



KADA HRANA SPREMA OLUJU

**PROKUŠANI RECEPTI ZA
KOMUNIKACIJU O RIZIKU**

Sadržaj

Predgovor EFSA-ine Savjetodavne skupine za komunikaciju o riziku	04
Predgovor Anne-Laure Gassin, predsjednice Radne skupine za komunikaciju Savjetodavnog vijeća i EFSA-ine direktorice komunikacija	05
I. Uvod i ciljevi	06
II. Načela dobre komunikacije o riziku	08
II. 1. Načela u praksi	10
III. Čimbenici koji utječu na razinu i vrstu komunikacije	12
III. 1. Razina rizika iz komunikacijske perspektive	13
III. 2. Priroda opasnosti	14
III. 3. Tko/što je pogođen/o ?	14
III. 4. Kakav je utjecaj na ljude/životinje/biljke/okoliš ?	15
III. 5. Razine izloženosti opasnosti/riziku	16
III. 6. Mogućnost kontrole rizika	16
III. 7. Ostali čimbenici koji se odnose na percepciju rizika	17
III. 8. Potrebne razine komunikacije	18

IV.	IV. Alati i kanali	19
	IV. 1. Odnosi s medijima	20
	IV. 2. Internetske stranice	21
	IV. 3. Tiskane publikacije	22
	IV. 4. Digitalne publikacije	23
	IV. 5. Sastanci i radionice	24
	IV. 6. Javne konzultacije	24
	IV. 7. Mreže partnera/dionika	25
	IV. 8. Socijalne mreže (Facebook, MySpace itd.)	26
	IV. 9. Blogiranje	27
	IV. 10. Mikroblogiranje (Twitter)	27
V.	Učenje iz iskustva	28
	EFSA-ina procjena rizika kloniranja životinja	29
	EFSA-in tematski pristup komunikaciji o zoonozama prenosivim hranom	32
	Kampanja za smanjenje unosa soli	35
	Istraživanje Sveučilišta u Southamptonu o djelovanju određenih umjetnih boja na djecu	38
	Q groznica u Nizozemskoj: Otvorenost i transparentnost	41
	Povijest slučaja o dodacima prehrani u Švedskoj	44
	Studija slučaja – Irska dioksinska kriza	47
	Dodatne informacije	50
	Primjeri drugih vodiča	51

Predgovor EFSA-ine Savjetodavne skupine za komunikaciju o riziku

Krajnji cilj komunikacije o riziku je pomaganje dionicima, potrošačima i široj javnosti u razumijevanju obrazloženja koje stoji iza odluke temeljene na riziku, kako bi mogli donijeti uravnoteženu prosudbu, koja će odražavati činjenične dokaze o trenutnom pitanju u odnosu na njihove vlastite interese i vrijednosti. Komunikacija o riziku ne bi trebala predstavljati pokušaj uvjeravanja ili nagovaranja na prihvaćanje prosudbe o podnošljivosti ili prihvatljivosti rizika, onoga koji komunicira. Radi se o nastojanju da se ljudima pruži pomoć u donošenju prosudbi temeljenih na informacijama i uspostavljanju kontrole nad rizicima s kojima se susreću u vlastitim životima. Dodatno, učinkovita komunikacija o riziku osnovni je preduvjet za aktivno sudjelovanje u razgovorima o rizicima u današnje vrijeme, osobito onima vezanim za hranu. Dobra informiranost i svijest o rizicima podrijetlom iz hrane također je od ključne važnosti za svaki oblik sudjelovanja i uključenost u stvaranje i oblikovanje propisa i standarda.

Djelotvorna komunikacija o riziku može znatno doprinijeti uspjehu opsežnog i odgovornog programa upravljanja rizikom. Zahvaljujući djelotvornoj komunikaciji o riziku moguće je: (1) osigurati postojanje svijesti kod potrošača o riziku vezanom za proizvod i samim tim njegovo sigurno korištenje ili konzumiranje; (2) izgraditi povjerenje javnosti u svrsishodne odluke

vezane za procjenu i upravljanje rizikom i s njima povezana razmatranja o riziku i dobrobiti; (3) doprinijeti općem razumijevanju prirode rizika podrijetlom iz hrane i standarda koji osiguravaju sigurnost hrane; (4) pružiti nepristrane, točne i odgovarajuće informacije, kako bi potrošači mogli izabrati između mnogostrukih mogućnosti koje odgovaraju njihovim vlastitim kriterijima "prihvatljivog rizika".

Komunikacija o riziku treba se baviti pitanjima kako:

- Omogućiti javnosti pristup informacijama o opasnostima i rizicima (naglašavajući razliku između opasnosti i rizika);
- Omogućiti javnosti pristup informacijama o postupku procjene rizika i o donošenju odluka o upravljanju rizikom, uključujući opis raznolikosti postupaka i sudionika uključenih u obje zadaće;
- Organizirati učinkovitu dvosmjernu komunikaciju;
- Ojačati povjerenje i vjerodostojnost svih sudionika u postupku procjene i upravljanja rizikom;
- Uključiti dionike u procese i riješiti sukobe.

Za postizanje ovog cilja postoje četiri osnovne smjernice primjenjive na rizike iz svih područja, ne samo na rizike podrijetlom iz hrane:

- Početi s kritičkom provjerom djelotvornosti vlastite procjene i upravljanja rizikom.
- Stvoriti integrirani program komunikacije o riziku koji osigurava neprekidno nastojanje ostvarivanja komunikacije s najvažnijim dionicima, uključujući potrošače, od samog početka postupka procjene.
- Prilagoditi komunikaciju potrebama ciljane publike, a ne potrebama izvora informacija.
- Uskladiti i prilagoditi program komunikacije u organiziranom nastojanju prikupljanja povratne informacije te uviđanja promjena u vrijednostima i preferencijama.

Cilj ovog dokumenta je pomoći stručnjacima iz prehrambenog sektora, svima odgovornima za upravljanje rizikom i komunikaciju o riziku, stvoriti program komunikacije koji odgovara navedenim osnovnim zahtjevima i potrebama različitih ciljanih skupina. Takav program mora osigurati ulazne znanstvene podatke visoke kvalitete kao i vjerodostojan prikaz općih procjena i preferencija. Postoji mnoštvo priručnika o komunikaciji i načinima uključivanja dionika.

Predgovor Anne-Laure Gassin, predsjednice Radne skupine za komunikaciju Savjetodavnog vijeća i EFSA-ine direktorice komunikacija

Neki od njih namijenjeni su rješavanju specifičnih pitanja vezanih za rizik, kao što su upravljanje radioaktivnim otpadom, elektromagnetskim poljem i kemijskim postrojenjima. Kako se ne bi radilo o još jednom općem vodiču za komunikaciju o riziku, ovaj dokument svim zainteresiranim stranama pruža specifične informacije o sigurnosti hrane, metodama procjene rizika i zadaćama Europske agencije za sigurnost hrane (EFSA).

Uvjeren sam kako će ovaj vodič biti od velike važnosti za sve stručnjake koji se bave komunikacijom o riziku, u prehrambenom sektoru i izvan njega. U njemu je moguće naći savjete temeljene na nezavisnim istraživanjima ili dugotrajnom iskustvu te je izričito usmjeren vladinim agencijama koje reguliraju prehrambeni sektor. Vodič je, također, odgovor na potrebe procjenitelja i upravljača rizikom unutar i izvan EFSA-e, kako bi se zahtjevi za komunikaciju o riziku integrirali u portfelj procjene i upravljanja rizikom. Ovaj vodič bi trebao biti obavezno štivo za svakoga tko se bavi rizicima u prehrambenom sektoru.

Parma, 2. travnja 2012.
Ortwin Renn

Veliko mi je zadovoljstvo napisati predgovor za ovaj praktičan vodič za komunikaciju o riziku, koji je namijenjen da pomogne kolegama komunikatorima koji se, u Europi i izvan nje, suočavaju s izazovnom i odgovornom zadaćom komunikacije o znanstveno utemeljenim rizicima.

Komunikacija o riziku povezanom s prehrambenim lancem, ključan je element djelovanja Europske agencije za sigurnost hrane (EFSA). Komunikacijom o riziku na otvoren i transparentan način, temeljenom na nezavisnim znanstvenim savjetima svojih odbora sačinjenih od znanstvenih stručnjaka, EFSA doprinosi unapređivanju sigurnosti hrane u Europi i izgradnji povjerenja javnosti u način procjene rizika.

U svojoj komunikacijskoj strategiji 2010. - 2013., EFSA je istaknula važnost komunikacije koherentnih poruka kao sredstva ponovnog zadobivanja povjerenja potrošača u prehrambeni lanac. Da bi to postigla, EFSA surađuje s odjelima za komunikaciju nacionalnih agencija za sigurnost hrane putem svoje Radne skupine za komunikaciju Savjetodavnog vijeća (AFCWG), s ciljem izgrađivanja udruženijeg i informiranijeg pristupa komunikaciji o riziku u prehrambenom lancu i promicanja koherentnosti poruka na području Europske unije (EU).

Međutim, EFSA je svjesna da se znanstveni rezultati ne mogu uvijek pretočiti u jednostavne savjete koje će ne-znanstvenici moći lako shvatiti ili slijediti. Prepoznavši potrebu za razmjenom najboljih praksi, EFSA je zajedno s članovima AFCWG-a pokrenula ovaj projekt. Doprinos kolega iz država članica ovom projektu potvrdio je, ne samo da se radi o zajedničkoj inicijativi, nego i da je sadržaj relevantan širom EU. Stoga postoji nada da će ovaj vodič biti koristan mnogim kolegama koji se bave komunikacijom.

Odlučili smo ovaj dokument objaviti u elektronskom obliku koji nam omogućuje lako periodično ažuriranje i unos novih studija slučaja. EFSA-ina AFCWG time će se baviti na godišnjoj razini.

U skladu s duhom ove zajedničke inicijative, sve povratne informacije korisnika ovog vodiča su više nego dobrodošle.

Anne-Laure Gassin



Uvod i ciljevi

Cilj ovog vodiča je stvaranje okvira za pomoć pri donošenju odluka o prikladnim komunikacijskim pristupima u širokom rasponu situacija koje se mogu dogoditi pri procjeni i komunikaciji o rizicima vezanima za sigurnost hrane u Europi. Cilj je stvaranje zajedničkog okvira za razvoj komunikacijskih pristupa tijela javnog zdravstva u različitim državama.

Komunikatori iz EFSA-e, država članica i Europske komisije rade zajedno unutar EFSA-ine Radne skupine za komunikaciju Savjetodavnog vijeća (AFCWG). Osnovni je cilj skupine promicanje suradnje i koherentnosti u aktivnostima komunikacije o riziku, osobito između procjenitelja rizika u državama članicama i EFSA-e, što ujedno predstavlja i jedan od ključnih prioriteta u EFSA-inoj komunikacijskoj strategiji.

Ovaj je vodič rezultat inicijative te skupine koji prepoznaje dva važna pitanja: 1) potrebu za praktičnim smjernicama u skladu s načelima postavljenima u znanstvenoj literaturi i 2) ograničenost literature koja se bavi smjernicama za komunikaciju o rizicima podrijetlom iz hrane. Obzirom na želju skupine za učenjem iz iskustva i jačanjem komunikacije o riziku unutar europskog sustava sigurnosti hrane, ovo će biti živući dokument koji će se periodično pregledavati i ažurirati s najboljim praksama novih studija slučaja.

Kao što je definirano u Codexu Alimentariusu, komunikacija o riziku je "razmjena informacija i mišljenja o riziku i čimbenicima vezanim za rizik između procjenitelja rizika, osoba odgovornih za upravljanje rizikom, potrošača i drugih zainteresiranih strana".

U europskom sustavu sigurnosti hrane, odgovornost komunikacije o riziku snose procjenitelji rizika na obje razine, na EU razini i na nacionalnoj razini (EFSA odnosno države članice) te osobe odgovorne za upravljanje rizikom na EU razini i na nacionalnoj razini (Europska komisija odnosno države članice). Na europskoj razini, uloge procjene rizika i upravljanja rizikom institucionalno su odvojene, dok se u nekim državama članicama nalaze unutar iste institucije. Ovaj vodič ne daje specifične preporuke namijenjene bilo osobama odgovornima za upravljanje rizikom, bilo procjeniteljima rizika, nego pruža podršku komunikatorima za donošenje odluka o komunikaciji o riziku, temelje-

noj na znanosti, te omogućuje čitateljima da profitiraju upoznavanjem s praktičnim studijima slučaja. U stvaranju vodiča, vrijedan su doprinos dali kolege iz područja znanstvene procjene rizika, i procjenitelji i upravljači rizikom, koji su iskazali potrebu da se komunikatori udruže i surađuju sa znanstvenicima iz datog područja.

Obzirom na različite strukture i pristupe širom 28 država članica EU, ne postoji homogen pristup prikladan za svaku situaciju. Također, postoji jasna svijest o razlikama u percepciji rizika između država. To se može pripisati različitim čimbenicima, uključujući kulturne, povijesne, ekonomske i društvene utjecaje. Studije javnog mnijenja pokazale su da se razine brige o različitim rizicima mogu znatno razlikovati među državama. Uz to, vodič za komunikaciju o riziku, vezano za rizike podrijetlom iz hrane, mora uzeti u obzir razlike u opskrbi hranom, prehrambene navike i prakse kao i specifične stavove o hrani i njezinoj vezanosti sa zdravljem. Nadalje, komunikatori moraju uzeti u obzir socijalnu i političku okolinu kojoj šalju poruke. Unatoč ovim razlikama, vodič može pomoći u razvijanju pristupa temeljenih na najboljim praksama i na osnovnim načelima, primjenljivima na različita pitanja i scenarije.

