

Jussi Koivisto
Elintarviketurvallisuusvirasto Evira

9.3.2016

Kokous EFSAn Advisory Forumin Communications Working Groupin 49. kokous
Paikka Pariisi, Ranska
Aika 1.–2.3.2016
Osallistuja Jussi Koivisto

Puolentoista päivän mittaiseen kokoukseen osallistui edustajia 28 maasta ja EFSAsta. Osa kokouksessa näytetyistä esityksistä on saatavilla allekirjoittaneelta.

ANSESin esittelyä

Kokouksen aluksi esiteltiin ensin Ranskan ANSESin toimintaa.

Science meets comms

Charlotte Grastilleur ANSESista jatkoi kokouksissa aloitettua ”Science meets comms” -sarjaa, eli kertoi ANSESin ruoan mikrobiologisiin riskeihin liittyvän tiedon viestintää.

Esimerkki-casena oli hunajasta alle 1 vuoden ikäisille lapsille annettu varoitus. Pitäisikö olla vastaavia esimerkiksi jauhelihan ja raakamaidon suhteen? Lasten nuoren iän takia erikoisvaroitus esimerkiksi listeriavaarasta, jota annettaisiin pakkausmerkinnöissä ja erilaisin kampanjoin valistettaisiin ihmisiä.

Lyhyesti sanottuna ranskalaisten teorioihinsa perustama arvio kustannustehokkuudesta (riskien merkittävyys, valistuksen odotettavissa ole teho jne.) oli se, että esimerkiksi E. coli -riskin suhteen jauhelihasa valistaminen ei olisi kustannustehokasta, mutta kampylobakteerin suhteen kanssa se olisi.

EFSA communications update

Glyfosaatti

Glyfosaatti on ollut EFSAssakin monimutkainen aihe viestinnän kannalta. Esimerkiksi siitä on ollut keskustelua, mitä viestitään. EFSAn asiantuntijoiden keskuudessa on ollut mielipidettä, että pitäisi puhua prosessista, mitä on tehty, mitä tehdään seuraavaksi, mutta koska yleinen keskustelu pyöri yksinkertaisemman ”saako siitä syövän” -kysymyksen ympärillä, siihen keskusteluun osallistuttiin.

Annettiin yleistiedon lisäksi mm. tietoa siitä, miten kasvinsuojeluaineita arvioidaan Euroopassa ja siitä tehtiin infografiikka:

http://www.efsa.europa.eu/sites/default/files/efsa_rep/blobserver_assets/efsapesticides11.png

Antibioottiresistenssi

Vuoden 2016 suunnitelma viestinnän suhteen on jakaa tietoa pitkin vuotta, pitää asiaa vireillä. Viestintä käsittelee sitä, että riski on vakava, kertoo miten eri osapuolet työskentelevät yhdessä ja jakaa EFSAn tietämystä asiasta.

Tietoa on jaettu ja jaetaan normaaleilla kanavilla. Uutisia, sosiaalista mediaa yms. Sosiaalisessa mediassa on jaettu erityisesti visuaalista materiaalia, mm. videoita ja animoituja giffejä.

Sinänsä mainio idea käyttää somessa animoitua giffiä, sillä ne sopivat erinomaisesti Twitteriin:

https://twitter.com/EFSA_EU/status/697809938073174016

Keskustelussa kävi ilmi, että Ruotsilla on oma viestintästrategia aiheesta.

Key Country Issues

Kypros, suolan vähentäminen

Kyproksen edustaja kertoi suolan käytön vähentämiseen tähdänneestä kampanjasta. Melko perinteistä tiedon jakamista eri kanavissa. Jatkokampanja seuraa aiheesta. Tarkoitus on valistaa leipomoalaa suolan vähentämisestä. Aiemmassa kokouksessa Kreikka kertoi hyvin vastaavasta kampanjasta.

Keskustelua suolarajoituksista, joita on eri puolilla Eurooppaa. Esimerkiksi Belgiassa on raja siitä, paljonko leivässä saa olla suolaa, Hollannissa samoin. Unkarissa on kouluruoan suhteen rajoja suolan määrästä.

Viro, ASF:stä viestiminen

Viron ASF:ää koskevan viestinnän tavoitteina on ollut:

- Tukea taudin kontrollointia ja hävitystä
- Ehkäistä paniikkia (ei tartu ihmisiin, saastunut liha ei päädy kauppaan)
- Pidä prosessi läpinäkyvänä ja uskottavana.

Viestintää on tuotettu kuluttajille, tautialueilla asuville, sikatuottajille ja metsästäjille.

Vaikka tilanteeseen oli valmistauduttu kaksi vuotta, Viron edustaja arvioi, että eivät olleet valmiina kaikkeen.

