

Jussi Koivisto
Elintarviketurvallisuusvirasto Evira

17.6.2015

Kokous EFSA:n Advisory Forumin Communications Working Groupin 50. kokous
Paikka Utrecht, Alankomaat
Aika 6.–7.6.2016
Osallistuja Jussi Koivisto

AFCWG:n 50. kokouksessa oli paikalla edustaja 26 maasta. Joukossa tavanomaisten osallistujamaiden lisäksi edustajat Albaniasta, Makedoniasta ja Turkista. Kokouksessa oli paikalla myös EFSA:n uusi viestintäjohtaja Barbara Gallani.

Key Country issues

Unkarin tuotetestit

Unkari on puoleentoista vuoden ajan tehnyt tuotetestejä. He testaavat vuosittain 15–20 elintarviketta, kuten kahveja, suklaita ja seuraavaksi nallekarkkeja. Tuotteita testataan monin tavoin, laboratoriotesteistä makuun. Testien tarkoitus on yrittää olla olematta ”tylsä viranomainen” ja toisaalta osoittaa suurelle yleisölle, miten moninaista työtä viranomaiset tekevät. Varsinaisesti tuotteiden valvonta Unkarissa on alueellisten viranomaisten työtä.

Tulokset viedään verkkosivuille ja tehdään myös sisältöä, esimerkiksi videoita, joita käytetään vain Facebookissa. Mediassa testit ovat menneet hyvin läpi. Tuotteet pistetään lopulta järjestykseen, niin että kolme parasta selviää. Keskustelussa muutamien maiden edustajat mainitsivat, että heidän olisi vaikeaa viranomaisena pistää tuotteita paremmuusjärjestykseen, mutta Unkarilla ei ollut asiassa ollut ongelmaa.

Slovakia riskiviestinnästään

Slovakia esitteli riskiviestintätapojaan. Verkkosivuilla kuluttajille on oma osionsa. Asiantuntijoille viestitään sähköpostitse. Tietokannassa on elintarviketurvallisuuden asiantuntijoita lähinnä tutkimuslaitoksista ja yliopistoista, 340 ihmistä 25 ryhmässä. Heille viestitään esimerkiksi Focal Pointin kautta tulevista asioista.

Slovakian antibioottiresistenssilanteesta tehtiin raportti vähän aikaa sitten. Raporttia jaettiin sellaisille ihmisille, jotka ovat median kanssa tekemisissä, mutta viranomaiset itse eivät esimerkiksi tiedottaneet aiheesta. Medianäkyvyyttä aiheella ei ollut.

Kuluttajajärjestöihin ollaan yhteydessä, ja kerran vuodessa pidetään tapaaminen. Järjestöiltä tuleviin kysymyksiin vastataan ja niille myös tehdään esimerkiksi esitteitä.

Norja, CWD

Norja mainitsi lyhyesti siitä, että CWD:tä löytynyt maasta.

Bulgaria, ruokaan liittyvien lakien muutos

Bulgaria esitelmöi julkisen mielipiteen huomionotosta ruokalakien muutoksessa.

Ruotsi ja sosiaalinen media

Ruotsissa on kokeiltu esimerkiksi maantieteellistä ohjausta Facebook-mainoksissa. Muutamissa tutkimuksissa oli valittu kohteeksi muutamia kuntia Ruotsista. Mainokset ohjattiin niihin kuntiin. Ovat pohtineet myös muun muassa sitä, saavatko ihmiset laittaa linkkejä Facebook-kommentteihin. Kenellä on vastuu niistä? Myös medialinkkien jakamista somekanavissaan ovat pohtineet.

Eräs yksityisyyskysymys on ollut se, että verkossa mainontaa voi kohdentaa melko tarkasti ihmisten verkkokäyttäytymisen mukaan, kuten esimerkiksi verkkokaupat tekevät. Ruotsissa ovat pohtineet, voiko viranomainen tehdä samaa. Näin kohdennettu mainonta voisi olla tehokasta, mutta toisaalta ihmisten pitäisi voida surffata viranomaissivuilla ”anonyymisti”.

Saksa, glyfosaatti

Saksan edustaja päivitti tietoa glyfosaattiin liittyvästä viestinnästä. Asiasta on keskusteltu paljon maassa, joten työtä viestinnällä on riittänyt.

Viranomaisia on syytetty muun muassa teollisuuden myötäilystä asiassa. Tärkeäksi viestinnässä onkin koettu se, että tärkeitä asiakirjoja aiheeseen liittyen julkistetaan niin paljon kuin mahdollista, koska avoimuus on tärkeää. Glyfosaatista liikkuu myös paljon väärinymmärrettyä tietoa, joten verkkosivuilla on näitä korjattu. Myös se on jouduttu huomaamaan, että jos jonkun henkilön työ on vastustaa glyfosaattia, ei mielipiteeseen oikein voi vaikuttaa. Pitää siis tuntea yleisönsä.

