

Hur kommunicerar vi risker med antibiotikaresistenta bakterier?

Livsmedelsverkets Seminarium
Antibiotikaresistenta bakterier i mat

Uppsala, 8 December 2014

Britt-Marie Drottz Sjöberg
brittds@svt.ntnu.no



Svårt att ta till sig ett smygande hot - Hur kommunicerar vi risker med antibiotikaresistenta bakterier



Generellt
om att kommunicera risker

- Utgångspunkt:

För att utveckla
riskkommunikation så har
man nytta av att förstå
också **riskupplevelse**,
informationsinhämtning,
och olika **sociala
processer**

Lärdomar
för att kommunicera
om
antibiotikaresistenta
bakterier (i mat)

Times they are changing...



The great expectations held for DDT have been realized. During 1946, exhaustive scientific tests have shown that, when properly used, DDT kills a host of destructive insect pests, and is a benefactor of all humanity.

Pennsalt produces DDT and its products in all standard forms and is now

one of the industry's largest producers of this amazing insecticide. Today, everyone can enjoy added comfort, health and safety through the insect-killing powers of Pennsalt DDT products . . . and DDT is only one of Pennsalt's many chemical products which benefit industry, farm and home.



GOOD FOR STEERS—Real grass, realer tomorrow . . . for it's a pesticide that's compounded to stimulate steady feed intake gain up to 20 pounds more when pastured from June thru and many other pests with DDT insecticide.



Good for the home—kitchen and living quarters . . . keep them free from insects . . . use Pennsalt DDT Powder and Spray as directed . . . this washes the bugs "like the dust."



Good for household—in 1946 more milk . . . more butter . . . more cheese . . . from pure pasture and production when dairy cows are protected from the annoyance of many insects with DDT insecticide like Pennsalt Stock and Barn Spray.



GOOD FOR FRUIT—Ripe apples, juicier fruits that are free from completely remove all blemishes resulting from DDT dusts and sprays.



GOOD FOR SOY CROPS—25 new barrels of soybeans per acre . . . several DDT acres have shown crop increases like this! DDT dusts and sprays help work farmers pull these gains along to you.



FOR THE INDUSTRY—Food processing plants, laundries, dry cleaning plants, hotels . . . dozens of industries gain effective bug control, more pleasant work conditions with Pennsalt DDT products.

