

长沙市市区居民对食品添加剂的认知现状及知识获取渠道的调查研究

白依珂 崔泰莱 岑依阳 马智宇 何震
(长沙医学院 湖南长沙 410219)

摘要:目的:探究长沙市公众对食品添加剂的知行现状。方法:采用分层抽样方法,对长沙市内五区 1250 名居民进行了自填式问卷调查。比较居民对食品添加剂认知情况和获得食品添加剂相关知识途径的统计学差异。结果:随着年龄的增长、文化程度的提高和月收入的增加,长沙市市区居民对食品添加剂的认知程度逐渐提升;居民获取食品添加剂相关知识的途径以手机为主(27.92%),最信任途径以官方消息(22.72%)、电视(18.08%)、网络(18.00%)和手机为主(17.36%)。结论:相关部门应采用合适的方法加强食品添加剂知识的宣传教育,增加居民获取食品添加剂相关知识的途径,并落实相关法律法规,规范食品添加剂的使用。

关键词:食品添加剂;认知现状;知识获取渠道;长沙市

食品添加剂是为改善食品品质、外形或香味等而人为增添的化学物质或天然物质。随着工业化相关理论及技术的快速发展,食品添加剂已成为食品加工行业不可或缺的物质,但居民对其认知的增长尚不能匹配该行业的快速发展,因此存在居民因对食品添加剂认知不足而错误选择食物的情况^[1-2]。同时,近年来我国非法使用食品添加剂以及超量使用食品添加剂的现象较为严重,部分商家甚至在商品的标签上醒目地标明本品不含任何添加剂或不含防腐剂的字样,对消费者产生了误导作用。在提高人们的食品安全意识的同时,使人们正确理解和对待食品添加剂显得尤为重要^[3-4]。目前,我国对居民食品添加剂的健康教育与健康促进工作还处在初级阶段,有关食品添加剂的调查研究相对较少。为了解长沙市居民对食品添加剂的知行现状,特开展此次调查研究。

1 研究对象与方法

1.1 研究对象

2023 年 2—4 月,采用分层随机抽样的调查方法,调查长沙市天心区(165 名)、开福区(196 名)、雨花区(250 名)、望城区(181 名)、岳麓区(277 名)、芙蓉区(181 名)共 1250 名居民。

1.2 调查方法

本次调查采用于光平等的调查问卷进行调查,共发放 1 500 份问卷,有效回收 1 250 份(有效率为 83.33%)。

表 1 居民对食品添加剂认知情况的比较[n(%)]

		低认知 (n=794)	中认知 (n=442)	高认知 (n=380)	合计	Z	P
性别	男	391 (69.20)	217 (38.41)	174 (30.80)	565	1.015	0.602
	女	403 (66.17)	225 (36.95)	206 (33.83)	609		
年龄	20 岁以下	611 (99.84)	189 (30.88)	1 (0.16)	612	34.394	0.000

采集的主要信息包括性别、年龄、婚姻状况、文化程度、月收入、居民获得食品添加剂相关知识的途径和信任途径。

1.3 统计学方法

对调查问卷进行统一审查,去除无效问卷后,用 Epidata3.1 软件对有效问卷建立数据库,采用双录入核查比对法控制数据录入的真实性,并采用 SPSS 22.0 统计软件对数据库进行统计分析,计数资料以[n(%)]表示,比较采用 χ^2 检验,以 $P < 0.05$ 表示具有统计学意义。

2 结果与分析

2.1 居民对食品添加剂认知情况的比较

由表 1 可知,不同年龄、文化程度和月收入的居民对食品添加剂的认知情况存在显著差异 ($P < 0.05$),随着年龄的增长、文化程度的提高和月收入的增加,居民对食品添加剂的认知程度逐渐提升。从“高认知”层面占比来看,女性(33.83%)占比高于男性(30.80%);40 岁以上(78.76%)占比高于 20~40 岁(57.76%)和 20 岁以下(0.16%);已婚(51.19%)高于未婚(15.95%);大学及以上(73.33%)高于高中(65.85%)和初中及以下(3.93%);10000 元以上(81.71%)高于 5 000~10 000 元(75.52%)、1 000~5 000 元(18.03%)、1000 元以下(1.61%)。