AFCWG:n tulevaisuus

EFSA:n Shira Tabachnikoff käsitteli vaihtoehtoja, joita AFCWG:n toiminnalla voisi olla tulevaisuudessa. Nyt järjestettiin 50. viestintäryhmän kokous. Alun alkaen oli olemassa vastaavat ryhmät myös IT:lle ja HR:lle, mutta ne lopetettiin nopeasti.

Nyttemmin on alettu miettiä muun muassa sitä, mikä on AFCWG:n anti Advisory Forumille. Pääpointteja ryhmän toiminnasta:

- Ryhmän tuloksiin ollaan tyytyväisiä ja maine kunnossa.
- Pitäisi jakaa tietoa, jos näkemykset jostain asiasta ovat erilaisia jäsenmaiden kesken tai EFSA:n kanssa. Tähän on Shiran mukaan panostettu ja tietoa on jaettu paremmin.
- Palaute muuten hieman ristiriitaista. Osa haluaisi esimerkiksi yhteisiä kokouksia AFCWG:n ja AF:n kanssa, osa ei.

Nyt on mietitty ryhmän nimeämistä uudelleen. Viestintäryhmällä on arvoa myös myös AF:stä erillisenä. Yksi vaihtoehto on riskiviestintää parantava tieteellinen ryhmä. Ryhmässä voisi näin vieraila puhujia esimerkiksi sosiaalitieteiden alalta. Peruspuitteet eivät muuttuisi kokouksissa, kolme kokousta edelleen ja korvaukset entisellään.

Seuranneessa keskustelussa keskityttiin paljolti ryhmän nimeen. Muutamat edustajat pelkäsivät, että nimen muuttaminen ajaisi ryhmän siihen, että käytännön viestijöiden sijaan kokouksiin osallistuisikin tutkijataustaisia viestintäihmisiä. EFSA:n Tabachnikoff ei nähnyt tätä nimenmuutoksen tarkoituksena tai uhkana.

NVWA:n viestintä

Alankomaiden NVWA:n viestintäyksikön esimies Anita Douven esitteli NVWA:n viestintää.

Virastolla on hyvin laaja toimintakenttä ja viraston asiat "ovat aina uutisissa". Toiminnan moninaisuutta kuvaa se, että esimerkiksi petosasioita valvovilla on samankaltaisia oikeuksia, joita monissa muissa maissa on tyypillisesti poliisilla. Laajan toiminnan takia NVWA:n viestinnässä pidetään huoli siitä, että ei anneta tietoyliannostusta, sillä jos viestit kaikkea, et viesti mitään.

Tärkeimmät strategiset pointit viestinnällä on vähentää riskejä ja edistää sääntöjen noudattamista. Käytännön työkalut valitaan tilanteen mukaan. Jos jossain asiassa on olemassa sidosryhmiä, joiden kautta viesti leviää parhaiten, käytetään niitä. Kun valvottavana on esimerkiksi tatuointiliikkeiden musteasioita ja monien kielivähemmistöjen ravintoloita, eivät keinoitakaan voi olla aina samoja. Joskus toimii parhaiten esimerkiksi sidosryhmien kautta kiinaksi levitetty Youtube-video.

Virastolla on 24/7-toimiva puhelinpalvelu, johon tulee yli 50 000 puhelua vuodessa. Verkkosivut ja sosiaalinen media ovat totta kai myös käytössä. Somessa organisaation tilin lisäksi käytössä tarkastustyötä tekeillä myös henkilökohtaisia tilejä. Somessa kuunnellaan, ollaan vuorovaikutuksessa ja tehdään yhteistyötä muiden tahojen kanssa. Henkilökohtaiset tilit aloitettiin muutaman henkilön kokeilulla neljä vuotta sitten. Nykyään isompi joukko. Ongelmallisten kysymysten kohdalla hyödyntävät Yammeria, jossa muun muassa viestintä ja puhelinpalvelun ihmiset auttavat tarkastajia vastausten kanssa.

Yhteistilaisuudessa Advisory Forumin kanssa kokeiltiin työkalua, jota käytetään NVWA:ssa asiantuntijoiden ja viestinnän kesken, kun keskustellaan mitä ja miten viestitään.

Viestintä on mennyt vanhasta, auktoriteettiin perustuneesta valistamisesta siihen, että ollaan mukana keskustelussa. Vaikkapa ravintoon liittyvässä keskustelussa tilanne on sama kuin usein Suomessakin, että asiasta mediassa keskustelevat perinteinen asiantuntija ja asiaan perehtynyt ihminen, joka ei ole perinteisessä mielessä asiantuntija.

Alankomaalaisten käyttämässä työkalussa asioita tarkastellaan kahdesta näkökulmasta. Mikä on asiantuntijoiden näkemys riskin suuruudesta ja miten suuri yleisö, tai "yleinen keskustelu", näkee riskin suuruuden. Asiat sijoitetaan kahdelle akselille näiden kahden arvion mukaan. Harjoituksessa pohdittiin muun muassa raakamaidon, glyfosaatin ja antibioottiresistenssin sijoittumista. Jotkut asiat sijoittuvat siten, että yleinen mielipide pitää asiaa vaarallisena ja asiasta keskustellaan paljon, vaikka asiantuntijat pitävät riskiä pienenä ja päinvastoin. Tämä vaikuttaa viestinnän tapoihin.