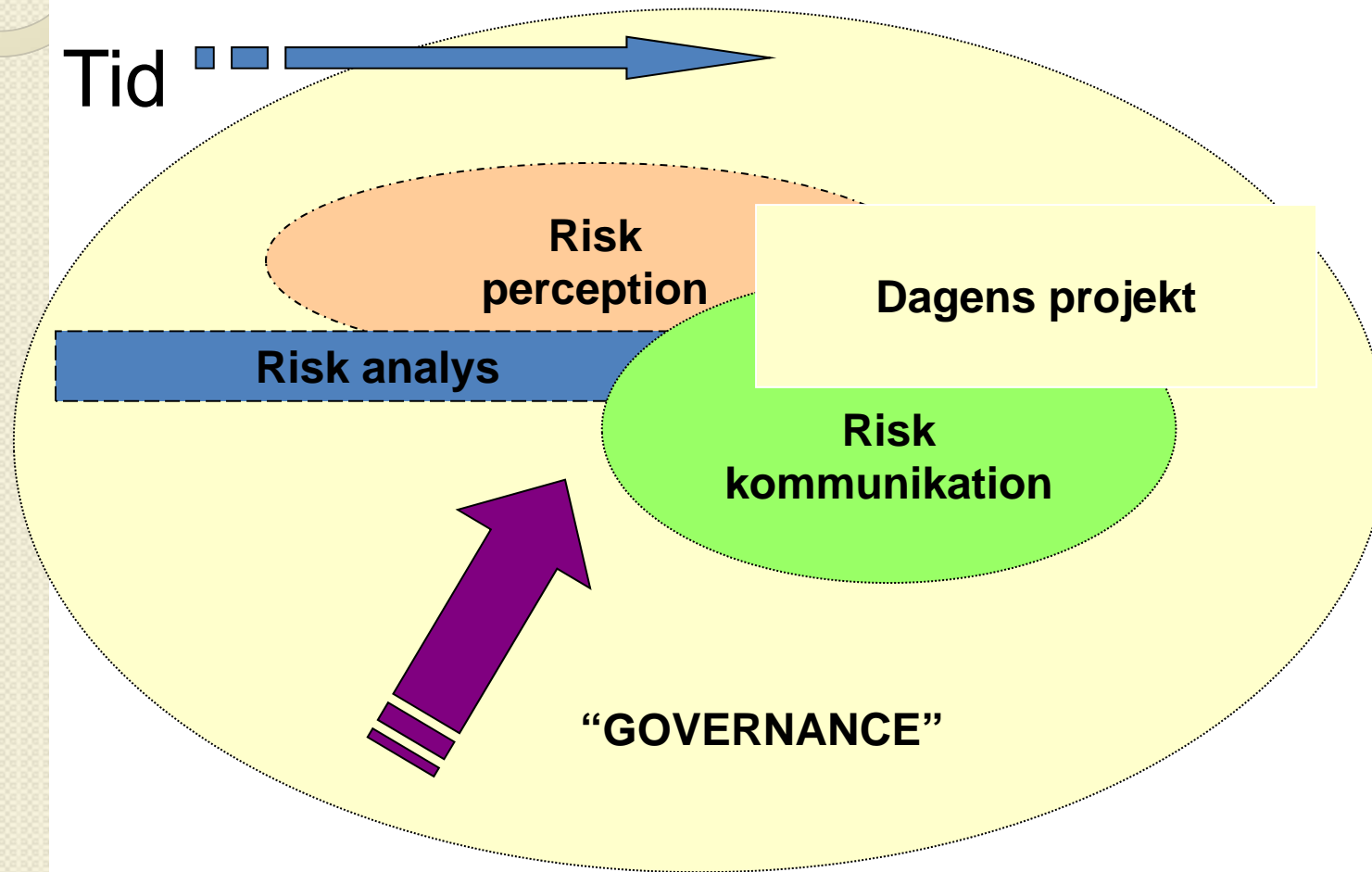
PENN SALT
CHEMICALS

87 Years' Service to Industry • Farm • Home

PENNSYLVANIA SALT MANUFACTURING COMPANY
WIDENIS BUILDING, PHILADELPHIA 7, PA.

From Time Magazine 1947

Illustration av sammanvävning av forskningsområden över tid





Grupper av faktorer som påverkar upplevelse (perception) av risk

- **Typ av fara, “objekt” eller situation**
 - Potentiella effekter; Tidpunkt för start; Möjlighet att upptäcka själv; Tidigare historia, etc.
- **Relaterat till social situation**
 - Fördelning risk-nytta; Rättfärdighet; Tillgängliga alternativ; Typ av mediapresentation; Offrens identitet, etc.
- **Relaterat till individuell karaktäristik**
 - Kön; Ålder; Erfarenhet; Kunskap; Andra resurser
- **Relaterat till metodologi eller design**
 - Risk för vem? Inramningseffekter, etc.

Upplevelse/Perception av risk

Vidareutveckling av den "Psykometriska Modellen"



- Ny risk, Katastrofrisk, Fasa
- Manipulation av det "naturliga"
- Socialt förtroende
- Förtroende för kunskapsutvecklingen
- Riskkänslighet
- Kön
- Ålder
- Utbildningsnivå ($R^2 \approx 0.55$)
- Icke-frivillighet
- Osäkerhet
- Risk för vem / "Risk target"
- Riskdefinition
- Situationsinramning
- Intention

Tre huvudområden av riskbedömningar och likheter-skillnader mellan experter och noviser

Typ 1: Stor överensstämmelse i bedömningar

- Vardagshändelser
- Personlig erfarenhet
- Stor mediaexponering

Välkänt

Typ II: Experter varnar – litet allmänt intresse

- Långsiktiga hälsoeffekter
- Livsstilfrågor
- Personligt ansvar

Privat

Typ III: Experter bedömer risken lågt, allmänheten högt

- Icke-frekventa händelser
- Riskbedömning baserad på teoretisk analys,

Osaknert,
LBHC

**TO WHAT EXTENT ARE THE FOLLOWING EXAMPLES
NATURAL OR NON-NATURAL?
RANKED by overall mean value:**

Rank	Men			Women		
	Yes ?	No		Yes ?	No	
1. Primeval forests	93	4	0.5	90	5	1
2. Corn-field	90	6	2	91	4	1
3. Human intelligence	85	11	1	85	9	0.8
4. Earthquake	86	6	6	79	10	7
5. Illnesses	78	13	7	68	16	11
6. Technical development	70	19	8	51	35	10
7. Insulin	47	34	16	47	32	17
* 8. Uranium	50	23	25	37	33	24