Također, važno je od samog početka imati na umu da ovaj dokument nije priručnik za kriznu komunikaciju, već služi kao opće sredstvo za razmjenu najboljih

praksi komunikacije o riziku. Čitatelji zainteresirani za aktivnosti EFSA-e u vezi s kriznim situacijama mogu se poslužiti dokumentom "Postupci za odgovaranje na hitne potrebe za savjetovanjem" koji se može naći na internetskoj stranici: <http://www.efsa.europa.eu/en/supporting/pub/102e.htm>.

II.

Načela dobre komunikacije o riziku

1. Otvorenost

Otvorenost je ključna za dobru komunikaciju o riziku te za ugled organizacije. Ako je za vjerovati savjetima i mjerama koje se odnose na rizike vezane za sigurnost hrane, važno je pravovremeno objaviti procjenu rizika te omogućiti temeljito proučavanje informacija na kojima se temelje odluke. Otvoren dijalog s dionicima i zainteresiranim stranama, također je ključan za izgradnju povjerenja u postupak procjene rizika.

2. Transparentnost

Transparentnost je usko vezana za otvorenost te je podjednako važna za izgradnju povjerenja. Također je presudno transparentno donošenje odluka kao i transparentan pristup objašnjavanju načina rada organizacije, kako se njome upravlja i kako donose odluke. Komunikacija mora uvijek jasno prenijeti sve nesigurnosti u procjeni rizika, može li i na koji način iste riješiti procjenitelj rizika i/ili osoba odgovorna za upravljanje rizikom, te implikacije tih neriješenih nesigurnosti za javno zdravlje.

3. Nezavisnost

Komunikacija o riziku uvijek će se smatrati vjerodostojnijom ako se može dokazati da su osobe odgovorne za procjenu i komunikaciju o riziku nezavisne od donositelja političkih odluka, industrije, nevladinih organizacija i ostalih interesnih skupina.

EFSA daje najveću važnost osiguravanju nepristranosti svojih znanstvenih savjeta te je pokrenula opsežan niz mehanizama i postupaka za očuvanje nezavisnosti i cjelovitosti svog znanstvenog rada. Ti mehanizmi i postupci navedeni su u EFSA-inoj Politici nezavisnosti i znanstveno utemeljenim procesima donošenja odluka koju je Upravno vijeće EFSA-e usvojilo u prosincu 2011. godine. (<http://www.efsa.europa.eu/en/aboutefsa/keydocs.htm>).

U ožujku 2012. godine EFSA je objavila provedbena pravila vezana za Iskaz interesa (DOI), jednog od temelja spomenute politike, koji pruža jasniji, transparentniji i čvršći niz općih načela primjenljivih za sve koji sudjeluju u radu EFSA-e (<http://www.efsa.europa.eu/en/aboutefsa/keydocs.htm>).

4. Odgovornost/pravovremenost

Komunikacija na pravovremen i ispravan način, čak i kada nisu poznate sve činjenice, na duže će staze doprinijeti da izvor informacija bude percipiran kao pouzdan i vjerodostojan. Rana komunikacija je često ključna.

II.1. Načela u praksi

Načela sama po sebi ne jamče dobru komunikaciju o riziku. Kvaliteta originalnih znanstvenih materijala od osnovne je važnosti jer se na njima temelje aktivnosti vezane za komunikaciju o riziku. U praksi, objava informacija na internetskoj stranici koje ciljana publika teško razumije ili izostanak širokog informiranja relevantnih publika, nisu primjeri poštovanja načela dobre komunikacije o riziku. Primjer za to nisu niti loše napisana priopćenja za javnost. Kvaliteta i prikladnost izlaznih informacija jednako su ključne kao i osnovna načela.

1. Objava svih ključnih dokumenata

Otvorenost i transparentnost zahtijevaju obvezu objave procjena rizika kako bi sve ciljane publike imale priliku pristupiti izlaznim znanstvenim informacijama. Potrebno je omogućiti dostupnost zapisnika sa sastanaka, dokumenata predstavljenih na važnim sastancima i ostalih materijala, na internetskoj stranici, kako bi se izgradila svijest, razumijevanje, povjerenje i pouzdanje. Pogledajte sljedeću studiju slučaja kao primjer najbolje prakse u ovom području: *Irska dioksidna kriza*

2. Razumljiva i korisna komunikacija

Točan prijevod znanosti na relativno jednostavan jezik razumljiv upravljačima rizikom, koji nisu nužno stručnjaci, dionicima i široj javnosti, je ključan. Rizik je moguće pogrešno razumjeti ili protumačiti ako nije objašnjen jednostavnim rječnikom. Znanost se mora učiniti važnom javnosti, kako bi bila korisna i upotrebljiva; što

je moguće često postići pružanjem konteksta o tome zašto se bavilo tom temom.

Pogledajte sljedeće studije slučaja kao primjere najbolje prakse u ovom području: *Kampanja za smanjenje unosa soli, Zoonoze*

3. Pravovremena komunikacija

Procjene rizika i za njih vezana komunikacija moraju biti objavljene što je ranije moguće nakon njihovog zaključivanja, kako bi se omogućilo informirano donošenje odluka i moguće poduzimanje mjera na otvoren način. Ako je procjena rizika o kojoj se komunicira vezana za značajno pitanje, što je duži vremenski razmak između komunikacije o procjeni rizika i upravljanja rizikom, veća je mogućnost neprimjerenog izazivanja zabrinutosti ili ostavljanja zbunjujućeg vakuma u informacijama. Komunikatori o riziku moraju razumjeti ovaj proces i prepoznati moguće vremenske praznine. Ovo je osobito točno ako postoji veliki vremenski raskorak između postupka procjene rizika i poduzimanja mjera za upravljanje rizikom, koji naglašava potrebu za suradnjom i koordinacijom između te dvije strane. Pogledajte sljedeću studiju slučaja kao primjer najbolje prakse u ovom području: *Dodaci prehrani*

4. Dijalog između procjenitelja rizika i upravljača rizikom

Procjenitelji rizika moraju imati dobar dijalog s upravljačima rizika, uključujući dovoljno jasan opis pozadine, postupka i ciljeva procjene rizika, kako bi se osiguralo donošenje primjenjivih i razumljivih zaključaka. Primjenom znanja o potrebama publike, procjenitelji rizika i upravljači rizikom mogu uzeti u obzir povezana područja interesa koja mogu proizaći iz znanstvenog mišljenja. Predviđajući vrstu pitanja koja mogu biti postavljena, procjena rizika osigurat će da opis pozadine, postupaka i ciljeva procjene, služi kako znanstvenim potrebama i potrebama komunikacije, tako i potrebama upravljača rizikom.

Kada postoji mogući rizik, većina ljudi, bilo da se radi o upravljačima rizikom, industriji, nevladinim organizacijama ili potrošačima, želi znati o kakvom se riziku radi, što će se učiniti u vezi s njim, te što bi oni sami mogu ili bi trebali činiti.

Pogledajte sljedeću studiju slučaja kao primjer najbolje prakse u ovom području: *Irska dioksinjska kriza*

5. Dijalog s dionicima, razumijevanje publika

Dvosmjerni dijalog i angažman, osnova su dobre prakse u komunikaciji. Razumijevanje potreba i zabrinutosti, kako dionika tako i ostalih ciljanih publika, ključna je kako bi se postigla maksimalna učinkovitost komunikacije. Pogledajte sljedeće studije slučaja kao primjere najbolje prakse u ovom području: *Kloniranje životinja i Q groznica*.

6. Prepoznavanje nejasnoća i komunikacija o njima

Nije uvijek moguće biti jasan u vezi s rizikom. No, načela otvorenosti i transparentnosti, podržana dobrim praksama komunikacije, i dalje se mogu primijeniti. Potrebno je prepoznati i opisati eventualne nejasnoće, kao što je kratak opis bilo kakvih nedostataka podataka ili pitanja vezanih za metodologiju. Važno je reći i ono što se čini za rješavanje nejasnoća kako bi ciljana publika razumjela koji se koraci poduzimaju i kako bi znala da se nejasnoće rješavaju.

Pogledajte sljedeću studiju slučaja kao primjer najbolje prakse u ovom području: *Sve studije slučaja*

Institucije koje poštuju gore navedena načela i načine rada, u svojoj svakodnevnoj praksi, lako zadobivaju povjerenje. Važno je znati da su za djelotvornu komunikaciju o riziku potrebni dobri komunikatori (znanstvenici i komunikacijski stručnjaci) koji znaju učinkovito prevesti znanost u smislenu komunikaciju prikladnu za različite publike, kako bi procjena rizika bila razumljiva i primjenjiva.



Čimbenici koji utječu na razinu i vrstu komunikacije

Cilj ovog vodiča je prepoznavanje ključnih čimbenika koje je potrebno uzeti u obzir pri razmatranju vrste i razine potrebnih komunikacijskih aktivnosti. Od donošenja odluka o komunikaciji o riziku nije moguće stvoriti egzaktnu znanost te je potrebno donijeti prosudbe. No, temeljito i sustavno razmatranje svih mogućih relevantnih čimbenika može pomoći donošenju informiranih prosudbi. Neki od elemenata koji utječu na donošenje odluka temelje se isključivo na znanstvenim dokazima, primjerice na stvarnoj opasnosti i rizicima od izlaganja toj opasnosti. Percepciju rizika uvijek je potrebno uzeti u obzir, osobito kada bi se eventualan rizik, koliko god bio malo vjerojatan, mogao odnositi na osjetljive skupine kao što su djeca ili dojenčad. Također se uzima u obzir širi kontekst stajališta ili osjetljivosti političara i dionika, kao i mjere upravljanja rizikom koje već mogu biti na snazi kako bi umanjile svaki potencijalni rizik.

Ovo poglavlje sažima čimbenike koje su i znanstvenici i stručnjaci prepoznali kao ključne za donošenje odluka u komunikaciji o riziku. Potrebno ih je sve uzeti u obzir, no svaki od njih neće uvijek biti relevantan za svaki scenarij. Nadalje, čimbenici nisu nužno međusobno isključivi te iako su definirane kategorije s ciljem pojednostavnjenja vrlo složenog zadatka, komunikatori ne bi smjeli izgubiti iz vida činjenicu da na neke scenarije može utjecati više čimbenika.

Na kraju svakog poglavlja navedeno je nekoliko pitanja koja komunikatorima mogu pomoći u definiranju prikladnog komunikacijskog pristupa.

III.1. Razina rizika iz komunikacijske perspektive

U prvom trenutku komunikator treba odrediti vrstu informacije koja se komunicira: hitno očitovanje za procjenu rizika; pregled literature; procjena opasnosti; potpuna procjena rizika itd. Imajući na umu tu informaciju, komunikator može postaviti osnovni kontekst javnog zdravlja koji podupire donošenje odluka o komunikaciji.

U ovoj fazi važno je primijetiti razliku između opasnosti i rizika. Često se ova dva termina pogrešno smatraju sinonimima, no opasnost proizlazi iz sposobnosti organizma ili tvari za stvaranje negativnog utjecaja. Rizik je, s druge strane, vjerojatnost pojave takvog štetnog utjecaja, uzimajući u obzir moguće izlaganje opasnosti. Na primjer, opasnost može predstavljati kadmij, teški metal koji se nalazi u hrani; rizik je vjerojatnost pojave štetnog djelovanja uslijed izloženosti kadmiju u prehrani. Procjena rizika, u pravilu, obuhvaća četiri koraka¹: i. Identifikaciju opasnosti ii. Karakterizaciju opasnosti iii. Procjenu izloženosti, te iv. Karakterizaciju rizika.

Prilikom opisa razine rizika koristi se širok izbor ter-

¹ Četiri koraka u procesu procjene rizika:

i Identifikacija opasnosti - identifikacija bioloških, kemijskih i fizikalnih tvari koje mogu uzrokovati štetne utjecaje na zdravlje, a koje mogu biti prisutne u određenoj hrani i hrani za životinje ili u grupama hrane ili hrane za životinje.

ii Karakterizacija opasnosti - kvalitativna i/ili kvantitativna procjena prirode štetnih utjecaja na zdravlje, povezanih s biološkim, kemijskim i fizikalnim tvarima koje mogu biti prisutne u hrani i hrani za životinje.

iii Procjena izloženosti - kvantitativna procjena vjerojatnosti izloženosti, ljudi i životinja hrani i hrani za životinje, koja potječe od bioloških, kemijskih i fizikalnih tvari, koje mogu biti prisutne u hrani i hrani za životinje.

iv Karakterizacija rizika - kvalitativna i/ili kvantitativna procjena, uključujući polaznu nesigurnost, vjerojatnosti pojave i ozbiljnosti poznatih ili mogućih štetnih utjecaja na zdravlje u određenoj populaciji, temeljena na identifikaciji i karakterizaciji opasnosti te procjeni izloženosti.

minologije koja je velikim dijelom teško razumljiva ne-stručnjacima. To čini komunikaciju još izazovnijom. Međutim, sa stajališta komunikatora i za potrebe ovog vodiča, razinu rizika sveli smo na pet jednostavnih kategorija:

- Nikakva/zanemariva
- Niska
- Srednja
- Visoka
- Nepoznata

Važno je napomenuti da namjena ovih kategorija nije da budu znanstvena klasifikacija nego prije kao prosudba koju komunikator mora učiniti, zajedno s kolegama znanstvenicima, kako bi odredio potrebne vrste i razine komunikacije.

