディアの関心である。これらの証言は、目撃者個人の体験による抽象化された出来事を述べている。（ジャーナリストは、これらの証言がリスクの犠牲者や管理者を明らかにして読者に役立つと思っている）。人間的な

要素と抽象的な題材の個人化(personalize)を強調している情報は、出来事の経過や組織の能力についての文書よりも、メディアによって受け入れられやすい。しかしながら、送り手を喜ばすために情報を取りまとめることは、疑いと不信感を生じるリスクを常に伴っていることをリスクコミュニケーターは気づいていなければならない。しばしば、情報の送り手は上手く取りまとめて聴衆を操ることを目的と考えている。情報を整理する社会的な送り手は、既定のルールによって作動するコンピューターやラジオではなく、彼らは受け取ったメッセージを反映し、状況に応じて情報の選択ルールを変えられる、思慮のある存在であることを忘れてはならない。

4. ツールとアプローチ

リスク認知とメディアを検討した後で、ここではリスクコミュニケーション・プロセスにおけるコミュニケーターの役割に焦点を当てる。テーマはリスクによって異なるが、ほとんどのリスクの議論は3つのテーマに集中している。

- 事実に基づく証拠と生起確率
- 組織のパフォーマンス、専門知識、経験
- 世界観や価値体系に関する概念の対立

第1段階は、リスク確率と潜在的な危険の範囲についての事実に基づく議論である。問題が一部の公衆の技術的な知識の不足ならば、コミュニケーション手順は、合意されている専門的見解を公衆に知らせることに注力すべきである。第2段階は、化学物質リスクを扱う組織の能力に関連する。ここでの議論の焦点は、リスクとベネフィットの分配であり、リスクマネジメント組織の信頼性である。第3段階では、社会的な価値観の相違、文化によるライフスタイル、それらのリスクマネジメントに対する影響を鑑みて対立が定義される。この場合、技術的な専門知識あるいは組織の能力や開放性は、いずれも公衆参加の適切な条件ではない。リスクコミュニケーターは、これらの3つのテーマにどう取り組むことができるだろうか。

a. 第1段階の問題、すなわち要望されている情報が専門的情報に集中しているなら、以下が最も良いツールである。

- 小冊子(対象とする公衆によってテストされたもの)
- 情報ビデオやインターネットによるプレゼンテーション(わかりやすさと人目を引くかどうかテストされたもの)
- 直接のレクチャーあるいは、体験学習(体験的な実験、夜間学校、消費者研修等)

b. 第2段階の問題なら、前記aのツールとアプローチでは十分ではない。組織のパフォーマンスと信頼性を認知させるためには、更なるコミュニケーション手段を必要としている。

- 施設視察調査
- 組織に疑いを持っている人と組織の責任者との直接対話
- 隠し立てのない手続き（秘密主義でない・隠された意図がない）
- 企業から環境団体への環境パフォーマンス値のデータリング（彼らがパフォーマンスを見られるように）
- 懐疑的な利害関係者を諮問委員会あるいは専門委員会に参加させる。

c. 問題が第3段階ならば、価値観とライフスタイルが、コミュニケーションの主な課題である。この段階は双方向の会話となるような手段やツールを必要としている。

- 異なる利害関係者グループの代表者による円卓会議
- 調停、仲裁、あるいは論争解決メカニズムの代替案
- 諮問委員会、パネル、陪審員団等を通しての直接市民参加
- 政策の優先順位付けや規制活動に関する政策への関与
- 公衆討議や公開討論会への参加

第3段階の議論の背後にある思想は、産業、社会、社会事業の将来的発展のための目標やビジョンの共通理解を見出すことである。消費者保護は、「社会正義」から人間的成長と幸福に対する「社会的責任」までに及ぶ社会的関心事の大きな枠組みの中の一つの要素である。産業界の代表者と規制当局は、民族的複合社会における社会的圧力を認知する活動の1つとして、第3段階の議論への参加を期待されている。同時に、リスク・テイクングとリスク耐性の問題については、各関係者に、全ての観点が考慮されており、共通基盤あるいは共通のコンセンサスに到達するための十分なインセンティブがあるという確信を与えるために、話し合いに基づく活動が求められている。

5. 信頼性 (TRUST) と信憑性 (CREDIBILITY)