* 13. Radioactivity	35	23	40	18	23	54
14. HIV-virus	23	28	46	18	29	48
15. Human violence	24	24	49	14	19	64
16. Breeding of new dog stock	0.8	19	78	3	16	78
17. Production of new fruit by genetic change	3	19	77	1	10	86
18. Irradiation of vegetables for durability	2	13	84	0.5	8	90



Upplevelse av kontrollmöjlighet, mer resp. mindre (4 urval;

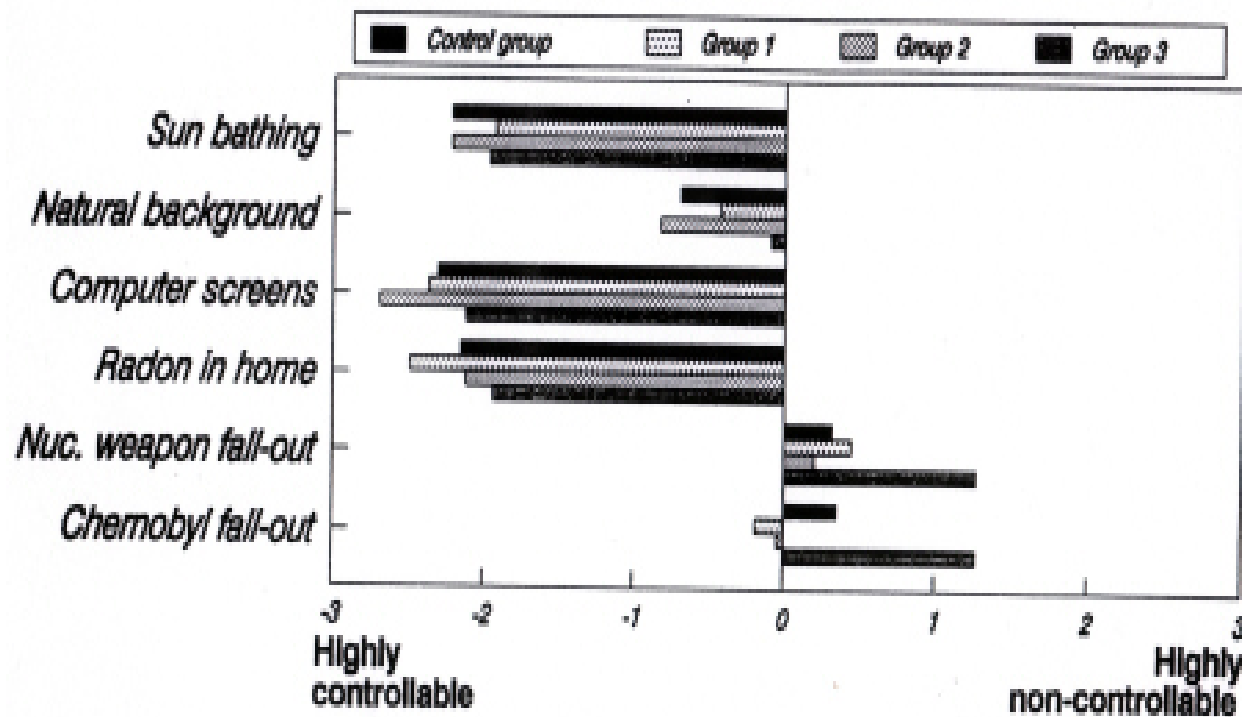


Figure 8. Mean values of the difference between rated personal risk and ability to protect one-self regarding six sources of radiation; People living in areas differently affected by radioactive fall-out from the Chernobyl accident and a control group.

Relationer mellan riskbedömningar och krav på riskreduktion

- Bedömd “risknivå” korrelerar med sannolikshetsvärdering
- Krav på riskreduktion korrelerar med konsekvensvärdering
- Enbart låg, positiv relation mellan bedömd “risknivå” /sannolikhet och krav på riskreduktion



◇ Perceptions of risk

CORRELATIONS BETWEEN RISK RATINGS

	Conse- quences	Proba- bility	Risk level
--	-------------------	------------------	---------------