Potrebno je primijetiti da razine nejasnoća mogu biti povezane sa svakom od navedenih kategorija i da je pri komunikaciji o nejasnoćama važno naznačiti njihov izvor, na primjer manjak dostupnih podataka, ograničenje statističkog modeliranja itd.

Trebalo bi biti moguće primijeniti barem jednu od ovih kategorija na sve moguće scenarije rizika. Kategorije su osmišljene kao polazna točka za razmatranje komuni-

kacijskog pristupa, uzimajući u obzir ostale čimbenike koji slijede. Razina rizika (iz komunikacijskog aspekta) treba biti određena u dogovoru s kolegama znanstvenicima.

Ukratko:

- Što je opasnost?
- Što znamo o nekom povezanom riziku? Jesu li znanstvenici već obavili procjenu rizika?
- Tko je obavio procjenu rizika? Dolaze li rane znanstvene informacije iz renomiranog izvora?
- Tko je, ako je itko, već komunicirao o riziku?
- Postoje li treće strane (na primjer: nevladine organizacije, industrija, udruge potrošača, organizacije zdravstvenih djelatnika itd.) koje bi mogle biti informirane i doprinijeti komunikaciji o riziku?

III.2. Priroda opasnosti

Opasnosti mogu doći u raznim oblicima koji, vezano za sigurnost hrane, mogu uključivati: tvari, proizvode, procese, tehnologije i uvjete. Vrsta opasnosti utjecat će na ono što je potrebno u smislu komunikacije, osobito stoga što određene opasnosti mogu izazvati subjektivan čimbenik straha, na primjer, kada se nešto umjetno dodaje u hranu za razliku od slučajeva u kojima su sastojci prirodni. Određene opasnosti će jednostavno biti dobro poznate i potencijalno su pitanja većeg javnog interesa, što se vidi po stupnju medijske pokrivenosti, političke pažnje i usredotočenosti javnog zdravstva na njih, kao i po aktivnostima vezanima za potrošače, industriju i nevladine organizacije. Identificirani su sljedeći čimbenici:

Priroda opasnosti (na primjer, tvar):

- Prirodno se pojavljuje
- Dodaje se u hranu ili se stvara tijekom prerade

Gdje se opasnost koristi ili nalazi

- Koristi se ili nalazi u proizvodu/robnoj marki proizvoda koji se uobičajeno koristi u kućanstvima ili u proizvodnji hrane
- Koristi se ili nalazi u širokom rasponu proizvoda
- Ne koristi se često niti se uobičajeno nalazi u proizvodima
- Ilegalna je/regulirana je EU zakonodavstvom

Ukratko:

- Je li tvar prirodna ili umjetna?
- Pojavljuje li se opasnost prirodnim putem ili nastaje tehnološkim procesom?
- Percipira li se tehnologija neprihvatljivom zbog njom povezanih mogućih rizika?
- Postoji li prihvatljiva alternativa tehnologiji koja je povezana s rizikom?

Ukratko:

- Koliko će ljudi vjerojatno biti pogođeno rizikom?
- Koji će sektori društva vjerojatno biti pogođeni rizikom? Uključuju li oni ranjive skupine, kao što su djeca ili starije osobe?
- Kakav je utjecaj na okoliš?
- Kakav je utjecaj na biljke?
- Kakav je utjecaj na životinje?

III.3. Tko/što je pogođen/o?

Tko ili što je u opasnosti može također imati utjecaj na percepciju rizika, što se odražava na usmjeravanje komunikacije ka odgovarajućoj javnosti prikladnim komunikacijskim kanalima. Na primjer, moguće je više se usredotočiti na komunikaciju usmjerenu ka određenoj skupini koja je posebno izložena riziku, nego komunikaciju prema nepoznatoj publici. Također, kada opasnost pogađa određene osjetljive skupine, kao što su djeca ili dojenčad, često je povećan interes i zabrinutost medija i dionika. Uzimajući u obzir moguće razine interesa i moguće targetiranje komunikacijskim pristupima, sljedeće kategorije identificirane su kao često relevantne:

- Potrošači općenito
 - muškarci
 - žene
- Osjetljive skupine
 - dojenčad
 - djeca
 - trudnice
 - stariji
 - ostale osjetljive skupine
- Biljke
- Životinje
- Okoliš

Opseg rizika?

- Utječe na mnogo ljudi / vrsta / regija
- Nepoznat /tzv. "Lutrija" učinak
- Utječe na nekolicinu ljudi / vrsta / regija

III.4. Kakav je utjecaj na ljude/ životinje/biljke/okoliš?

Pri odlučivanju o komunikacijskim pristupima također je važno razmotriti utjecaj na ljude/životinje/biljke/okoliš. To je usko vezano za razinu rizika, no preciznije govori o vrsti rizika te percepciji i reakcijama na različite rizike. Ovo je važno iz razloga što se, npr., o akutnim rizicima mora komunicirati s određenom hitnošću i izravnošću, za razliku od rizika vezanih za kronične bolesti u ljudi. Na primjer, može biti teško podići interes vezano za postupno povećanje rizika od koronarnih bolesti srca uzrokovanih prehranom i načinom života, zato što rizik nije izravan, pa ciljane publike mogu smatrati kako se to njih ne tiče.

Identificirane su sljedeće kategorije vrsta rizika:

- Akutni/izravni rizici za zdravlje koji mogu ugroziti život (npr. trovanje hranom)
- Rizici koji ugrožavaju život bez izravnog rizika (npr. kancerogenost)
- Kronični/dugoročni rizici za zdravlje (npr. alergije, pretilost)
- Nepoznati
- Ne vjeruje se da predstavljaju rizik

Ukratko:

- Koliko su izravni rizici u smislu djelovanja na zdravlje ljudi i životinja te okoliš?
- Koliko su ozbiljni rizici, u smislu utjecaja na zdravlje ljudi i životinja te okoliš?
- Postoje li razlike u ocjeni znanstvenih stručnjaka o izravnosti i ozbiljnosti rizika i percepcije javnosti (ne-stručnjaka)?

Različiti pristupi riziku

Stručnjaci

- Oslanjaju se na procjenu rizika
- Objektivno i općenito
- Analitička argumentacija
- Bilanca rizika u odnosu na dobiti

Javnost

- Više se oslanja na percepciju rizika
- Pitanje: "Što to znači za mene?"
- Žele odgovore na pitanja
- Bilanca rizika u odnosu na strah i bijes

III.5. Razine izloženosti opasnosti/riziku

Ovaj je čimbenik važan za donošenje odluka o komunikaciji i razliku između opasnosti i rizika često je teško objasniti. Opasnost ne predstavlja nužno rizik, ako joj nismo izloženi ili smo nedovoljno izloženi da bi opasnost postala stvarni rizik.

Također je važan element izbora: potrošači mogu, kao rezultat vlastitih preferencija ili kampanja za podizanje svijesti, odlučiti odrediti vlastitu razinu izloženosti potencijalnoj opasnosti i s njome povezanom riziku (npr. djelovanje konzumacije soli na krvni tlak). U vremenima ekonomske krize, također je važno prepoznati kako kupovna moć može biti sve važniji čimbenik u donošenju odluka potrošača o kupnji. Ako smo široko izloženi, ponekad i mali rizik može biti značajan. Stoga se povećava potreba za komunikacijom, kako bi ljudi bili u stanju, ako je moguće, izbjeći rizik i kako bi se omogućilo upravljačima rizikom poduzimanje odgovarajućih mjera. Pri komunikaciji je važno uzeti u obzir pitanje vremena tj. razdoblje izloženosti određenom izvoru(-ima) opasnosti.

- Bez izloženosti
- Ograničena izloženost
- Široka izloženost
- Izloženost pogađa određene skupine
- Nepoznata izloženost.

Ukratko:

- Koje su razine izloženosti potrošača opasnostima?
- Nema izloženosti; ograničena; široka; nepoznata; različita za različite skupine populacije?
- Kakav je utjecaj ili moguće djelovanje dugoročne izloženosti na zdravlje ljudi i životinja i/ili okoliš?

Ukratko:

- Je li moguće izbjeći izloženost populacije opasnosti/riziku? Je li izloženost dobrovoljna ili ne?
- Je li vjerojatno da su određene populacijske skupine izložene na različite načine?
- Mogu li osobe individualno poduzeti mjere kako bi se zaštitile od moguće izloženosti (npr. smanjenjem masti u prehrani)?
- Mogu li nadležna tijela javne vlasti poduzeti mjere kako bi se rizik izbjegao ili smanjio?

III.6. Mogućnost kontrole rizika

Ovaj čimbenik može znatno utjecati na stavove o riziku i na eventualne mogućnosti upravljanja rizikom, uključujući individualni izbor. Svi su oni relevantni kada se odlučuje o odgovarajućim načinima komunikacije. Sljedeći čimbenici prepoznati su kao ključni:

Rizik:

- Može se individualno izbjeći
- Ne može se individualno izbjeći
- Može se podvrći mjerama upravljanja rizikom
- Ne može se podvrći mjerama upravljanja rizikom ili jasan pristup nije odmah očit/dostupan
- Upravljanje rizikom nije primjenivo/nužno (na primjer, percipirani rizik koji nije znanstveno dokazan)

III.7. Ostali čimbenici koji se odnose na percepciju rizika

Širok raspon ostalih čimbenika može utjecati na to kako je rizik percipiran i kako ga treba uzeti u obzir pri planiranju komunikacijskih pristupa. Ovdje je ključna koherentnost poruka od strane komunikatora.

Sljedeći čimbenici su identificirani kao oni koji obično povećavaju osjetljivost izazova komunikacije:

- Tvar/proizvod/tehnologija/dokaz je:
 - Nov/neispitan
 - Predmet različitih znanstvenih mišljenja
 - Predmet različitih političkih mišljenja
 - Predmet snažnih/različitih mišljenja dionika
 - Od javnog interesa
 - Od niskog javnog interesa, no rizik je stvaran

Ukratko:

- Je li rizik nov?
- Postoji li povijest sličnih događaja?
- Je li postojao slučaj komunikacije o tom ili sličnom riziku u prošlosti?
- Ako jest, kakva je percepcija rizika danas?
- Postoje li trenutno ikakve javne zdravstvene kampanje ili informacije vezane za rizik o kojem se radi?
- Objavljuju li se u ovom trenutku ikakve nove vijesti vezane za taj ili slične rizike? Kako javnost doživljava takve vijesti?
- Postoje li različita znanstvena stajališta o riziku?

III.8. Potrebne razine komunikacije

Procjena čimbenika koji utječu na moguće komunikacijske pristupe trebala bi pružiti informacije donositeljima odluka o razinama i vrstama komunikacije. Identificirana je jednostavna definicija razina komunikacije, koja daje osnovni okvir unutar kojeg je moguće postaviti različite komunikacijske pristupe. Vrste komunikacije koje najbolje pristaju različitim razinama (i uzimaju u obzir prethodno identificirane čimbenike) navedene su u kasnijem poglavlju o alatima i kanalima. Identificirane su sljedeće razine komunikacije (padajući primjeri isključivo su indikativni i mogu varirati ovisno o ciljanoj publici/publikama u pitanju):

- Niska razina utjecaja na javno zdravlje / nizak interes javnosti (npr. aditivi u hrani za životinje)
- Niska razina utjecaja na javno zdravlje / visok interes javnosti (npr. tvari odobrene za tržište nakon procjene rizika, kao što su genetski modificirani organizmi ili prehrambene boje)
- Srednja razina utjecaja na javno zdravlje/ srednji interes javnosti (npr. konzumacija soli)
- Visoka razina utjecaja na javno zdravlje / nizak interes javnosti (npr. kontaminacija hrane bakterijama *Salmonella* ili *Campylobacter*)
- Visoka razina utjecaja na javno zdravlje / visok interes javnosti (npr. pojava bakterije *E.coli* 0104:H4 u Njemačkoj i Francuskoj 2011.)

Ovo je jednostavna klasifikacija, no u potpunosti identificira različite pristupe u većini slučajeva. Kada je utjecaj ili interes nizak, još uvijek treba slijediti osnovna načela transparentnosti i otvorenosti, na primjer objavom procjene rizika.

Kada postoji mogućnost visokog utjecaja ili interesa, potrebno je poduzeti proaktivne inicijative komunikacije širokog raspona. Za situaciju između dvije navedene, ciljano proaktivno djelovanje može biti prikladno.

Odgovarajuće korištenje resursa osobito je važno za organizacije koje se financiraju iz državnog proračuna. Stoga kategorije "niska razina utjecaja / visok interes" i "visoka razina utjecaja / nizak interes" mogu biti područja interesa kada se neproporcionalna količina resursa ulaže u odgovore na znanstveno nedokazane, ali medijski popularne teme, u odnosu na poticanje podizanja svijesti o stvarnim zdravstvenim pitanjima.

Neovisno o razini utjecaja na javno zdravlje i interes trećih strana, važno je da je komunikator upoznat sa znanstvenim činjenicama. Potrebno je pružiti kontekst, a komunikator o riziku mora biti u mogućnosti odgovoriti na pitanja laika, na način proporcionalan razini rizika, npr. "Da, to je moguće, no malo je vjerojatno jer..."