	20~40岁	128 (42.24)	107 (35.31)	175 (57.76)	303		
	40岁以上	55 (21.24)	146 (56.37)	204 (78.76)	259		
婚姻状况	未婚	527 (84.05)	134 (21.37)	100 (15.95)	627	3.545	0.170
	已婚	267 (48.81)	308 (56.31)	280 (51.19)	547		
文化程度	初中及以下	636 (96.07)	175 (26.44)	26 (3.93)	662		
	高中	98 (34.15)	78 (27.18)	189 (65.85)	287	149.539	0.000
	大学及以上	60 (26.67)	189 (84.00)	165 (73.33)	225		
月收入	1000元以下	796 (98.39)	119 (14.71)	13 (1.61)	809		
	1000~5000元	200 (81.97)	113 (46.31)	44 (18.03)	244	259.260	0.000
	5000~10000元	83 (24.48)	189 (55.75)	256 (75.52)	339		
	10000元以上	15 (18.29)	21 (25.61)	67 (81.71)	82		

2.2 居民获得食品添加剂相关知识途径的比较
 居民获得食品添加剂相关知识途径见表2。

表2 公众获得食品添加剂相关知识途径的比较[n (%)]

途径	获得途径	信任途径
官方消息	190 (15.20)	284 (22.72)
电视	193 (15.44)	226 (18.08)
网络	184 (14.72)	225 (18.00)
手机	349 (27.92)	217 (17.36)
广播	124 (9.92)	105 (8.40)
报刊	121 (9.68)	108 (8.64)
其他	89 (7.12)	85 (6.80)

3讨论

随着社会经济的不断发展, 餐饮行业也迎来了前所未有的发展机遇, 在餐饮行业中, 商家为往往会往食物中加入一定剂量的食品添加剂以保证食品的新鲜度, 但相关研究表明, 过量添加食品添加剂会直接影响人体的身体健康, 轻则身体机能受到影响, 重则可导致出现死亡, 故而增加公众对添加剂的认识势在必行。

本研究显示, 随着年龄的增长、文化程度的提高和月收入的增加, 公众对食品添加剂的认知程度也在逐渐提升。分析原因, 因随着年龄的增长, 公众会越发重视自身的身体健康, 加之在日常生活中, 年龄相对较高的公众对食品添加剂的接触次数相对较多, 故而认识程度相对较高, 而文化程度和月收入相对较高的公众, 其对生活的追求层次相对较高, 其会主动去了解不同食物中所含的添加剂种类及含量, 明确食用后会给机体带来什么影响, 且在日常饮食中, 其就不同食物中所含食品添

加剂的不同而进行甄选, 从而避免进食食品添加剂对机体的损伤, 故而也认识程度相对较高, 但具体原因仍需进一步探究。

本研究还发现, 就公众目前获取途径而言, 主要以手机为主, 最信任途径主要为官方消息。究其原因, 相关研究表明, 在日常生活中, 人们使用手机的时间正在普遍的增长, 这就造成了人们对消息的获取途径也就只能主要通过手机进行, 但因目前互联网虚假消息的发布层出不穷, 而官方消息对发布消息的准确性和及时性相对较高, 且其主要通过手机、电视等易获取的途径进行发布, 故而人们的信任程度相对较高。

参考文献:

[1]范志萍,程景民,覃凯.山西省城乡消费者食品添加剂风险认知现状分析[J].中国公共卫生,2020,36(8):1200-1203.

[2]Zhong Y,Wu L,Chen X,et al.Effects of Food-Additive-Information on Consumers' Willingness to Accept Food with Additives[J].Int J Environ Res Public Health,2018,15(11):2394.

[3]Trakman GL,Lin W,Wilson-O'Brien AL,et al.Development and Validation of Surveys to Estimate Food Additive Intake[J].Nutrients,2020,12(3):812.

[4]杨小伟.长春市居民对食品安全的认知现状及监管部门执法情况分析[D].吉林大学,2018.

作者简介:白依珂,长沙医学院在校生

通讯作者:何震,主要从事现况调查及统计分析研究