信頼性と信憑性についての過去の研究の成果を盛り込んだリスクコミュニケーション・プログラムをどう設計し実施するかについて、リスクコミュニケーターにどんなアドバイスができるのだろうか。もし、OECDの規制機関が、彼らの行動の効率性や有効性に確信を持てる状態まで達することを望むなら、幾つかの必須条件を満たさなければならず、それは彼等のリスクコミュニケーションにおける将来の役割を決定する。これらの条件は、信頼性が不可欠な項目に従って整理される。

- a) メッセージの信頼性を向上すること：何が期待できるかを聴衆に予め知らしめるために、リスク分析の原理とリスクマネジメントにおけるリスク分析の役割を説明すること。さらに、意思決定プロセスと組織の過去の記録をメッセージに含めるべきである。それによって、人々は関係者の能力を認め、リスクマネジメントの会合で為されるべき妥協（トレードオフ）について好感を持つ。能力の証明、異なる立場に対する公正さ、一般に共有される価値や信念への言及は、メッセージをよりいっそう魅力的にし、関心の強弱にかかわらず、関心ある聴衆に呼びかけることに役立つであろう。結論は明快で、既得権は、公衆の権限や経済機能の点で正当化されない限り認めるべきでない。
- b) コミュニケーター個人の信頼性を向上すること：聴衆がコミュニケーターに共感を持ち、経験や信念を共有できるよう、コミュニケーションの土壌を作り上げることが主な目標である。コミュニケーターが組織の代弁者になることを避け、聴衆への思いやりと共感を表せば、聴衆は話し手に共感し、話を聞いてみようとする気持ちになるであろう。蓋然性を伴う情報を伝えることは難題であるが、日常経験している家計の制約と消費生活用品を例にとれば伝えられるであろう。さらに、ハザード管理におけるリスク分析の成功例は、公衆の健康と環境を改善するためのリスク分析の役割と限界を示す証明となる。考慮すべきことは、一般的に使用される記号、目立つフォーマットを用い、これまでの開放性や正直さを示す記録を記載することである。反対者に対する否定的なレッテル貼りや典型的な宣伝の手口は絶対に避けるべきである。
- c) 組織の信頼性を向上すること：必須の要素はパフォーマンスであり、公衆との関係ではない。組織の目標と目的を満たすことによって、信用が得られねばならない。さらに、信頼は、コスト・エフェクティブであることと社会的要求を受け入れる姿勢と関連する。これら2つの目標は、しばしば対立するが、これらは択一な目標ではなく、互いに補完するものとして扱われるべきである。公正さと柔軟性は、開放性の主な要素である。さらに十分な外部コントロールと監督を確実にすることで、公衆参加は、政令の遵守の証明と隠された意図があるという印象を避けるための手段として実施されるであろう。パフォーマンスがあるという前提において、これらの実績を反映したコミュニケーション・プログラムが作成される。そのようなプログラムは、聴衆の要望や要求に応じる、正直で、完全で、正確な情報を提供すべきである。これらのことは、聴衆からのフィードバックを収集するための組織化された活動、双方向のコミュニケーションの構築に取り組むことによって達成される。双方向コミュニケーション機能を確かなものとするために、市民参加、一般公開政策、ディスカッションフォーラム、公開テレビ番組等を調査すべきである。

d) 社会的土壌を改善することは、1人のコミュニケーターで可能な領域ではない。しかし、大規模な組織あるいは業界団体は広範な土壌に影響を与えることができる。社会的土壌を変える1つのやり方は、組織の管理において「抑制と均衡」(checks and balances)の仕組みを認め保証することである。他の解決法は、新たな公衆の要求と価値観を先取りし対応することで組織の柔軟さと先見の明を示すことである。組織の非人間的な体質は、特別な地域サービスの提供あるいはコミュニティ活動を行うことによって和らぐだろう。もし政府機関が、常設の危機管理者としての印象を持たれず、長期間の脅威や難題(特に環境と科学技術に関連する)に対する取組み能力と備えがあるという印象を持たれば、政府組織はより信頼されるであろう。

信頼性なしでは、化学物質リスクを規制する政府機関は、どんな制度的な仕組みを持ったとしても、合理的な基準の設定においてなんの役割も担えないであろう。成功したコミュニケーションは情報伝達以前から始まっている：それは、受容される情報と勧告の必要条件を作り出すことである。

6. 利害関係者の参加

利害関係者の参加についての過去の研究の主要な知見を取り入れたリスクコミュニケーション・プログラムをどう設計し実施するかについて、我々はリスクコミュニケーターに何をアドバイスできるだろうか。第1の教訓は、前述したように議論の3つの段階を区別することである。多くの参加者にとって、第3段階での議論を期待し詳細な技術的分析を問いつめる聴衆を対象とした説明を聞くほど、不利益で不満となることはない。リスクコミュニケーターはあらかじめ議論の段階を調査し、各段階向けに別個のリスクコミュニケーション・プログラムを設計すべきである。