Ukratko:

- Kakav će utjecaj rizik vjerojatno imati na publiku s kojom želimo komunicirati?
- Koju razinu interesa za rizik će publika vjerojatno pokazati?
- Je li utjecaj rizika proporcionalan razini interesa koju ciljana publika pokazuje?
- Je li vjerojatno da će publika pokazati interes za uzroke rizika i/ili preuzeti aktivnu ulogu u upravljanju rizikom (npr. pri rizicima vezanima za prehranu)?
- Je li vjerojatno da će publika sama poduzeti mjere za izbjegavanje izloženosti riziku?

IV.

Alati i kanali

Alati koje odabiremo i kanali koje koristimo moraju odgovarati trenutnom zadatku. Komunikacijski ciljevi moraju biti jasni, a ciljana publika poznata. Uzimajući to u obzir, moguće je oblikovati odgovarajuće krovne poruke, a zatim identificirati prikladne alate te izabrati kanale iz izbora mogućnosti. Priopćenje za javnost nije dobar odabir za svaku temu ili svaku publiku.

Namjera ovog poglavlja nije propisivanje, već ilustracija, koja omogućuje pregled mogućnosti upotrebe različitih alata. Pri oblikovanju poruka te razmatranju odgovarajućih alata i kanala potrebno je uvijek uzeti u obzir nacionalne razlike.



Odnosi s medijima

Obzirom na različite vrste medija, komunikatori o riziku bi trebali ocijeniti razinu interesa i slati priopćenja za javnost samo onima koji su osobito zainteresirani za dato područje. Međutim, bez obzira na kvalitetu odnosa, odnosi s medijima neće uspjeti sami po sebi, već trebaju biti praćeni dobrom internetskom stranicom koja pruža kvalitetne pozadinske informacije.

DOBRI SU ZA

- Hitne objave vezane za javno zdravlje, osobito za akutne zdravstvene rizike (priopćenja za javnost, tiskovne konferencije, ciljane televizijske i radijske vijesti, intervjuje itd.).
- Pitanja od velike važnosti i javnog interesa (priopćenja za javnost, intervjui, članci itd., usmjereni ciljanim medijima, relevantima za sporno pitanje).
- **Upozorenje** – Potrebno je uložiti nužne resurse u odnose s medijima u “vremenima mira”, kako bi se osigurala učinkovitost proaktivnog djelovanja.

PONEKAD SU DOBRI ZA

- Ostale vrste i razine rizika, uključujući promjene u razini rizika. Potrebno je voditi brigu o mogućnosti usredotočivanja medija na karcinom i ostale čimbenike straha, čak i kada je rizik minimalan. Medije treba koristiti proaktivno kada se radi o izvornim vijestima, osobito u ovakvim scenarijima.

NEPRIKLADNI SU ZA

- Nizak rizik, nema potrebe za mjerama i li savjetima; nizak interes – nije vijest!
- Institucionalne vijesti i vijesti vezane za postupke zanimljive ostalim dionicima, ali ne i medijima (osim specijaliziranim medijima, u određenim slučajevima).

2.

Internetske stranice

DOBRE SU ZA

- Komunikaciju sa širokom publikom kada povratna informacija nije prioritet – neophodan dio komunikacijskog miksa.
- Prikladne su za sve razine rizika i svim zainteresiranim stranama omogućuju besplatan pristup različitim vrstama informacija (npr. od često postavljanih pitanja do potpunih znanstvenih mišljenja).
- Osobito su korisne za objavu vremenski osjetljivog sadržaja koji je potrebno redovito uređivati/mijenjati.

NEPRIKLADNE SU ZA

- Omogućuju lako dodavanje dodatnih informacija.
- Omogućuju stavljanje poveznica na ostale relevantne igrače.
- Postavljaju informacije u ispravan kontekst.
- Digitalan unos omogućuje dalji doseg.
- Objavu elektronskih dokumenata u pdf-u, word-u i ostalim formatima (sve dok su popraćeni tekstovima s objašnjenjima).
- Uključivanje publike i dobivanje povratnih informacija, osim ako su popraćeni posebnim aplikacijama koje korisnicima dopuštaju davanje specifičnih povratnih informacija o vrlo specifičnim pitanjima (npr. javne konzultacije putem interneta).

3.

Tiskane publikacije

DOBRE SU ZA

- Dopiranje do specifičnih ciljanih publika, sa u tu svrhu oblikovanim porukama (bilteni, časopisi, letci), putem popisa korisničkih adresa elektronske pošte, distribucije na konferencijama, itd.
- Važne ključne dokumente, razmišljajući o finansijskim resursima vezanim za tisak, izradu i distribuciju (strategije, godišnja izvješća, pregledi znanstvenih podataka).
- Sadržaj koji nije vremenski ograničen ili nije vjerovatno da će zahtijevati značajne promjene kroz vrijeme.
- Korisno u državama/za skupine dionika koje mogu imati ograničen pristup internetu.

PONEKAD SU DOBRE ZA

- Specijalne dodatke koji čitatelje upozoravaju na internetski sadržaj kada je relevantno.

NEPRIKLADNE SU ZA

- Visok rizik, hitne objave javnog zdravstva, zbog vremena koje je potrebno za tisak i izradu.



Digitalne publikacije

DOBRE SU ZA

- Dopiranje do specifičnih ciljanih publika, sa u tu svrhu oblikovanim porukama (bilteni, časopisi, letci), putem popisa korisničkih adresa elektronske pošte, distribucije na konferencijama, itd.
- Sadržaj koji je vremenski ograničen jer su troškovi ažuriranja niži nego kod tiskanih publikacija.

PONEKAD SU DOBRE ZA

- Privlačenje pozornosti korištenjem privlačnog prijeloma kako bi se povećao broj čitatelja važnih poruka.

NEPRIKLADNE SU ZA

- Važne ključne dokumente, uzimajući u obzir financijske resurse vezane za tisak, izradu i distribuciju (strategije, godišnja izvješća, pregledi znanstvenih podataka).

5.

Sastanci i radionice

DOBRI SU ZA

- Uključivanje ključnih ciljanih publika u osjetljiva pitanja, kada je potrebna rasprava i donošenje informiranih odluka.

PONEKAD SU DOBRI ZA

- Razmjenu informacija/pojašnjenja zašto su donesene određene odluke.

NEPRIKLADNI SU ZA

- Dopiranje do velikog broja ljudi u širokom geografskom području, iako se financijski troškovi u ovom slučaju mogu izbjeći internetskim prijenosom.
- Kratkoročne objave zbog logističkih/organizacijskih ograničenja.

6.

Javne konzultacije

DOBRE SU ZA

- Dobivanje različitih mišljenja o potencijalno kontroverznim ili složenim pitanjima, za koja se povratne informacije uzimaju u obzir i koriste za oblikovanje završnih izlaznih dokumenata.
- Testiranje poruka na različitim publikama.

PONEKAD SU DOBRE ZA

- Olakšavanje dijaloga među različitim dionicima.

NEPRIKLADNE SU ZA

- Zahtijevanje povratnih informacija kada ne postoji namjera za uključivanjem istih u završne izlazne dokumente.



Mreže partnera/dionika

DOBRE SU ZA

- Stjecanje uvida u različite perspektive.
- Postizanje boljeg razumijevanja okoline u kojoj organizacija djeluje.
- Izgradnju odnosa i sudjelovanje u dijalogu s ključnim organizacijama zainteresiranim za europski lanac opskrbe sigurnom hranom.
- Dobivanje ulaznih informacija za pomoć pri oblikovanju smjernica/prioriteta/programa rada organizacije.

PONEKAD SU DOBRE ZA

- Informiranje dionika o trenutnim aktivnostima.
- Daljnje širenje ključnih poruka putem komunikacijskih alata i kanala dionika.

NEPRIKLADNE SU ZA

- Uključivanje kada se mišljenja/doprinosi neće uzeti u obzir u odnosu na završne izlazne dokumente.



Socijalne mreže (Facebook, MySpace itd.)

DOBRE SU ZA

- Brzo informiranje i uključivanje zainteresiranih strana.
- Jednostavne, znakovno ograničene poruke koje trebaju doseći širok raspon potrošača.
- Mogu biti vrlo djelotvorne zbog rasprava unutar internetske zajednice, da se koriste kao katalizator za promjene u ponašanju.
- Mogu pomoći dopiranju do nove publike.

PONEKAD SU DOBRE ZA

- Neformalnu komunikaciju s potrošačima.

NEPRIKLADNE SU ZA

- Dupliciranje sadržaja internetske stranice organizacije.
- Osjetljive teme, ako nije moguće naći resurse za upravljanje raspravama i bavljenje potrebama zajednice.



Blogiranje

DOBRO JE ZA

- Informiranje i sudjelovanje zainteresiranih strana u svim vrstama rizika.
- Dijeljenje razmišljanja, prosudbi koje pružaju pregled situacije.
- Slanje poruka koje ostaju relevantne tijekom vremena (moguće je pristupiti arhivi, za razliku od mikroblogova).

PONEKAD JE DOBRO ZA

- Brzo širenje vijesti.

NEPRIKLADNO JE ZA

- Jednosmjernu komunikaciju - komunikatori moraju biti pripremljeni i imati sredstva za uključivanje, objašnjavanje i odgovaranje na pitanja koja se mogu pojaviti.
- Dupliciranje sadržaja internetske stranice organizacije.



Mikroblogiranje (Twitter)

DOBRO JE ZA

- Slanje brzih objava vezanih za temu (najviše 140 znakova) zainteresiranim pretplatnicima.
- Navođenje pretplatnika na internetski sadržaj koji pruža više informacija i širi kontekst.
- Omogućivanje širenja originalne poruke, najpreciznije moguće, olakšano funkcijom proslijeđivanja.

PONEKAD JE DOBRO ZA

- Informiranje pretplatnika o najnovijim vijestima, ažuriranjima, objavama itd.
- Ograničeno sudjelovanje zainteresiranim stranama.
- Testiranje koncepata s vjernim sljedbenicima.

NEPRIKLADNO JE ZA

- Dobivanje opširnih povratnih informacija od korisnika. Broj znakova je ograničen, a internetski forumi se ne usredotočuju na dijaloge.
- Dupliciranje sadržaja internetske stranice organizacije.



Učenje iz iskustva

U ovom poglavlju komunikatori iz EFSA-e i predstavnici država članica, koji sudjeluju u radu Radne skupine za komunikaciju Savjetodavnog vijeća EFSA-e, dijele svoja iskustva i naučene lekcije dajući primjere o učinkovitom korištenju različitih alata i kanala u različite svrhe. Primjeri iz dosadašnje prakse daju vrijedan uvid u način na koji ključne organizacije upravljaju komunikacijskim aspektima o značajnim pitanjima koja su utjecala na europski lanac opskrbe hranom u posljednjih nekoliko godina. Ovaj vodič je živući dokument u kojem će se studije slučaja redovito ažurirati kako bi odražavali razvoj i obuhvatili najbolju praksu u tom polju.

EFSA-ina procjena rizika kloniranja životinja

srpanj 2008.



Pozadinske informacije

Pojam kloniranja životinja odnosi se na postupak proizvodnje životinje koja je u osnovi kopija originala. Najčešće se izvodi tehnikom pod nazivom nuklearni transfer somatskih stanica (SCNT). Genetska kopija životinje dobiva se zamjenom jezgre neoplođene jajne stanice s jezgrom tjelesne (somatske) stanice životinje, kako bi se formirao zametak. Zametak se zatim prenosi u zamjensku ženku gdje se razvija do rođenja. Biljke se već godinama proizvode pomoću ovih tehnika kloniranja. Također, ove se tehnike već neko vrijeme prakticiraju u širem komercijalnom opsegu u proizvodnji određenih vrsta voća i povrća, npr. banana.

Tehnike kloniranja životinja koriste se u nekoliko zemalja izvan EU te je nekoliko tijela za sigurnost hrane objavilo znanstvene savjete na tu temu.

Nakon javnih konzultacija održanih u srpnju 2008. godine, EFSA je usvojila znanstveno mišljenje o posljedicama kloniranja životinja na sigurnost hrane, zdravlje i dobrobit životinja i okoliša. Nakon toga, EFSA je 2009. i 2010. godine usvojila izjave koje su potvrdile zaključke i preporuke izdane u mišljenju iz 2008. godine. Mišljenje i obje izjave objavljeni su nakon zahtjeva Europske komisije za savjetom o tom pitanju.