Kun ensimmäiset tapaukset löytyivät sikatiloilta, järjestettiin hätäkokouksia tuottajien kanssa 1–2 viikossa. Kokousten jälkeen pidettiin tiedotustilaisuuksia, joissa sikatuottajia oli mukana.

Kaikissa kanavissa levitettiin tietoa uusista tapauksista. Kun tapauksia alkoi tulla päivittäin, ottivat käyttöön erityisen Twitter-tilin. Paljon mediayhteydenottoja tuli luonnollisesti. Niin paljon, että asiantuntijat eivät ehtineet vastata kaikkeen, vaan vastasivat viestinnästä osaan.

Median palveleminen oli ongelma. Jo ennen kuin tartunta oli varma, media oli hakeutunut oikeiden sikatilojen luo asiaa selvittämään ja käyttivät muun muassa kuvauskoptereita. Paikalle ei ollut tarpeeksi väkeä pitämässä huolta median tiedontarpeesta – ja pitämässä mediaa ja paikallisia loitolla, jotta asiantuntijat saavat tehdä työnsä rauhassa. Käytännössä eläinlääkäri saattoi joutua melkein työnsä ohessa vastaamaan toimittajille. Monenlaisia tilanteita oli, muun muassa kameroiden edessä itkeviä eläinlääkäreitä.

Tuntemukset taudin iskettyä olivat sikatilallisten osalta hyvin negatiiviset. Moni oli sitä mieltä, että ”hallitus ei ollut tehnyt mitään”. Joillekin kuluttajista ruoanhaaskauskysymys oli tärkeä. Ideana siis, että jos kerran lihaa voi syödä, miksi se tuhotaan. Tämä oli odottomatonta.

SAKSA, Case glyfosaatista

Media otti yhteyttä Saksan BfR:ään taannoin, että äidinmaidosta löytyy huomattavasti juomavettä enemmän glyfosaattia. Koska hyvin arka aihe, jo tämän perusteella tiedottivat verkkosivuillaan, että ”Mediasta saadun tiedon perusteella äidinmaidossa...”

Ensimmäisissä otsikoissa äidinmaidosta tehtiin vaarallinen osassa mediaa, mutta kun BfR jatkoi omaa tietoaan aiheesta, viestit olivat rauhallisempia.

Seuraavaksi otsikoissa oli glyfosaatti oluissa.

Tässä käytettiin samaa tyyliä, eli ”Median tietojen mukaan...” BfR viesti osaltaan, että heillä ei ole tietoa glyfosaatista oluessa, mutta että on nykytiedon mukaan odotettavissa, että sitä löytyy myös oluesta pieniä määriä. Median tietojen perusteella laskettiin, kuinka paljon olutta pitäisi juoda, jotta arvioitu turvallinen raja ylittyy. Määrä oli noin 1000 litraa päivässä. Asiasta vastaava ministeri totesi mediassa aiheesta: ”1000 litraa päivässä, se ei ole mahdollista edes baijerilaiselle.”

Glyfosaatti kuitenkin on ollut Saksassakin ongelmallinen aihe, sillä ihmiset pelästyvät, koska luulevat, että sitä ei saa olla yhtään. Avoin viestintä on kuitenkin Saksan edustajan mukaan tuonut luottamusta BfR:ään ja tutkimustietoa on tarvittaessa annettu aiheesta jo ennen tutkimusten varsinaista julkistusta.

Muuta Saksasta:

Saksassa on tehty 100 seconds of BfR -videoita saksaksi. Esimerkki:

http://www.bfr.bund.de/de/100_sekunden_bfr-196334.html?current_page=1

On annettu ihmisten kysyä verkossa energiajuomien vaarallisuudesta. Videolla asiantuntijat vastaavat niihin kysymyksiin, jotka äänestetty kiinnostaviksi. Tuttu tapa BfR:lle.

25 toimittajan kanssa järjestettiin ”tiedelounas”. Lounastusta, laboratorioissa käyntiä ja keskustelua ruoan riskeistä.

Italia, ruokabloggarit

Jatkoa Italian ruokabloggariprojektiin. Edellisen kerran aihetta käsitelty kokouksessa, jossa allekirjoittanut ei ollut mukana.

130 bloggaria saatu mukaan online-koulutukseen. Kävivät läpi 30 videota ja muuta tietoa ruoan riskeistä. Tämän jälkeen heidän tehtävänsä oli laatia turvallinen resepti, jossa pidettiin erityisesti silmällä kolmea valittua riskiä.

Kun reseptit on tehty, asiantuntijat arvioivat reseptit ja niistä tehdään kirja.