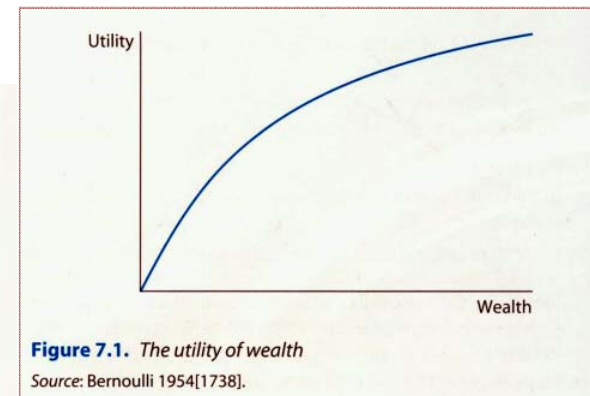
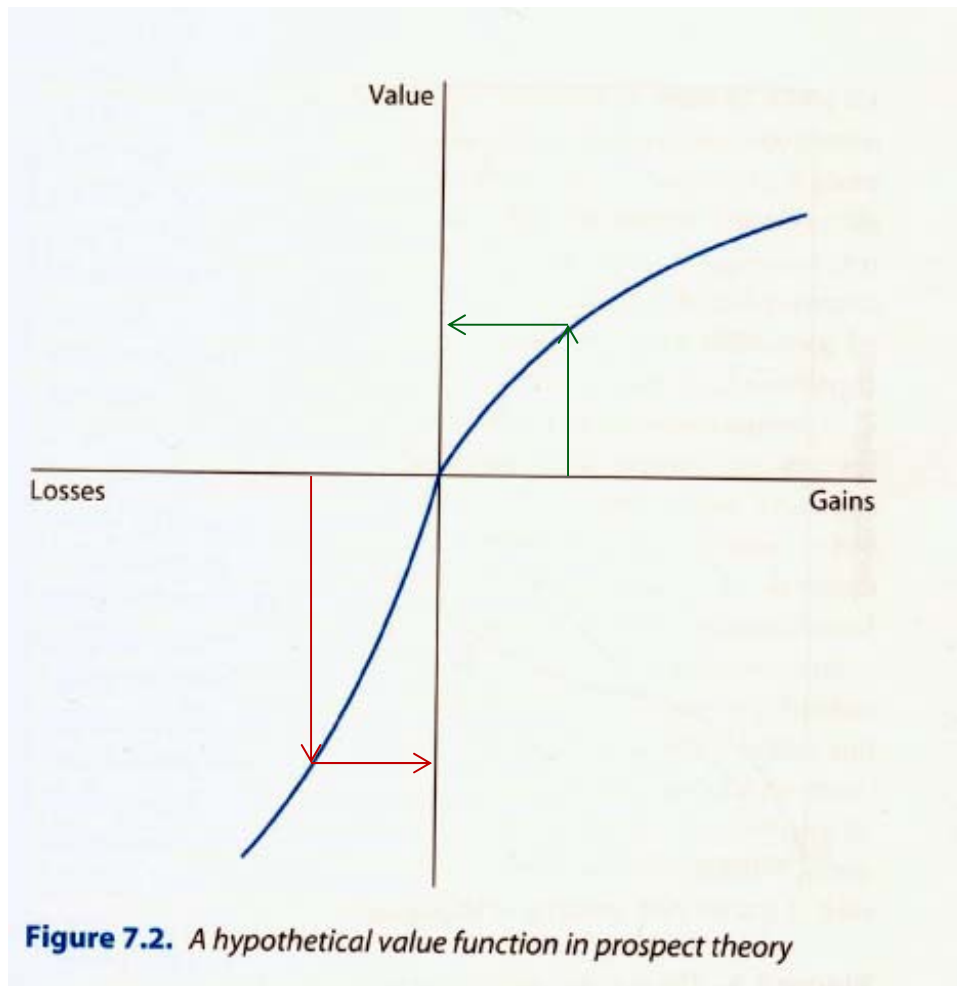
"people generally"

Risk level	-0.067	0.966	-
Demand of risk reduction	0.813	0.093	0.169

"personal risk"

Risk level	-0.198	0.758	-
Demand of risk reduction	0.953	0.178	0.207

Värdet av vinster och förluster (Prospect theory)