Čimbenici koji se moraju uzeti u obzir	Zaključci	Komentari
Razina rizika	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Visoka za životinje ▪ Briga za sigurnost hrane smatra se malo vjerojatnom ▪ Još postoje nesigurnosti 	<i>Trenutačno postoji visok rizik za životinje, koji se može smanjiti razvojem tehnologije.</i>
Potrebna razina komunikacije	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Niska razina utjecaja na javno zdravlje/visok interes javnosti 	
Kakav je utjecaj na ljude/životinje	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Životinje – akutno i opasno po život djelovanje na majku i potomke ▪ Ljudi – briga za sigurnost hrane malo vjerojatna 	<i>Moguć je velik rizik od problema sa zdravljem životinja i njihovom dobrobiti, npr. rađanje velikog potomstva.</i>
Izloženost opasnosti	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ograničena ili ne postoji 	<i>Ova tehnologija još uvijek nije u širokoj uporabi u Europi, stoga postoji ograničen utjecaj na životinje te još nije ušla u prehrambeni lanac; još uvijek ne postoji djelovanje na ljude.</i>
Mogućnost kontrole rizika	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Može se provoditi kroz aktivnosti upravljanja rizikom 	<i>Neizvjesnost u pojedinim područjima upravljanja rizikom, vezano za identificiranje i utvrđivanje podrijetla potomstva kloniranih životinja (druga generacija) u prehrambenom lancu.</i>
Priroda opasnosti (npr. tvar)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Umjetna tvorevina, iako još nije u širokoj uporabi 	
Tko je pogođen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Životinje ▪ Nitko/nekoliko ljudi trenutno 	
Ostali čimbenici koji se odnose na percepciju rizika	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Predmet razilaženja/snažni politički stavovi i stavovi dionika; od javnog interesa ▪ Pitanja sljedivosti 	<i>Velike javne rasprave i rasprave dionika o etičkim pitanjima.</i>

Rasprava

Potrebna je visoka razina proaktivnog djelovanja. Radi se o pitanju od velikog javnog interesa, s čvrstim stajalištem dionika, prisutna su emotivna pitanja, te postoje značajne nesigurnosti. Također, vezano je za pitanja izvan nadležnosti EFSA-e, koja, bez proaktivne komunikacije s ciljem objašnjavanja uloga i procesa, mogu dovesti do zabune; nije samo pitanje sadržaja.

Zaključci o razini komunikacije

Nužna visoka razina proaktivne komunikacije, usmjerene na široku publiku stručnjaka i laika.

Zaključci o odgovarajućoj komunikaciji, alatima i kanalima

Visoka razina uključenosti medija, uključujući medijsko izvješćivanje o stajalištu EFSA-e; opsežan dijalog dionika kao dio glavne inicijative javnih konzultacija.

REZULTATI I NAUČENE LEKCIJE

Ovaj je pristup pozitivno percipiran. Za EFSA-u je važno što je bilo prisutno jasno shvaćanje njezine uloge i činjenice kako Agencija nije bila odgovorna za etička ili društvena pitanja ili za odluke upravljanja rizikom.

U prilog komunikacije o parametrima svoje nadležnosti, od osobite pomoći bilo je to što je, uz traženje znanstvenog savjeta od EFSA-e, Europska komisija istodobno tražila savjet od Europskog povjerenstva

za etička pitanja. Konzultacije su uistinu pomogle u oblikovanju razmišljanja te su napravljene male, ali značajne razlike između nacрта i završnog mišljenja (npr. u vezi nesigurnosti), koje su izvrsno primljene. Izlaganje na prvu liniju i vidljivost (definiranje uloge EFSA-e, konzultacije, sudjelovanje dionika), kako se radi o tako osjetljivom pitanju i pitanju velikog interesa javnosti, donijeli su izvrsne rezultate.

EFSA-in tematski pristup komunikaciji o zoonozama prenosivim hranom



Pozadinske informacije

Zoonoze su infekcije ili bolesti koje se mogu izravno ili neizravno prenositi između životinja i ljudi. Zoonotske bolesti prenosive hranom uzrokuje konzumiranje hrane ili vode za piće zaražene patogenim mikroorganizmima kao što su bakterije, bakterijski toksini i paraziti. Ozbiljnost ovih bolesti kod ljudi varira od blagih simptoma do stanja opasnih po život. Rizici od zaraze su prisutni od polja pa do stola te zahtijevaju prevenciju i kontrolu kroz cijeli prehrambeni lanac.

Zoonoze prenosive hranom predstavljaju značajnu i vrlo raširenu prijetnju javnom zdravlju. Svake se godine u EU potvrdi više od 320 000 slučajeva oboljenja kod ljudi, no stvarni je broj vjerojatno puno veći. Koordinirani pristup zoonotskim bolestima svih sudionika u EU pomogao je smanjiti broj ljudi zaraženih salmonelom gotovo na polovinu tijekom pet godina (2004. - 2009.) na području EU. EFSA-ina uloga u zaštiti potrošača, od ove prijetnje javnom zdravlju, pružanje je neovisne znanstvene podrške i savjeta o ljudskom zdravlju i aspektima spomenutih bolesti povezanih sa sigurnošću hrane te praćenjem napretka u EU.

U skladu s EFSA-inom komunikacijskom strategijom, zoonotske su bolesti odabrane kao jedno od glavnih tematskih područja za komunikaciju. Razvijen je dugoročni komunikacijski plan za nadolazeće godine u kojem su identificirana važna područja fokusa s ciljem podizanja svijesti (*Salmonella* i antimikrobna otpornost), identificirane ključne unutarnje i vanjske prekretnice te relevantni komunikacijski kanali za ciljane publike. Temeljem ovog plana poduzeto je više aktivnosti: razvijena je sveobuhvatna baza podataka o zoonozama za EFSA-inu internetsku stranicu, koja daje opće informacije o bolestima i spaja sve ključne rezultate, izrađeni su tzv. informativni listovi za odabrana područja, za korištenje na važnim događanjima, a koji su distribuirani dionicima, a medijske aktivnosti su bile fokusirane na ključne izlazne rezultate. Kasnije su izrađeni kratki video isječci koji su dostupni na internetu i objašnjavaju ove bolesti, a razmatraju se i dodatne komunikacijske aktivnosti.

Čimbenici koji se moraju uzeti u obzir	Zaključci	Komentari
Razina rizika	<ul style="list-style-type: none"> Visoka razina rizika za ljude ovisi o tipu zoonoza i populacijskoj skupini 	<p>Godišnje se bilježi preko 190 000 slučajeva kampilobakterioza i preko 100 000 slučajeva salmoneloza kod ljudi, iako se vjeruje da je točan broj viši. Neki patogeni, iako se takvi slučajevi rjeđe bilježe, mogu imati ozbiljan učinak na zdravlje, osobito kod osjetljivih skupina (npr. <i>Listeria</i> ima veću stopu smrtnosti među starijom populacijom).</p>
Potrebna razina komunikacije	<ul style="list-style-type: none"> Visoka razina utjecaja na javno zdravlje/nizak interes javnosti. Uz iznimku kriznih situacija (kao što je <i>E. coli</i> kriza u Europi 2011.godine), potrošači općenito ne osjećaju pretjeranu zabrinutost bakteriološkom zarazom hrane te postoji relativno malen/nizak interes dionika. 	
Kakav je utjecaj na ljude/životinje	<ul style="list-style-type: none"> Ljudi se mogu zaraziti konzumiranjem zaraženih prehrambenih proizvoda. 	<p>Sigurno postupanje sa sirovim mesom i ostalim sirovim sastojcima, temeljito kuhanje i pravilna kuhinjska higijena mogu spriječiti ili smanjiti rizik od ovih mikroorganizama.</p>
Izloženost opasnosti	<ul style="list-style-type: none"> Relativno široka izloženost kroz različite prehrambene proizvode 	<p>Različiti prehrambeni proizvodi, kao što su jaja, sirovo meso i povrće, mogu se kontaminirati patogenim mikroorganizmima.</p>
Mogućnost kontrole rizika	<ul style="list-style-type: none"> Integrirani pristup upravljača i procjenitelja rizika koji je nužan za kontrolu rizika i praćenje napretka. 	<p>Kontroliranje rizika zahtijeva smanjivanje prisutnosti patogenih bakterija kod životinja korištenih u proizvodnji hrane i od njih dobivenih proizvoda, kao i edukacija potrošača o sigurnom rukovanju hranom.</p>
Priroda opasnosti (npr. tvar)	<ul style="list-style-type: none"> Patogene bakterije, bakterijski toksini, paraziti 	<p>Mnogi mikroorganizmi mogu se često naći u crijevima zdravih životinja korištenih u proizvodnji hrane.</p>
Tko je pogođen	<ul style="list-style-type: none"> EU potrošači; životinje 	
Ostali čimbenici koji se odnose na percepciju rizika	<ul style="list-style-type: none"> Utjecaj zoonotskih bolesti nije dovoljno poznat u EU, a potrošači su više zabrinuti za kemijske opasnosti, nego za biološke. 	<p>Uz iznimku slučajeva pojave epidemija, zoonotske bolesti i aktivnosti EU-a u borbi protiv njih, imaju manju medijsku pokrivenost, nego ostala pitanja vezana za sigurnost hrane.</p>

Rasprava

Postizanje sveobuhvatnog komunikacijskog pristupa za zoonotske bolesti zahtijeva detaljno dugoročno planiranje, uključujući prepoznavanje ključnih vanjskih pitanja i događaje na terenu. Visoka razina proaktivnog djelovanja je potrebna za izradu općih informacija koje pružaju širi kontekst prikladan za sve publike. Medijske aktivnosti bile su usredotočene na ključne znanstvene rezultate iz 2011. godine, temeljene na ključnim prekretnicama identificiranim tijekom faze planiranja.

Zaključci o razini komunikacije

Rizik od zoonotskih bolesti prenosivih hranom predstavlja ozbiljnu prijetnju javnom zdravlju, međutim interes javnosti prilično je nizak u usporedbi s ostalim pitanjima većeg javnog interesa. Ukupan gospodarski teret zoonotskih bolesti u EU je visok (npr. do 3 milijarde € godišnje za salmonelozu kod ljudi). Zbog toga se prikladnom smatrala proaktivna izrada komunikacijskih materijala usmjerena laicima, uz stalne medijske aktivnosti o odabranim znanstvenim rezultatima, uglavnom usmjerenim ka specijaliziranim novinarima.

Zaključci o odgovarajućoj komunikaciji, alatima i kanalima

Bio je potreban širok raspon različitih komunikacijskih alata i kanala kako bi se postigao sveobuhvatan tematski pristup. Komunikacijske aktivnosti putem interneta i tzv. informativni listovi odabrani su kao alati prikladni za davanje općih podataka svim publikama. Medijske aktivnosti razmatrane su za specifična pitanja te bile posebno usmjerene na stručnu publiku. Novi komunikacijski alati, poput video isječaka dostupnih na internetu, također su poduprli ovaj pristup.

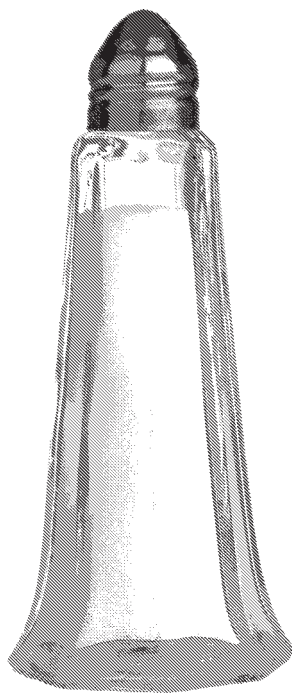
REZULTATI I NAUČENE LEKCIJE

EFSA-in tematski pristup komunikaciji o zoonotskim bolestima prenosivim hranom i dalje se razvija, a rezultati će se detaljno ocijeniti u nadolazećim godinama. Kao ključan europski igrač u borbi protiv zoonotskih bolesti prenosivih hranom, Agencija je u idealnom položaju za pružanje vrijednih javno zdravstvenih informacija o rizicima koje ove bolesti predstavljaju, državama članicama te ostalim dionicima i zainteresiranim stranama. Posebno je pozitivno prihvaćena sveobuhvatna baza općih informacija objavljena na EFSA-inim internetskim stranicama,

kao i informativni listovi i video isječci. Nadalje, ti podaci unutar organizacije služe kao opsežan referentni materijal koji je na raspolaganju različitim odjelima u različite svrhe (npr. kod odgovaranja na vanjske upite, na događanjima). U bližoj budućnosti, cilj ovog opsežnog pristupa je podizanje svijesti svih EFSA-inih ciljanih publika o ovoj prijetnji javnom zdravlju, o ulozi EFSA-e u borbi protiv te prijetnje, zajedno s ostalim sudionicima u EU, te o postignutom napretku.

Kampanja za smanjenje unosa soli

Food Standards Agency (FSA),
Ujedinjeno Kraljevstvo, 2004. - 2009.



Pozadinske informacije

Cjelokupno stanovništvo Ujedinjenog Kraljevstva može biti u potencijalnoj opasnosti od visokog unosa soli. Kako bi imala realan utjecaj na konzumaciju kod potrošača, FSA je radila u partnerstvu s prehrambenom industrijom i zdravstvenim organizacijama UK-a, s ciljem poticanja promjena receptura proizvoda i podizanja svijesti potrošača o rizicima povezanim s pretjeranom konzumacijom soli. Kampanja za podizanje svijesti potrošača razvijena je zajedno s inicijativom usmjerenom na smanjenje sadržaja soli u kupljenoj hrani. Godine 2006. objavljeni su prvobitni ciljevi za dobrovoljno smanjenje soli, kao smjernice za prehrambenu industriju. Ovi se ciljevi redovito razmatraju i revidiraju kako bi se održao napredak prema smanjenom dnevnom unosu.