利害関係者参加のためのコミュニケーション・プログラムを作る場合、それぞれ以下の基準に適合すべきである。

- 選択肢の多様さ：参加者は実行可能な多様な選択肢の中から一つの選択ができる。これは、政府機関が参加計画を作る場合には、参加者は選ぶことのできる選択肢を期待するので特に重要である。もし、目的がメッセージを伝えるだけ、あるいは関係者(constituency)の理解を深めることだけが目的なら、対話による利害関係者参加は適切な形態ではない。
- 曝露の公平さ：すべての利害関係者もしくはそれぞれの関係者(constituency)は、何らかの形で提案された選択肢の潜在的リスクに曝されているか？(影響を受けた利害関係者と無関心な利害関係者の間での差を避けること)利害関係者らが参加を求められた場合、

彼らはその問題に同じ利害関係を持つべきである。さもなければ、人々は利害関係の薄い者に対話の場に参加させる正当性を尋ねるだろう。

- 個人的な体験：参加者はその問題を体験しているか、そして、その問題や改善の選択肢についてさらに教育を受ければ、勧告を提案する能力があると彼等が思っているか。消費者問題であればこの点は特に関連がある。参加している利害関係者は主な消費者問題について詳しくなるべきであり、化学物質のリスクマネジメントの基本的な理解を持っているべきである。
- 個人的な適合性：解決に時間を割くほど深刻な問題であると参加者が判断しているか？問題解決の講演に利害関係者を招待するとほとんどの招待者は姿を見せず政府関係者は失望するかも知れない。主催者は、すべての利害関係者が関心を持ち義務を感じているか確かめねばならない。
- 機関の真剣さと開放性：主催機関の管理者は、利害関係者の勧告を進んで受け入れようとしているか、少なくとも注意深く検討しようとしているのか、あるいは隠れた意図を追求するのだろうか。しばしば、リスクコミュニケーションを実施している機関の担当者は、利害関係者参加について熱心であるが、経営上層部の共通認識となっていない。利害関係者参加の勧告が意思決定者に真剣に受け止められていないと、すべての参加者の不満となる。

双方向コミュニケーションの過程を始める要求や公衆の関心事を進んで聴くことだけでは、十分な利害関係者参加ではない。論証のプロセスは、技術的専門性、法的要求、公衆の価値観の統合を確かなものとする仕組み必要としている。これらの異なるインプットは、審議過程に貢献するように、合理的な意思決定プロセスで正当性を主張できる専門性と知識の形に組み合わせられるべきである。技術的専門知識をあいまいな公衆の認知に取り替えることは意味がなく、また民主的な過程であるべきものに、専門家の価値判断を反映することは正当化されない。アメリカの“U.S. Panel on Risk Characterization”は専門的知識と審議を互いに体系的に繋げる「分析 - 審議アプローチ」を提唱するために、これらの議論に関心をよせている。

7. 評価

成功か失敗かの判定のために、リスクコミュニケーションの評価は重要である。リスクコミュニケーターは、リスクコミュニケーション・プログラムを開始する前に、評価プログラムを持たなければならない。コミュニケーションの効果と副作用に関する経験上の分

析は、コミュニケーション・プロセス全体を再設計することと、コミュニケーション活動を改善することに役立つだろう。リスクコミュニケーション・プログラムの評価手法の設計に関する研究によれば、重要な問題は以下の通りである。

- 対象となる地域住民の詳細な記述（コミュニケーション・プロセスでのすべての関係団体を明示）
- 長期計画、データ収集や調整グループ設置の適切なタイミング

検討すべき因果関係に関する2つの重要事項がある。

- (1) 調査中に、教育によって実際に生じた意図された効果を示すこと（同時に生じた意図していなかった影響ではなく）
- (2) プログラムによって意図しなかった影響が生じたか否かを明らかにすること。

広い視点で見ると、調査者は、内容やプロセス、RC キャンペーンの結果についての結論が、その研究の協力者や特定の状況にかかわらずなく、正当なものであるかどうかを解明することが必要である。

8．結論

この概要の目的は、消費者が使用する化学物質に関するリスクコミュニケーションについて最新の知見を調査し、リスクコミュニケーションの効果に関する経験的な根拠を紹介し、心理学的あるいは社会学的な研究に基づくリスクコミュニケーターのための実践的な指針の輪郭を描くことである。