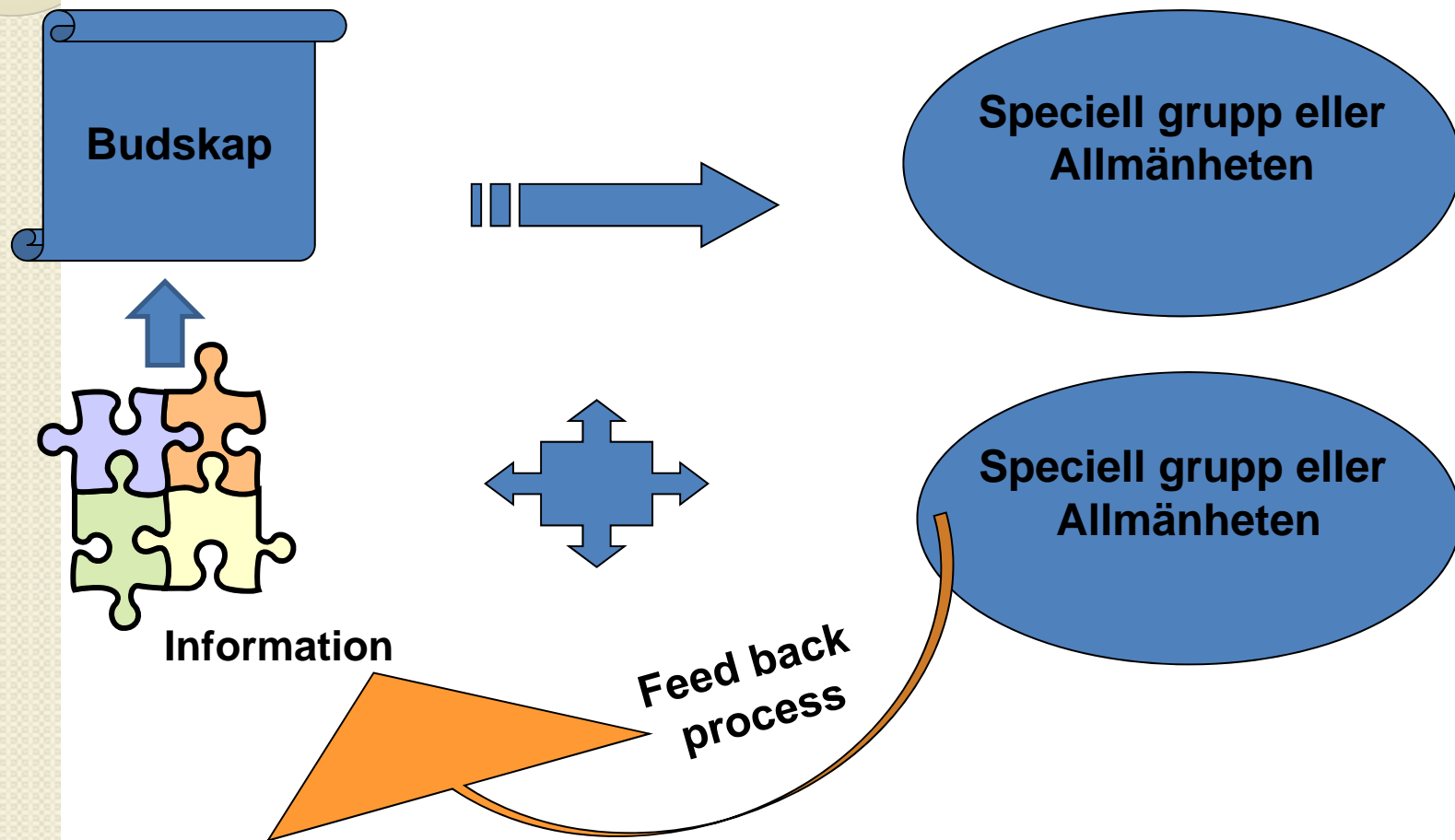




Så, vad vet vi om betydelsen av upplevd risk för kommunikation?