Googlen avulla italialaiset olivat koonneet noin 250 bloggarin listan. Heille lähetettiin kysely, jolla selvitettiin heidän riskinymmärrystään, ymmärrystä elintarviketurvallisuudesta ja muusta vastaavasta. Tarjottiin myös mahdollisuus osallistua tähän koulutukseen, ja 130 päätti ottaa osaa.

Norja, antibioottiresistenssistä

Norja on tuottanut infografiikkaa antibioottiresistenssistä. Olivat todenneet, että tavallisille ihmisille asiaa selittävää infografiikkaa ei ole. Sitä tarvittiin eri tarpeisiin, Powerpointeista someen. Osa esimerkeistä melko tieteellisiä, mutta osaltaan hyvin sosiaaliseen mediaan soveltuvia yksinkertaistuksia myös.

Islanti, islantilaisten viestintä

Islannin uusi edustaja esitteli islantilaisten viestintätapoja ja ongelmakohtia.

Ruotsi, risk thermometer - riskilämpömittari

Riskistä puhuminen on Ruotissa koettu vaikeaksi ja varsinkin eri riskien vertaaminen. Tuntuma on myös ollut, että joskus ihmiset huolestuvat vähäpätöisistä riskeistä ja toisaalta eivät välitä oikeasti merkittävistä riskeistä.

2014 aloittivat työnsä sillä, että riskinarviointiin kehitettiin uusia työkaluja. Riskinarvioinnin, -hallinnan ja -viestinnän ihmiset miettivät yhdessä. Luotiin oma mittari ”sisäiseen” käyttöön, lukuarvo, ja toinen mittari ulkoiseen, visuaalisempi viisijakoinen ”lämpömittari”. Rahaa ei kovinkaan paljon mennyt projektiin, mutta työaikaa totta kai vaati.

Arseeni riisissä -casessa on jo käytetty sisäistä mittaria, mutta ulkoinen ei ollut vielä valmis, joten sitä ei voitu käyttää vielä.

Ideana ulkoisessa mittarissa on se, että riskiä on kuvattu viisiportaisella mittarilla, kerrottu mitä ryhmää koskee ja annettu lyhyehkö lisäselitys.

Esim. aiheesta X: ”Betydande risk” ”Grupp: Barn” ja lisäksi virkkeen verran lisätietoa. Sopivien sanojen miettiminen mittariin oli hankalaa. Lopulta päädyttiin: Ingen - Obetydlig - Måttlig - Betydande – Hög Risk. Nämä oli mahdollisuus laittaa järjestykseen yksiselitteisesti.

Lisää aiheesta: <http://www.livsmedelsverket.se/globalassets/rapporter/2015/the-risk-thermometer.pdf>

Sidosryhmäsuhteet ANSESissa

ANSESin Risks and Society Unitin edustaja puhui sidosryhmäsuhteista, keskittyen järjestöihin. Sidosryhmät voivat tehdä pyyntöjä ANSESille. Esimerkiksi rekisteröity kansalaisjärjestö voi tehdä ANSESille kysymyksen, johon ANSES vastaa.

Järjestöt on jaoteltu kolmeen ryhmään:

- Kansalaisia lähellä olevat järjestöt, tyypillisesti kuluttaja-, ympäristö- ja tiedeaiheisia
- Ammattimaiset järjestöt, esim. teollisuuden järjestöt
- Ammattijärjestöt

Ne ovat mukana työssä eri tasoilla:

- Hallintoelimisissä
- Vaikeita aiheita käsittelevissä komiteoissa
- Riskinarviointiprosesseissa

EFSA:n stakeholder engagement approach

EFSA:n edustaja puhui sidosryhmien mukaan otosta entistä paremmin. Tavoite on mennä kohti osallistuvaa EFSAa.

Perusteet kontakteille:

- Ottaa mukaan, ei sulkea ulkopuolelle. Uusia sidosryhmiä, enemmän kontakteja.
- Autenttisuus. Se mitä saadaan ulkoa, otetaan mukaan työhön. Aiemmin EFSA on jakanut tietoa, puhunut muille, mutta ei aina ole osannut ottaa samaansa palautetta mukaan työhön.
- Oikeat kanavat
- Akkreditoitujen sidosryhmät. Käyttöön tarkoitus ottaa yksinkertainen tapa akkreditoitua. Eivät halua sulkea ketään pois, vaan haluavat tämän avulla tietää tarkemmin, mitä niillä on annettavaa. Jotkut haluavat tietoa, jotkut konsultointia, jotkut haluavat olla kiinteästi mukana.

Science Media Centerin esittelyä

Lontoossa toimivan Science Media Centerin johtaja kertoi SMC:n toiminnasta.