Science meets comms masterclass

Saksa esitelmöi hyönteisten syöntiin liittyen. Maassa oli selvitetty kyselytutkimuksella saksalaisten näkemyksiä hyönteisten syöntiin liittyen.

Yli 70 prosenttia ihmisistä oli kuullut, että hyönteisiä voisi käyttää ihmisten ruokana. Noin 50 prosenttia ihmisistä arvioi, että hyönteiset käyvät ihmisravinnoksi, mutta 86 prosenttia vastaajista ei ollut koskaan syönyt. 60 prosenttia ei voinut kuvitella itse syövänsä hyönteisiä. Suurin syy siihen oli se, että ajatus syömisestä ei tuntunut houkuttevalta. 40 prosenttia arvioi kuitenkin, hyönteiset tulevat osaksi ruokakulttuuria. Ihmiset arvioivat, että halunsa syödä kasvaisi esimerkiksi, jos tietäisivät enemmän aiheesta, jos hyönteiset olisi prosessoitu osaksi jotain muuta, kuten jauhoja, tai jos turvallisuus olisi taattua.

Ruotsin edustaja totesi seuranneessa keskustelussa, miten maassa media kirjoittaa hyönteisistä positiivisesti, melko varauksettoman positiivisesti, vaikka monesti moneen muuhun vastaavaan uuteen asiaan suhtautuminen voi olla hyvin varovaista ja kyseenalaistavaa.

EFSAn viestinnästä

Sharon Monti kertoi EFSAn viestinnän asioista.

EFSA Journal siirretty uudellen alustalle kustantajan tehtäväksi. Alusta on parempi ja toimitustyö ammattimaista. Ennen tehtiin työ omassa talossa huonolla alustalla.

EFSA järjestää ”Hackatonin”, eli kilpailun, jossa kaikki eurooppalaiset voivat esittää ideansa uuden teknologian ja ideoiden käyttöönotosta. Viisi parasta ehdotusta pääsevät syyskuussa EFSAn esittelemään ideansa ja parhaat palkitaan rahalla.

Viime aikojen viestinnän asioista mainittiin muun muassa CONTAMin kannanotto palmuöljystä. Tulevissa aiheissa on muun muassa heinäkuussa antibioottinen käyttö eläimillä ja bisphenol A, syyskuussa OpenFoodTox-tietokanta aloittaminen. Se kokoaa tietoa kemikaalien vaaroista.

EFSA on julkaissut 250 sanan sanaston jossa käytetyimpiä tieteellisiä termejä selitetty auki. Sen saa kääntää, jos haluaa. Muutamissa maissa lista on jo käännetty: <https://www.efsa.europa.eu/en/glossary-taxonomy-terms>

Bernhard Url AFCWG:n tulevaisuudesta

Bernhard Url kiitteli puheenvuorossaan ryhmää tähänastisesta työstä. Hän kertoi, että on mietitty puolentoista vuoden ajan, miten parantaa sen vaikutusta. Tavoite pitää käsiteltävät asiat ”operaationaalaisella tasolla”, mutta niin että myös tieteellistä tietoa hyödynnetään.

Keskustelu oli paljolti samaa kuin edellisenä päivänä, eli verkostoksi siirtyminen huoletti osaa ryhmän osallistujista ja ryhmän nimestä keskusteltiin.

Social Media in EFSA 2020

Sosiaalisen median seuraajaluvut EFSAlla vastaaviin organisaatioihin verrattuna ovat melko hyviä. EFSA on kuitenkin vielä melko konservatiivinen sosiaalisessa mediassa. Viestintä yksisuuntaista. Youtube, Twitter ja LinkedIn ovat tärkeimmät kanavat.

EFSA on kokeillut somessa animoituja giffejä ja suoraan Twitteriin ladattuja videoita. Uusi blogi on otettu käyttöön. Se on ensimmäinen kaksisuuntainen kanava, sillä esimerkiksi Twitterissä eivät vielä keskustele. Kommentointi esimoderoituja. <http://efsa4bees.efsa.europa.eu/blog>

Tulevaisuudessa EFSA haluaa olla vuorovaikutteisempi. Eri vaihtoehtoja pohdittu ja alkavat nyt pilotoida sitä, että temaattisia tilejä avataan. Kokeillaan siis tietystä aiheesta tietylle yleisölle suunnattua viestintää. Tieteelliset asiantuntijat hoitaisivat näitä tilejä. Viestintä tukisi, antaisi koulutusta ja ideoita, mutta asiantuntijoilla olisi vastuu. Tällä hetkellä ajatus kokeilla kahdesta aiheesta kesästä alkaen. Myös henkilökohtaisten tilien käyttöä rohkaistaan ja samoin kuin johdon osallistumista.