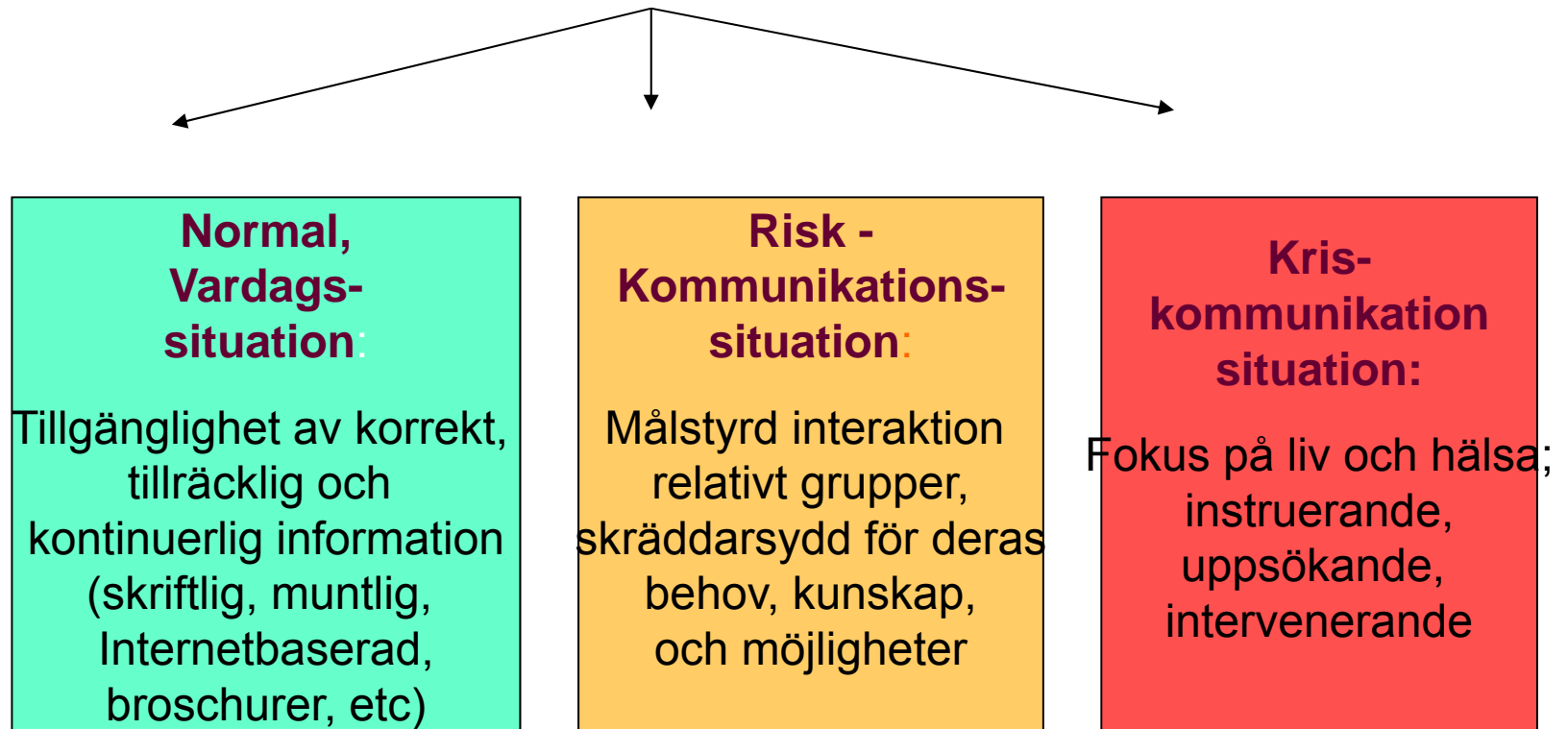
- Värderingar ändras över tid beroende på ny kunskap och erfarenhet
- Forskningen visar på ett antal “styrfaktorer” som kan användas för att uppskatta deras grad av påverkan i olika valda riskscenarier
- Personlig kontrollmöjlighet och hur man ser på vad som är naturligt är viktiga aspekter
- Syn på konsekvenser viktigare än sannolikhet för krav på riskreduktion
- Negativa utfall (eller framtida sådana) väger tyngre än positiva