Čimbenici koji se moraju uzeti u obzir	Zaključci	Komentari
Razina rizika	<ul style="list-style-type: none"> Visoka za one koji uobičajno konzumiraju veliku količinu soli 	<i>Nakon opsežne procjene rizika od soli i s njom povezanih zdravstvenih posljedica, neovisno britansko tijelo Scientific Advisory Committee on Nutrition (2003.) potvrdilo je kako bi stanovništvo u cjelini imalo koristi od smanjenja unosa soli na maksimalno 6 g dnevno. Niža preporučena maksimalna razina postavljena je za djecu ispod 11 godina starosti.</i>
Potrebna razina komunikacije	<ul style="list-style-type: none"> Srednja razina utjecaja na javno zdravlje/srednji interes javnosti 	
Kakav je utjecaj na ljude/životinje	<ul style="list-style-type: none"> Kronični rizik 	<i>Pretjerana konzumacija soli može podići krvni tlak što utrostručuje rizik od obolijevanja od srčanih bolesti ili moždanog udara. Smanjenje dnevnog unosa soli u UK-u na 6 g može spriječiti u prosjeku 20 200 preranih smrti godišnje.</i>
Izloženost opasnosti	<ul style="list-style-type: none"> Široka izloženost – oko 75% soli konzumira se iz prerađene hrane, 10 - 15% dodaju potrošači dok je 10 - 15% prirodno prisutno u hrani. 	<i>Na početku kampanje, odrasle osobe konzumirale su u prosjeku 9,5 grama soli dnevno.</i>
Mogućnost kontrole rizika	<ul style="list-style-type: none"> Zahtijeva stalne napore kako bi se kontrolirao rizik 	
Priroda opasnosti (npr. tvar)	<ul style="list-style-type: none"> Sol je u niskim razinama prirodno prisutna u većini hrane. Također je prisutna u prerađenim prehrambenim proizvodima te ju potrošači sami dodaju hrani. 	<i>Sol je vrlo poznat proizvod i mnogo ljudi nije svjesno razine rizika povezanog sa visokim unosom soli.</i>
Tko je pogođen	<ul style="list-style-type: none"> Zbog prisutnosti soli u većini hrane svi su joj izloženi na dnevnoj osnovi. 	<i>Cjelokupno stanovništvo može biti u potencijalnoj opasnosti od visokog unosa soli.</i>
Ostali čimbenici koji se odnose na percepciju rizika	<ul style="list-style-type: none"> Sol je pitanje niskog javnog interesa, iako je rizik stvaran. Ovakva niska razina interesa djelomično proizlazi iz toga što je sol poznata namirnica. 	<i>Sol je važna za okus hrane – prepreka promjeni u ponašanju.</i>

Rasprava

Bila je potrebna visoka razina proaktivnog djelovanja. Kako bi se izgradila podrška za kampanju bilo je potrebno angažirati velik broj dionika, uključujući relevantne organizacije, dobrotvorne i druge nevladine organizacije. Svi sektori prehrambene industrije – maloprodaja, proizvođači, trgovačke udruge, ugostitelji i dobavljači za ugostiteljstvo – podržali su poruku o podizanju svijesti o soli, pozitivno se odazivajući na pozive za smanjenjem soli u prehrambenim proizvodima, te su nastavili svoju angažiranost u programu.

Zaključci o razini komunikacije

Rizik koji predstavlja sol mogao bi imati snažno djelovanje na živote ljudi, a ipak je zainteresiranost prilično niska. Ona predstavlja značajan rizik za cijelo stanovništvo, ali se radi o riziku koji ima utjecaj jedino kroz duži vremenski period. Upravo stoga se činilo prikladnim provođenje sveobuhvatne proaktivne komunikacijske inicijative kroz nekoliko faza i uz sudjelovanje širokog raspona dionika.

Zaključci o odgovarajućoj komunikaciji, alatima i kanalima

Komunikacijska inicijativa fokusirala se na žene u dobi od 35 - 65 godina. Iako su muškarci više podložni srčanim bolestima i moždanom udaru, žene su i dalje te koje odlučuju o kupnji i pripremi hrane u domaćinstvima u Ujedinjenom Kraljevstvu. Poruke su se prenosile putem niza medija, uključujući oglašavanje na TV-u, plakate, članke u ženskim tiskanim izdanjima i nacionalnim novinama, te putem reportaža.

Uz informacije usmjerene na potrošače na internetu, u svim fazama kampanje izrađivali su se materijali za potrošače, kao što su letci i upute veličine kreditne kartice, kako bi se podigla svijest o pitanjima i aktivnostima koje se mogu poduzeti s ciljem smanjenja unosa soli.

Spektar dionika iz prehrambene industrije i nevladinih organizacija također se je uključio u aktivnosti, kako bi se poruke iz kampanje prenijele do skupina do kojih je teško doprijeti. Na primjer, uz rutinsko prenošenje poruka Agencije o smanjenju unosa soli, lokalnim vlastima, partnerima iz javnog zdravstva i prehrambene industrije kroz ciljane elektroničke biltene i publikacije, timovi su radili s brojnim regionalnim partnerima na specifičnim lokalnim projektima, kako bi povećali svijest o utjecaju soli na zdravlje i smanjili konzumaciju soli.

REZULTATI I NAUČENE LEKCIJE

Specifične analize urina provedene nakon treće faze kampanje pokazale su da su odrasle osobe prosječno konzumirale 8,6 g soli u usporedbi s 9,5 g prije početka kampanje. Uz to, ocjena kampanje, kroz praćenje promjena u prijavljenom ponašanju potrošača, upućuje na to da se prije početka 4. faze:

- broj potrošača koji su smanjili unos soli povećao za oko jednu trećinu,
- deseterostruko se je povećala svijesti o poruci o 6 g soli na dan
- udvostručio se broj potrošača koji su nastojali smanjiti unos soli provjeravajući oznake na proizvodima

Istraživanje Sveučilišta u Southamptonu o djelovanju određenih umjetnih boja na djecu

Food Standards Agency (FSA),
Ujedinjeno Kraljevstvo,
rujan 2007. - travanj 2008.

Pozadinske informacije

FSA je 2006. godine financirala studiju, koju je provelo Sveučilište u Southamptonu, za istraživanje djelovanja umjetnih prehrambenih boja na ponašanje djece. Rezultat studije, objavljen 6. rujna 2007., otkrio je dokaze o vezi između šest umjetnih prehrambenih boja i konzervansa natrijeva benzoata s povećanom hiperaktivnosti trogodišnjaka i djece od 8/9 godina, u općoj populaciji. Sporne boje bila su Sunset Yellow (E110), Tartrazine (E102), Carmoisine (E122), Ponceau 4R (E124), Quinoline Yellow (E104) i Allura Red (E129).



Čimbenici koji se moraju uzeti u obzir	Zaključci	Komentari
Razina rizika	<ul style="list-style-type: none"> Niska 	<i>Razina rizika smatrala se niskom jer je samo mali broj ispitane djece doživio hiperaktivnost povezano sa navedenim umjetnim bojama. Nesigurnost u vezi postojanja uzročno-posljedične veze.</i>
Potrebna razina komunikacije	<ul style="list-style-type: none"> Visoka razina utjecaja/visok interes 	
Kakav je utjecaj na ljude/životinje	<ul style="list-style-type: none"> Mogući akutni rizik. Prema studiji, konzumacija mješavine umjetnih prehrambenih boja i konzervansa natrijeva benzoata povezana je s povećanom hiperaktivnošću kod neke djece. 	
Izloženost opasnosti	<ul style="list-style-type: none"> Široka izloženost 	<i>U isto vrijeme ove prehrambene boje koristile su se u brojnim prehrambenim proizvodima jarkih boja, kao što su neki sokovi, slatkiši, kolači i sladoledi, zbog čega su djeca posvuda izložena ovoj opasnosti.</i>
Mogućnost kontrole rizika	<ul style="list-style-type: none"> Prema zakonu, dodaci hrani (aditivi) moraju se navesti na oznakama na proizvodima (pod sastojcima) kako bi ljudi mogli odlučiti žele li izbjegavati određeni proizvod. Međutim, malo je vjerojatno da djeca i roditelji mogu pregledavati oznake svakog kupljenog artikla te da bi to činili radi kontroliranja ovog rizika. Nadalje, pretpostavlja se da ljudi ne gledaju oznake na gotovo polovici hrane i pića koju konzumiraju. 	<i>Bez poduzetih koraka od strane industrije u smanjenju razina aditiva u prerađenim prehrambenim proizvodima pojedinci ne bi bili u mogućnosti u potpunosti izbjegavati potencijalni rizik koji oni predstavljaju.</i>
Priroda opasnosti (npr. tvar)	<ul style="list-style-type: none"> Prehrambene boje namjerno se dodaju velikom rasponu proizvoda kako bi bili atraktivniji, dok se natrijev benzoat koristi kao konzervans. 	
Tko je pogođen	<ul style="list-style-type: none"> Djeca, konkretnije dijelovi populacije koji su općenito osjetljivi na aditive u hrani ili na prehrambene boje. 	<i>Djeca sa znakovima hiperaktivnosti ili djeca s poremećajem smanjene pažnje mogu biti najviše izložena riziku.</i>
Ostali čimbenici koji se odnose na percepciju rizika	<ul style="list-style-type: none"> Neki percipiraju umjetne boje nepotrebni i potencijalno štetni za zdravlje. U danima nakon objave studije iz Southamptona, u rujnu 2007.god., Daily Mail je lansirao kampanju za zabranu umjetnih boja u Britaniji. 	<i>Kasnije je napravljena pogrešna usporedba između bojila i olovnog benzina, s novinskim natpisima kao npr. "Umjetna bojila jednako opasna za djecu kao i olovni benzin". Ovi čimbenici dodatno su pogoršali percepciju javnosti o riziku koji predstavljaju ovi aditivi.</i>

Rasprava

Bila je potrebna visoka razina planiranja prije objavljivanja studije kako bi se pripremilo na reakcije nevladinih organizacija, industrije i ostalih dionika. Prvotna reakcija Agencije bila je smotrena jer nije bila utvrđena uzročna veza između konzumiranja proizvoda koji sadržavaju ova bojila i hiperaktivnosti. Savjeti Agencije usredotočili su se na praktičnu pomoć koja se može pružiti roditeljima s ciljem izbjegavanja prehrambenih proizvoda koji sadržavaju sporne boje, ako to žele.

Naknadne rasprave Upravnog odbora i pregled studije koji je obavila EFSA, doveli su do toga da je FSA savjetovala ministra Ujedinjenog Kraljevstva o potrebi postojanja dobrovoljne zabrane ovih boja, koja treba biti implementirana do kraja 2009. godine. Dame Dierdre Hutton, tadašnja FSA predsjednica je izjavila: "Dužnost Agencije je staviti potrošače na prvo mjesto. Ovi aditivi prehrambenim proizvodima daju samo boju, ništa više. Stoga bi bilo razumno, u svijetlu rezultata studije iz Southamptona, ukloniti ih iz hrane i pića. Industrija u UK već je poduzela odlučne korake za izbacivanje ovih boja iz prehrambenih proizvoda; ova odluka predstavlja nadogradnju na posao koji je već obavljen te će ohrabriti industriju da nastavi slijediti ovaj put."

Zaključci o razini komunikacije

Sastanci s dionicima i ostalim zainteresiranim stranama i pružanje odgovora na njihova pitanja, planirani su za dane nakon objave studije. Kako sva djeca ne moraju pokazivati znakove povećane hiperaktivnosti povezane s određenim skupinama aditiva, Agencija je u početku odlučila savjetovanje usmjeriti na roditelje djece koja pokazuju znakove hiperaktivnosti. Kasnije je savjetovanje prošireno kako bi se uključio veći raspon potrošača koji, unatoč tome što nisu neposredno pogođeni ovim bojama i dječjom hiperaktivnosti, mogu biti osigurani koracima koje poduzima Agencija i prehrambena industrija za njihovo uklanjanje.

Zaključci o odgovarajućoj komunikaciji, alatima i kanalima

Agencija je izradila posebnu internetsku stranicu radi pružanja informacija o aktivnostima koje je provela industrija, zajedno s podacima o internetskim stranicama tvrtki i brojevima za podršku potrošačima. Također su na stranicama Agencije pružene informacije pod nazivom "Eat well" ("Jedi dobro") kako bi se potrošačima pomoglo u boljem razumijevanju E -brojeva. Agencija i dalje na svojim stranicama objavljuje ažurirane popise ugostitelja, restorana, proizvođača, maloprodajnih mjesta i linija proizvoda koji ne upotrebljavaju šest boja identificiranih u Southampton studiji.

REZULTATI I NAUČENE LEKCIJE

Agencija je mogla, odmah nakon objave studije iz Southamptona, više govoriti o tome kako ohrabruje prehrambenu industriju da roditeljima čim prije pruži više informacija kako bi im se pomoglo u izboru.

Uz to, Agencija nije bila dovoljno jasna o tome zašto trenutna zabrana ne predstavlja pravi odgovor, prije svega jer nije postojao rizik za javno zdravlje.

U skladu s Uredbom (EZ) br. 1333/2008 koja je stupila na snagu u srpnju 2010., upotreba u prehrambenim proizvodima, jedne ili više od šest boja, navedenih u studiji iz Southamptona, zahtijeva obvezno zdravstveno upozorenje na oznakama na proizvodu u kojem se navodi veza s hiperaktivnošću kod neke djece.

Q groznica u Nizozemskoj: Otvorenost i transparentnost

2009.