ほとんどのリスクコミュニケーション研究には1つの共通メッセージがある。リスクコミュニケーションは宣伝活動ではない。広告とメッセージの取りまとめ（packaging）はリスクコミュニケーションの改善に役立つ。しかし、リスクマネジメント組織に対する公衆の不信の問題を克服したり、合理的で一貫したリスク政策を策定すべきリスク研究分野の能力不足に対処するには不十分であろう。これら2つの問題の潜在的な改善策は、リスクを扱っているあるいは規制しているすべての組織の高度なパフォーマンスや、双方向コミュニケーション過程の要求に応じるリスクの議論の再構築にある。

パフォーマンスに関して、多くのリスクマネジメント組織が、彼らの特別な仕事が十分理解されておらず、公衆の期待はこれら組織が受容可能なマネジメントの選択肢の要求や範囲に調和していないと訴えていることは良く知られている。これはリスク研究分野に関しては特にありふれている。なぜなら懸案の課題である、健康と環境が、すべての OECD 加盟諸国の公衆の最大の関心事であり、またリスクの確率的な性質は成功もしくは失敗し

たマネジメントの明確な評価を妨げているからである。さらに、化学物質は疑いや恐れを引き起こす人工物質とみなされている。

これらの困難にかかわらず、慎重なマネジメント、公衆の要求への開放性、コミュニケーションへの継続的努力は信頼感や能力を得るために重要な条件である。それらは成功を保証しないが、成功をより可能にさせる。それ故に、リスクコミュニケーションの第1の主要な教訓は、まず自分自身のパフォーマンスの批判的な調査である。パフォーマンスは公衆の信頼を得るのに十分なのか？利害関係者と一般的公衆の要望や要求を見極めることに役立つ適切なメカニズムはあるのか？双方向コミュニケーション・プログラムは実施されているか？コミュニケーションは正直で、明確で、わかりやすく、時機を得ているか？

もし、これらの質問に肯定的に答えられるなら、コミュニケーションの設計は最適である。リスクコミュニケーションの第2の主要な教訓は、情報提供源の要望に応じるのではなく、対象とする聴衆の要望に応じて、コミュニケーションを適応させることである。誰も求めている質問への答えを提供するより、人々が求めている情報を提供することの方が常に効果的である。

コミュニケーションの第3の主要な教訓は、フィードバックを収集し、価値観と公衆の好み (preference) の変化を捉える組織活動の結果として、コミュニケーション・プログラムを調整し修正することである。過去に成功したプログラムの多くが、今日の聴衆に対しては不適切になった。常に適合させてゆくには、地域社会や利害関係者、一般的な公衆からシステマティックにフィードバックを収集する活動を必要としている。これは連続的な評価プログラムと呼ばれる。

社内 (in-house) パフォーマンスの慎重な調査、最終的受け手のニーズに合わせたコミュニケーションの内容を仕立てること、公衆の価値観と好み (preference) の変化に合わせたメッセージの調整によって、リスクコミュニケーションはリスクマネジメントの選択と制約の基本的な理解を伝えることができ、そしてコミュニケーターと聴衆の間の信頼関係の基盤を築く。リスク情報の受け手の多くが、意思決定機関が行った優先順位付けや管理手法の選択について同意しないながら、彼らはこれら意思決定が公開の議論や骨は折れるが妥当なトレードオフの任務の結果であると認めるかもしれない。

これらの提案が実施されても、リスクコミュニケーションは有効に作用しないかもしれない。外部の影響、社会的な不信感の土壌、過去のマネジメントの失敗、特定の事故、がリスクコミュニケーションを絶え間ない失望に変える。この失望 ほとんどのリスクマネージャーに知られているが は、最も基本的なリスクの対話の必要性を示している。そ

のような対話は、基本的価値観および好ましいライフスタイルに関連した基本的な選択に役立つ。すなわち、この概要のセクション4に書かれた第3段階の議論の内容である。

リスクコミュニケーションの対象者は、容易に容認したり、与えられた情報をすべて信じる人ではなく、実際の結果や、あらゆる側面での議論、自身の関心や好み (preference) に従ってバランス良く判断をするために利用できるすべての情報を処理する人である。この目標を達成するために、リスクコミュニケーション・プログラムは、すべての参加者がリスクに関する意思決定において公平なパートナーとなるように、参加者に必要な能力を提供するよう求められている。リスクコミュニケーションの最終目標は、専門知識、合理的マネジメント戦略、公衆の好み (preference) の一致である。