Information- och Kommunikations- modeller

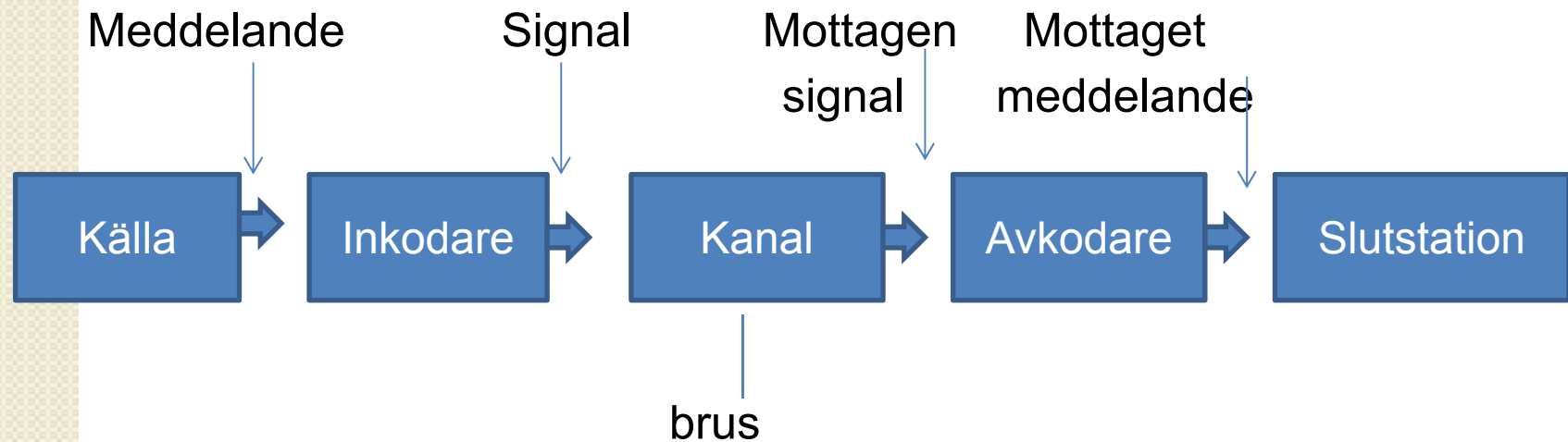


Information & kommunikation om risker

Typer av situationer

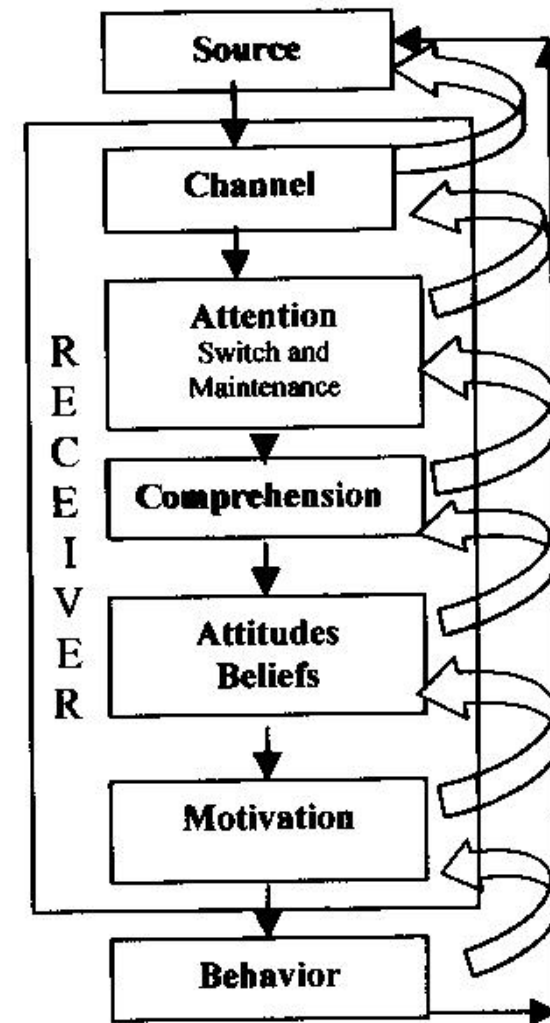


Inkodnings- Avkodningsmodellen

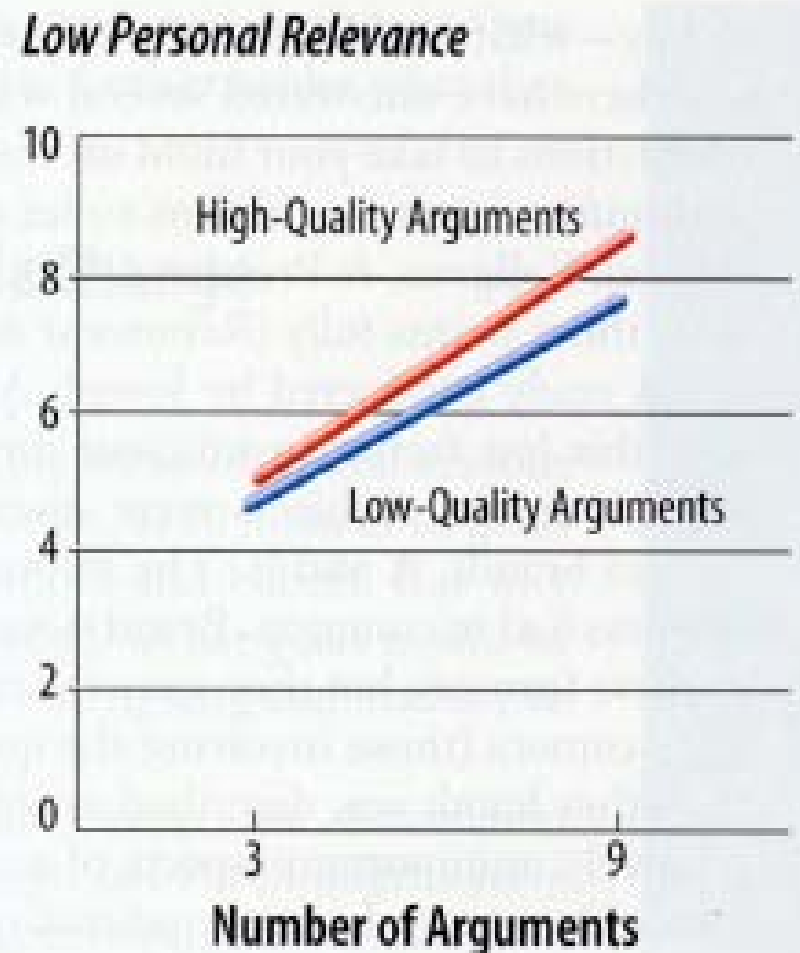