Pozadinske informacije

Q groznica je bila jedna od glavnih tema u nizozemskim medijima krajem 2009. godine. Postojala je zabrinutost javnosti zbog povećanog broja zaraženih ljudi. Ministarstvo poljoprivrede, okoliša i kakvoće hrane (LNV) bilo je odgovorno za politiku vezanu za Q groznicu (u suradnji s nizozemskim Ministarstvom zdravstva, socijalne skrbi i sporta). Radilo se o vrlo emotivnom pitanju u pogledu dobrobiti životinja jer je tisuće nosećih koza trebalo biti izlučeno. Izlučivanje je trebala provesti Dutch Food and Consumer Product Safety Authority (VWA).

Q groznica je zarazna bolest koja se može prenijeti sa životinje na čovjeka. U Nizozemskoj zaražene mliječne koze i ovce predstavljaju glavni izvor bolesti kod ljudi. Većina ljudi oboli udisanjem zraka kontaminiranog bakterijom koja uzrokuje Q groznicu. Bakterija se najčešće nalazi u zraku u vrijeme janjenja kod ovaca ili jarenja kod koza. Također može biti prisutna u sirovom mlijeku, gnojivu i urinu. Međutim, bakterija se ne nalazi u ovčjem ili kozjem mesu. Ostale životinje (npr. krave i kućni ljubimci) mogu se zaraziti i prenijeti zarazu na ljude, što se rijetko događalo u Nizozemskoj. U otvorenom okolišu bakterija može predstavljati prijetnju za zarazu mjesecima ili godinama.

Bolest se rijetko prenosi s čovjeka na čovjeka. Više od polovine ljudi s Q groznicom gotovo da i ne razvije nikakve simptome. Osobe sa simptomima, općenito, imaju groznicu i snažne glavobolje. Ostali simptomi

uključuju kašalj, bolne mišiće, bolne zglobove, zimicu, noćno znojenje, tromost i umor.

Ozbiljni slučajevi mogu uključivati upalu pluća praćenu suhim kašljem i bolovima u prsima. Neki ljudi koji boluju od Q groznice obole od hepatitisa. Muškarci obole od Q groznice češće od žena, a pušači češće od nepušača. Mnogi ljudi koji su bolovali od Q groznice osjećaju umor dugo vremena nakon oporavka.

Čimbenici koji se moraju uzeti u obzir	Zaključci	Komentari
Razina rizika	<ul style="list-style-type: none"> Niska s povećanim rizikom za one koji redovito dolaze u kontakt s ovcama i kozama 	<i>Prenošenje s čovjeka na čovjeka je iznimno rijetko.</i>
Potrebna razina komunikacije	<ul style="list-style-type: none"> Visoka razina utjecaja/visok interes u zahvaćenim područjima 	
Kakav je utjecaj na ljude/životinje	<ul style="list-style-type: none"> Većina ljudi oboli od Q groznice udisanjem zraka kontaminiranog bakterijom koja uzrokuje Q groznicu. Bakterija se najčešće nalazi u zraku u vrijeme janjenja kod ovaca ili jarenja kod koza. Također može biti prisutna u sirovom mlijeku, gnojivu i urinu. 	<i>Bakterija se ne nalazi u ovčjem ili kozjem mesu. Ostale životinje (npr. krave i kućni ljubimci) mogu se zaraziti i prenijeti infekciju na ljude koji su u doticaju s tim životinjama.</i>
Izloženost opasnosti	<ul style="list-style-type: none"> Umjerena. Samo ljudi koji redovito dolaze u doticaj sa životinjama 	<i>U Nizozemskoj je zaraženo kozje i ovčje mlijeko glavni izvor bolesti među ljudima.</i>
Mogućnost kontrole rizika	<ul style="list-style-type: none"> Niska 	<i>Poduzeto je nekoliko mjera upravljanja rizikom u 2008. te su uvedene dodatne mjere u 2009., uključujući obvezno cijepljenje za visokorizične farme koza i ovaca te izlučivanje gravidnih koza.</i>
Priroda opasnosti (npr. tvar)	<ul style="list-style-type: none"> Bakterija za koju je utvrđeno da uzrokuje Q groznicu 	
Tko je pogođen	<ul style="list-style-type: none"> Ljudi koji rade sa životinjama ili su u izravnom doticaju s njima 	<i>Više od polovine ljudi s Q groznicom gotovo da i ne razvije nikakve simptome. Osobe sa simptomima općenito imaju (stalnu) groznicu i snažne glavobolje. Ostali simptomi uključuju kašalj, bolne mišiće, bolne zglobove, zimicu, noćno znojenje, tromost i umor. Ozbiljni slučajevi mogu uključivati upalu pluća praćenu suhim kašljem i bolovima u prsima. Neki ljudi koji boluju od Q groznice obole od hepatitisa. Muškarci obole od Q groznice češće od žena, a pušači češće od nepušača. Mnogi ljudi koji su болоvali od Q groznice osjećaju umor dugo vremena nakon oporavka.</i>
Ostali čimbenici koji se odnose na percepciju rizika	<ul style="list-style-type: none"> Mjera upravljanja rizikom bila je izlučivanje 35 000 gravidnih koza. 	<i>Odluku su donijele nadležne vlasti u Nizozemskoj; bila je praćena otvorenom i transparentnom komunikacijom.</i>

Rasprava

U Nizozemskoj je postojala povećana zabrinutost vezano za dobrobit životinja i vlada je toga bila svjesna. S obzirom na to da su amnionska tekućina i posteljica gravidnih životinja sadržavale velike količine bakterije, donesena je odluka da se gravidne koze usmrte na farmama na kojima je došlo do zaraze. Međutim, usmrćivanje se trebalo provesti na etičan i dostojanstven način, kako bi se pokazala briga za dobrobit životinja. Stoga su životinje prvo injekcijom dobile sedativ, nakon čega je uslijedila smrtonosna injekcija tijekom spavanja. Veterinarima su bili upoznati sa cjelokupnom problematikom slučaja, te su se pobrinuli da se posebna pažnja posveti osjećajima pogođenih poljoprivrednika. Jedan od tih događaja snimila je jedna snimateljska ekipa te je snimka podijeljena svim televizijskim postajama i ključnim medijima.

Cilj je bio pokazati brigu vlade za dobrobit životinja i nevolju kojom su bili pogođeni uzgajivači koza.

Ključna poruka koja se prenosila bila je: *“Bilo je iznimno tužno, ali i nužno za zaštitu ljudskog zdravlja.”*

Zaključci o razini komunikacije

Zbog goleme medijske pozornosti usmjerene na Q groznicu i brigu za dobrobit životinja, donesena je odluka da se otvoreno i transparentno prikaže prvo izlučivanje, 21. prosinca 2009. godine. Prije toga objavljene su adrese zaraženih farmi koza te su obaviješteni stanovnici u blizini zaraženih farmi.

Zaključci o odgovarajućoj komunikaciji, alatima i kanalima

Medijska je pozornost bila golema: svi najvažniji radijski i televizijski kanali su isti dan izvijestili o toj priči. Sljedeći dan isto su učinile sve nacionalne i lokalne novine. Nizozemska agencija je bila zadovoljna tonom, prikazima, slikama i sadržajem vijesti. Komunikacija je imala velik utjecaj i bila je izrazito emotivna, ali i puna poštovanja i iskrenosti. Postignuta je izvorna namjera otvorenosti i transparentnosti. Komunikacijska strategija i provedba generirala je i vanjske i unutarnje pozitivne rezultate. Otvoreniji pristup bio je poticajan za veterinare i ostale uključene u ovu emotivnu aktivnost. Također je pokazano razumijevanje za uzgajivače zaraženih koza.

Novinski članak (Dagblad Pers) izložio je kako je Ministarstvo poljoprivrede, okoliša i kakvoće hrane izvuklo lekcije iz negativne izloženosti kod prijašnje svinjske gripe te krize slinavke i šapa.

<http://nos.nl/artikel/124250-eerste-geiten-geruimd-op-brabantse-qkoortsbedrijven.html>

Vijesti nizozemske nacionalne organizacije za emitiranje: NOS (21. prosinca 2009.)

REZULTATI I NAUČENE LEKCIJE

Dobra suradnja VWA sa Ministarstvom poljoprivrede, okoliša i kakvoće hrane bila je najvažnija za ostvarivanje ovog ishoda u tako kratkom vremenskom okviru. Između najave mjera i početka operacije prošlo je tek nekoliko dana.

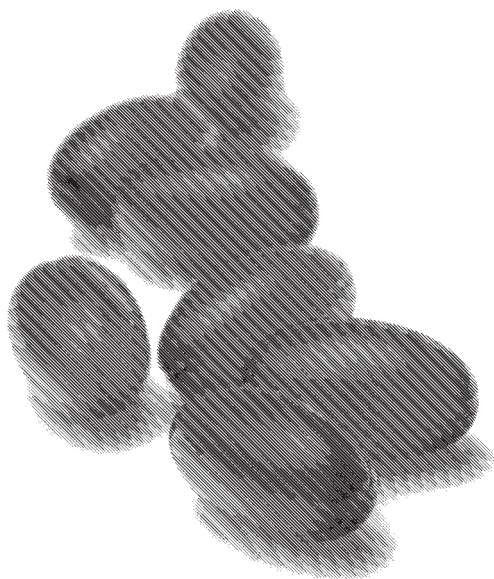
Potrebna je hrabrost kako bi se provela otvorenost.

Mediji razumiju da ne mogu imati ekskluzivna prava kada za to postoje dobri razlozi. Spremni su na suradnju.

Takav organiziran i ograničen medijski pristup može se provoditi samo u rijetkim i posebnim prilikama. U protivnom će se doživljavati kao ograničavanje slobode medija. (Neke od kritika nizozemske udruge glavnih novinarskih urednika i političkih stranaka).

Otvorenost i transparentnost potiču interes novinara.

Povijest slučaja o dodacima prehrani u Švedskoj



Pozadinske informacije

Agencija za medicinske proizvode u Švedskoj, 25. veljače 2009. godine, izdala je upozorenje o dodatku prehrani na biljnoj bazi: Fortodol. Nakon primanja podataka o četiri slučaja oštećenja jetre kod švedskih bolesnika koji su uzimali Fortodol, Agencija je podatke objavila na naslovnici svojih internetskih stranica. U jednom slučaju kod bolesnika se razvio akutni zastoj jetre te je preminuo. Norveška agencija o medicinskim proizvodima također je imala podatke o pet slučajeva oštećenja jetre i o jednom smrtnom slučaju koji su mogli biti povezani s uzimanjem Fortodola.

Dodaci prehrani su pripravci namijenjeni pružanju nutrijenata kao što su vitamini, minerali, vlakna, masne kiseline ili aminokiseline, koji nedostaju u prehrani ljudi ili se ne konzumiraju u dovoljnoj mjeri.

Direktiva 2002/46/EZ Europskog parlamenta i Vijeća te njezine izmjene s ciljem usklađivanja zakona država članica, vezano za dodatke prehrani, ustanovljuje usklađena pravila za označavanje dodataka prehrani te uvodi posebna pravila o vitaminima i mineralima u dodacima prehrani. Cilj je harmonizirati zakonodavstvo i osigurati da su ti proizvodi sigurni i prikladno označeni, kako bi potrošači mogli donijeti informirani odabir.

Unatoč tom nastojanju, više od 250 obavijesti o dodacima prehrani navedeno je u bazi podataka sustava brzog uzbunjivanja za hranu i hranu za životinje (RASFF, Rapid Alert System on Food and Feed) u Europskoj uniji od 1996. godine.

Čimbenici koji se moraju uzeti u obzir	Zaključci	Komentari
Razina rizika	<ul style="list-style-type: none"> Nepoznata – nemoguće odrediti zbog nedostupnosti podataka o konzumaciji 	<i>Teško je kontrolirati globalnu distribuciju putem e-tržišta, proizvode je teško pronaći i povući na nacionalnoj razini. Još jedan izazov predstavljala je distribucija proizvoda pod različitim nazivima.</i>
Potrebna razina komunikacije	<ul style="list-style-type: none"> Srednja razina utjecaja/srednji interes 	
Kakav je utjecaj na ljude/životinje	<ul style="list-style-type: none"> Oštećenje jetre, simptomi su npr. gubitak apetita, nesаница, povraćanje, bol u trbuhu, tamni urin, žuta koža, jedna zabilježena smrt 	
Izloženost opasnosti	<ul style="list-style-type: none"> Nepoznata – nedostupni podaci o konzumaciji 	
Mogućnost kontrole rizika	<ul style="list-style-type: none"> Ograničena – javnost je upozorena da ne kupuje ili ne koristi ovaj dodatak prehrani 	<i>Općenite poruke: Potrošači trebaju paziti kod kupovanja hrane ili dodataka prehrani putem interneta.</i>
Priroda opasnosti (npr. tvar)	<ul style="list-style-type: none"> Neodobrena tvar. Analiza proizvoda (koji je prerađen u Meksiku iz sirovina koje najvjerojatnije potječu iz Indije te je pakiran u SAD-u), otkrila je da su dvije od devet analiziranih serija sadržavale tvar nimesulid (koja nije navedena među sastojcima) za koju se smatra da ima ozbiljne posljedice po zdravlje. 	<i>Spomenuti slučaj ilustrira kako neki pripravnici koji se distribuiraju na tržištu mogu sadržavati tvari koje imaju nepovoljno djelovanje na zdravlje. Rizik od takvih proizvoda teško je procijeniti jer podaci nisu dostupni.</i>
Tko je pogođen	<ul style="list-style-type: none"> Ljudi koji su konzumirali proizvod Fortodol, koji se prodavao putem interneta i u trgovinama zdrave prehrane i za koji se tvrdi da ublažava artritis i bolove u mišićima te glavobolje. 	
Ostali čimbenici koji se odnose na percepciju rizika	<ul style="list-style-type: none"> Ovaj dodatak prehrani bio je dostupan u trgovinama zdrave prehrane i stoga je povezan sa dobrobiti 	

Rasprava

Ovaj slučaj ilustrira kako neki pripravci koji se distribuiraju na tržištu mogu sadržavati tvari koje imaju štetno djelovanje na zdravlje. Rizik od takvih proizvoda teško je procijeniti jer ne postoje dostupni podaci o njihovoj konzumaciji. Dodaci prehrani koji mogu biti kontaminirani, prodaju se na ilegalnom tržištu ili sadržavaju neodobrene tvari ili nove prehrambene sastojke koji mogu djelovati na veliki broj potrošača. Teško je kontrolirati globalnu internetsku distribuciju, proizvodima je teško ući u trag ili povući na nacionalnoj razini. Još jedan izazov predstavljala je distribucija proizvoda pod različitim nazivima. Unatoč tome, mediji su posvećivali malo pozornosti ovoj temi.