SMC perustettiin 2002 sen jälkeen, kun muun muassa moni elitarviketurvallisuusasia oli mennyt esim. uutisoinnissa sensaatiomaiseksi revittelyksi. Haluttiin, että kansalaisilla ja poliitikoilla on pääsy tieteen äärelle. Ei voida sensaatiolehtiä estää kirjoittamasta, mutta toimittajien pääsy tieteentekijöiden äärelle voidaan tehdä helpoksi.

”Media tekee parempaa tiedettä, kun tieteilijät tekevät paremmin mediaa”, oli yksi keskuksen perusajatuksia huonosti suomeen käännettynä. Toinen ohje tieteentekijöille: ”jos et puhu medialle, joku muu puhuu.”

Esimerkiksi silloin, kun GMO teki tuloaan Britanniaan, alan tieteilijät olivat poissa mediasta ja media revitteli niillä lähteillä, joita sillä oli saatavilla.

SMC:n tietokannassa on 3000 tieteilijää, ansioitunutta ja pitkään uraa tehnyttä. Tietokannan ihmiset ovat akateemisilla aloilla olevia, yliopistoista enimmäkseen. Kun tulee case kuten Fukushima, hevosenlihaskandaali tai zika-virus, tietokannasta haetaan ihmisiä ja heiltä pyydetään kommentteja. Näitä lähetetään suurille medioille. Nopeus on tärkeää tässä.

SMC toimii Lontoossa, jossa ovat myös kaikki kansalliset mediat. Heidän tiedotustilaisuuksiinsa tulee väkeä hyvin. Kun toimittajat luottavat SMC:hen, kiireiset toimittajat copy-pasteavat sisältöjä juttuihinsa.

Britanniassa huomattiin, että varsinkin kahdenlaisissa tilanteissa joku menee uutisoinnissa helposti pieleen.

- Nopeissa, yllättävissä tilanteissa
- Kun tulee uusi tutkimus, sillä tutkimusten laatu ja merkittävyys vaihtelee huomattavasti

He tunnistavat aiheita esim. tieteellisiin tutkimuksiin liittyvistä tiedotteista, joista voi tulla sensaatiouutisia tai väärinymmärryksiä. Aiheen löydyttyä tietokannasta ottavat oikeat ihmiset, joilta pyydetään kommentteja siihen, miten ”asia oikeasti on”.

Reaktioaika näissä tapauksissa on oltava hyvin nopea. Vastauksia saadaan ihmisiltä, jotka haluavat tehdä SMC:tä tukevaa työtä, haluavat kommentoida. Ne lopettavat muun työnsä vastatakseen.

Käytännössä voima tulee massasta tietokannassa. Jos laittaa sadalle viestin, että tarvitaan zika-viruksesta kommenttia nopeasti, saattaa tulla viisi vastausta. Kaikki eivät ole sitoutuneita tai eivät tällä kertaa ennätä, mutta viisi riittää.

Medioille lähetetyt viestit ovat pelkkiä lainauksia, ei edes taustatietoa. Vain lyhyt otsikko, esim. että liittyen ”sen median siihen juttuun”. Ei faktojen tarkistusta, toisin kuin Saksaan perustetun vastaavan laitoksen lainauksille tehdään. Viestit lähtevät siinä muodossa, jossa tieteilijä ne lähettää.

Jossain aiheissa, esimerkiksi sokeriin liittyvissä asioissa vastaajan pienikin kontakti teollisuuteen on herkkä asia. Tieteentekijöiltä itseltään kysytään, onko jotain sidonnaisuuksia, joilla on merkitystä. Nämä kerrotaan viestien yhteydessä. Luotetaan siihen, että tieteilijät kertovat merkittävät itse. Jos valtavirran tieteilijät ovat erimielisiä aiheesta, yrittivät ottaa molempia osapuolia mukaan, kun julkaistaan mielipiteitä. Voi siis olla ristiriitaisia kommentteja myös. Bisfenol-A esimerkkinä aiheesta.

Puolueetomuus on SMC:n kaltaiselle toimijalle tärkeää. He eivät ole minkään asian puolesta, vaan pelkästään tieteen puolesta. Jos kansallisen median toimittajan mukaan he ovat puolueellisia,

kuten joskus on käynyt, siihen pitää reagoida. Jos esim. GMO:ta vastustavan järjestön edustaja on sitä mieltä, että SMC on puolueellinen ja GMO-myönteinen, se on odotettavissa ja sitä ei liikaa murehdi.

7 ihmisen henkilöstö.

Sivut: www.sciencemediacentre.org

Update from AFSCO

Päivitystä Advisory Forum and Scientific Cooperationin Unitilta.

Ajankohtaista AFCWG:stä

Seuraava kokous Utrechtissa, jossa luvassa yhteinen sessio Advisory Forumin kanssa.