Zaključci o razini komunikacije

Mnoge EU države (Švedska, Norveška, Danska, Finska, UK, Republika Irska, Portugal, Španjolska) poduzele su korake za povlačenje ovog proizvoda koji se prodavao pod nazivima Donsbach Miradin, Lepicol Miradin, Lepin Miradin i Miradin na njihovim tržištima.

S obzirom na to da se proizvod prodavao putem interneta, mnoge su zemlje bile pogođene.

Zaključci o odgovarajućoj komunikaciji, alatima i kanalima

Nema podataka o panici među potrošačima. Broj medijskih upita je bio malen.

Ključne poruke koje su komunicirane:

- Ne kupovati ili koristiti ovaj dodatak prehrani;
- Ne kupovati ga na internetu;
- Ovaj je proizvod prodavan kao dodatak prehrani, a ne kao lijek, što upućuje na rizik da su ga ljudi koristili kroz duži period vremena;
- Osobe koje pate od simptoma kao što su slab apetit, mučnina, povraćanje, bolovi u trbuhu, tamni urin, žuta koža itd. trebaju ići na pregled jetre;

Općenite poruke: Potrošač treba biti oprezan pri kupnji hrane/dodataka hrani putem interneta.

Ova komunikacija širila se je putem internetskih komunikacijskih kanala i medija.

REZULTATI I NAUČENE LEKCIJE

Snage: Suradnja između država članica putem RASFF-a i elektronske pošte.

Prilike: Povijest slabog medijskog interesa u navedenom području dala je prostora za šire pojašnjenje putem internetskih medijskih kanala.

Slabosti: Spora reakcija između trenutka obavijesti i povlačenja proizvoda.

Prijetnje: Utjecaj globalnog e-tržišta na nacionalnu razinu, u sprezi s trendovima životnog stila koji zagovaraju korištenje dodataka prehrani.

Studija slučaja – Irska dioksiniska kriza,

Food Safety Authority of Ireland (FSAI) , 2008.



Pozadinske informacije

Dioksini su skupina postojećih toksičnih kemikalija koje su nusproizvodi industrijskog sagorijevanja i kemijskih procesa. Vrlo su otporni na raspadanje i stoga se zadržavaju u okolišu. Do 90% izloženosti dioksinima kod ljudi dolazi od konzumiranja hrane koja sadržava dioksine, uglavnom prehrambenih proizvoda životinjskog podrijetla s visokim udjelom masti jer se ovi kontaminanti zadržavaju u masnim tkivima. Prehrambeni proizvodi u kojima se mogu pojaviti dioksini uključuju meso, ribu, jaja i mlijeko.

Kriza je počela kada je tijekom rutinske kontrole otkrivena prisutnost markera PCBs u svinjskoj masti (marker ukazuje na moguću prisutnost dioksina). Daljnja anali-

za je, 6. prosinca 2008. godine, potvrdila kako su dioksini bili prisutni u uzorcima. Procijenjeno je da je oko 10% svinjetine iz Republike Irske bilo kontaminirano. Međutim, općeniti problemi s utvrđivanjem sljedivosti u prehrambenom lancu, povećali su se uslijed činjenice da se svinje irskog podrijetla kolju i prerađuju u malom broju postrojenja za preradu mesa i tako onemogućili razlikovanje potencijalno kontaminiranih i nekontaminiranih proizvoda. Uslijed toga su, kao mjera opreza i u interesu zaštite javnog zdravlja, svi svinjski proizvodi proizvedeni od svinja zaklanih u Irskoj, između 1. Rujna i 6. prosinca., su bili opozvani.

Čimbenici koji se moraju uzeti u obzir	Zaključci	Komentari
Razina rizika	<ul style="list-style-type: none"> Niska - potrošači 	<i>Rizik za javno zdravlje bio je nizak zbog opoziva proizvoda i zbog ograničene izloženosti u razdoblju od tri mjeseca, zbog čega nije bilo znatnog doprinosa tjelesnom opterećenju potrošača.</i>
Potrebna razina komunikacije	<ul style="list-style-type: none"> Visoka razina utjecaja/visok interes 	
Kako su ljudi/životinje pogođeni	<ul style="list-style-type: none"> Dioksini su toksične kemikalije koje mogu djelovati na kožu i imunitet te su poznate kao kancerogene. 	<i>Nema direktnog utjecaja na zdravlje, ali može doprinijeti tjelesnom opterećenju.</i>
Izloženost opasnosti	<ul style="list-style-type: none"> Vrlo ograničena izloženost 	<i>Granica izloženosti ograničena na razdoblje između 1. rujna i 6. prosinca 2008.</i>
Mogućnost kontrole rizika	<ul style="list-style-type: none"> Odluka upravljača rizikom o opozivu sve svinjetine i svinjskih proizvoda irskog podrijetla 	<i>Sporni proizvodi povučeni su iz trgovine, a nekontaminirana svinjetina vraćena je na tržište unutar 6 dana.</i>
Priroda opasnosti (npr. tvar)	<ul style="list-style-type: none"> Sva svinjetina irskog podrijetla i svinjski proizvodi 	
Tko je pogođen	<ul style="list-style-type: none"> Svi konzumenti svinjetine i svinjskih proizvoda irskog podrijetla 	
Ostali čimbenici koji se odnose na percepciju rizika	<ul style="list-style-type: none"> Potrošači su upozoreni da ne trebaju biti nepotrebno zabrinuti vezano za zdravstvene rizike. To je dovelo do pitanja potrošača o razlozima opoziva proizvoda. 	

Rasprava

U vrijeme ove krize priča se razvijala od one o zaštiti potrošača, preko one o pravima potrošača, do štete nanesene industriji i želje za kompenzacijom, sve do povratka svinjetine irskog podrijetla natrag na tržište. Kao i kod mnogih priča ovih razmjera, uzburkali su se mnogi glasovi s odgovarajućom razinom mišljenja te uključili u medijske rasprave. Unutar ovog žučnog i zagušenog prostora, FSAI je nastavio svoju poruku održavati jasnom. Potrošače se savjetovalo da ne budu pretjerano zabrinuti za zdravstvene rizike, ali da se dioksine ne smije pustiti u prehrambeni lanac.

Zaključci o razini komunikacije

Specifični cilj komunikacije bio je informirati potrošače o rizicima na odgovarajući način. Dodatno, preporuke vladi bile su kako dioksini ne smiju ući u prehrambeni lanac te da se, iako je zdravstveni rizik za ljude koji su mogli konzumirati zaraženu svinjetinu u periodu od 1. rujna do 6. prosinca, nizak ili ne postoji, ipak se ne može tolerirati nastavak izloženosti ljudi dioksinima u hrani. To je cijelo vrijeme bila osnovna FSAI poruka. Uz to su definirane dodatne poruke, uključujući:

- FSAI upućuje maloprodaju i proizvođače da odmah uklone sporne proizvode s polica. Također se industriju podsjeća na njihovu pravnu obvezu da to učini.

- Potrošače se savjetuje da provjere imaju li navedenih proizvoda kod kuće. Ako ih imaju, ne smiju ih jesti. Trebaju ih baciti ili vratiti na maloprodajna mjesta.
- FSAI će nastaviti brzo djelovati kako bi se uključeni proizvodi uklonili iz prehrambenog lanca u interesu zaštite zdravlja i interesa potrošača.
- Informacije su dostupne na internetskim stranicama FSAI-a i putem telefonske linije za savjetovanje.

Zaključci o odgovarajućoj komunikaciji, alatima i kanalima

Medijski odnosi su cijelo vrijeme na visokoj razini, uključujući dnevno medijsko izvještavanje zajedno sa sudjelovanjem velikog broja dionika.

REZULTATI I NAUČENE LEKCIJE

Ogromna količina medijske pozornosti koja je u mnogim slučajevima pružala konfliktne i/ili senzacionalističke vijesti, dovela je do toga da su potrošači bili bombardirani informacijama i nesigurni u vezi stvarnog rizika pred kojim su se našli. Usred oluje informacija koje su se širile, vlasti su se našle suočene sa značajnim preprekama u procesu pristizanja ispravne poruke do potrošača. Unatoč količini informacija s kojima su potrošači bili suočeni, njihovo povjerenje u irsku hranu brzo je obnovljeno. To se dijelom može zahvaliti EFSA-i i EU upravljačima rizikom koji su odigrali važnu ulogu, pružajući podršku irskim vlastima. Porast povjerenja potrošača se očitovao kroz prodaju svinjetine, koja se ubrzo vratila na razinu prije krize, dok su neki sektori čak zabilježili porast u prodaji.

Dodatne informacije

- Fife Schaw, C. and Rowe, G. 1996. **Public perceptions of everyday food hazards: A psychometric study.** *Risk Analysis*, 16(4): 487–500.
- Flynn, J., Slovic, P. and Kunreuther, H., eds. 2001. **Risk, media and stigma: Understanding public challenges to modern science and technology**, London: Earthscan.
- Frewer, L.J., Howard, C., Hedderley, D. and Shepherd, R. 1996. **What determines trust in information about food related risks? Underlying psychological constructs.** *Risk Analysis*, 16(4): 473–86.
- Gregory, J. and Miller, S. 1998. **Science in public: Communication, culture and credibility**, Cambridge: Plenum Press.
- Hansen, J., Holm, L., Frewer, L., Robinson, P. and Sande, P. 2003. **Beyond the knowledge deficit: Recent research into lay and expert attitudes to food risks.** *Appetite*, 41: 111–21. 18.
- Harrabin, R. 2004. **Risky business.** *British Journalism Review*, 15: 28–33.
- Kasperson, R.E., Renn, O., Slovic, P., Brown, H.S., Emel, J., Goble, R., Kasperson, J.X. and Ratick, S. 1988. **The social amplification of risk: A conceptual framework.** *Risk Analysis*, 8(2): 178–87.
- Krystallis, A., Frewer, L.J., Rowe, G., Houghton, J.R., Kehagia, O. and Perrea, T. 2007. **A perceptual divide? Consumer and expert attitudes to food risk management in Europe.** *Health, Risk & Society*, 9(4): 407–24.
- Lofstedt, R.E. 2006. **How we can make food risk communication better: Where are we and where are we going?.** *Journal of Risk Research*, 9: 869–90.
- Renn, O. 1991. **“Risk communication and the social amplification of risk”.** In *Communicating risks to the public: International perspectives*, Edited by: Kasperson, R.E. & Stallen, P.J.M. 457–81. Dordrecht: Kluwer Academic.
- Rosati, S. and Saba, A. 2004. **The perception of risks associated with food-related hazards and the perceived reliability of sources of information.** *International Journal of Food Science and Technology*, 39: 491–500.
- Slovic, P. 1986. **Informing and educating the public about risk.** *Risk Analysis*, 6(4): 403–15.
- Slovic, P. 1987. **Perception of risk.** *Science*, 236: 280–5.
- Slovic, P. 1993. **Perceived risk, trust, and democracy.** *Risk Analysis*, 13(6): 675–82. 44.
- Slovic, P. 2000. **The perception of risk**, London: Earthscan.

Primjeri drugih vodiča

Christensen, L.L. 2007. **The hands on guide for science communicators**, Dordrecht: Springer.

European Commission. 2006. **Communicating science: A scientist's survival kit**, Brussels: European Commission. http://ec.europa.eu/research/science-society/pdf/communicating-science_en.pdf

Food and Agriculture Organisation of the United Nations, and World Health Organisation (FAO/WHO). 1998. **The application of risk communication to food standards and safety matters**, Rome: FAO/WHO. <http://www.fao.org/docrep/005/x1271e/X1271E00.htm>

Science Media Centre. 2002. **Communicating risk in a soundbite: A guide for scientists**, London: The Royal Institution of Great Britain. <http://www.sciencemediacentre.org>

Social Issues Research Centre (SIRC). 2001. **Guidelines on science and health communication**, Oxford: SIRC. <http://www.sirc.org>

Social Issues Research Centre (SIRC). 2006. **MESSENGER: Media, science and society; engagement and governance in Europe**, Oxford: SIRC. <http://www.sirc.org>

The Royal Society. 2000. **Scientists and the media: Guidelines for scientists working with the media and comments on a press code of practice**, London: The Royal Society. <http://www.royalsoc.ac.uk>

www.efsa.europa.eu/riskcomm