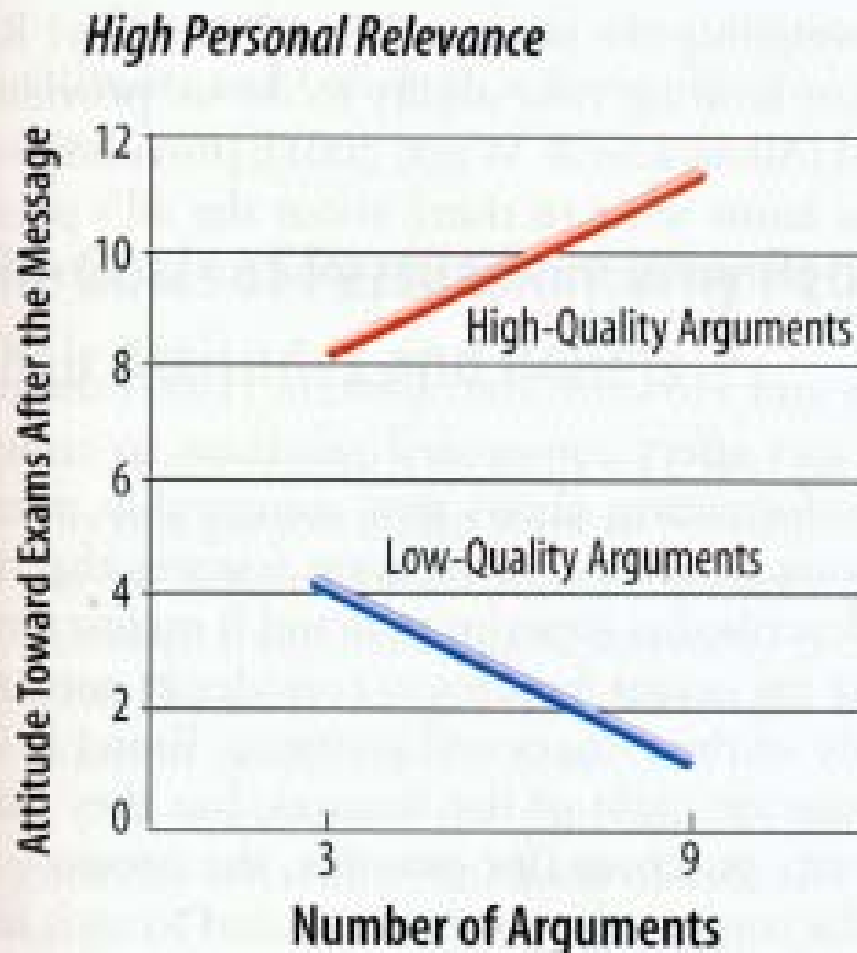


("**Kodningsbarhet**" är centralt för denna modellen. **MEN** det finns flera andra typer av kommunikationsmodeller som kan vara bättre som underlag för att utveckla kommunikation om risk, t. ex. intentions-, perspektiv-, och dialogmodeller).

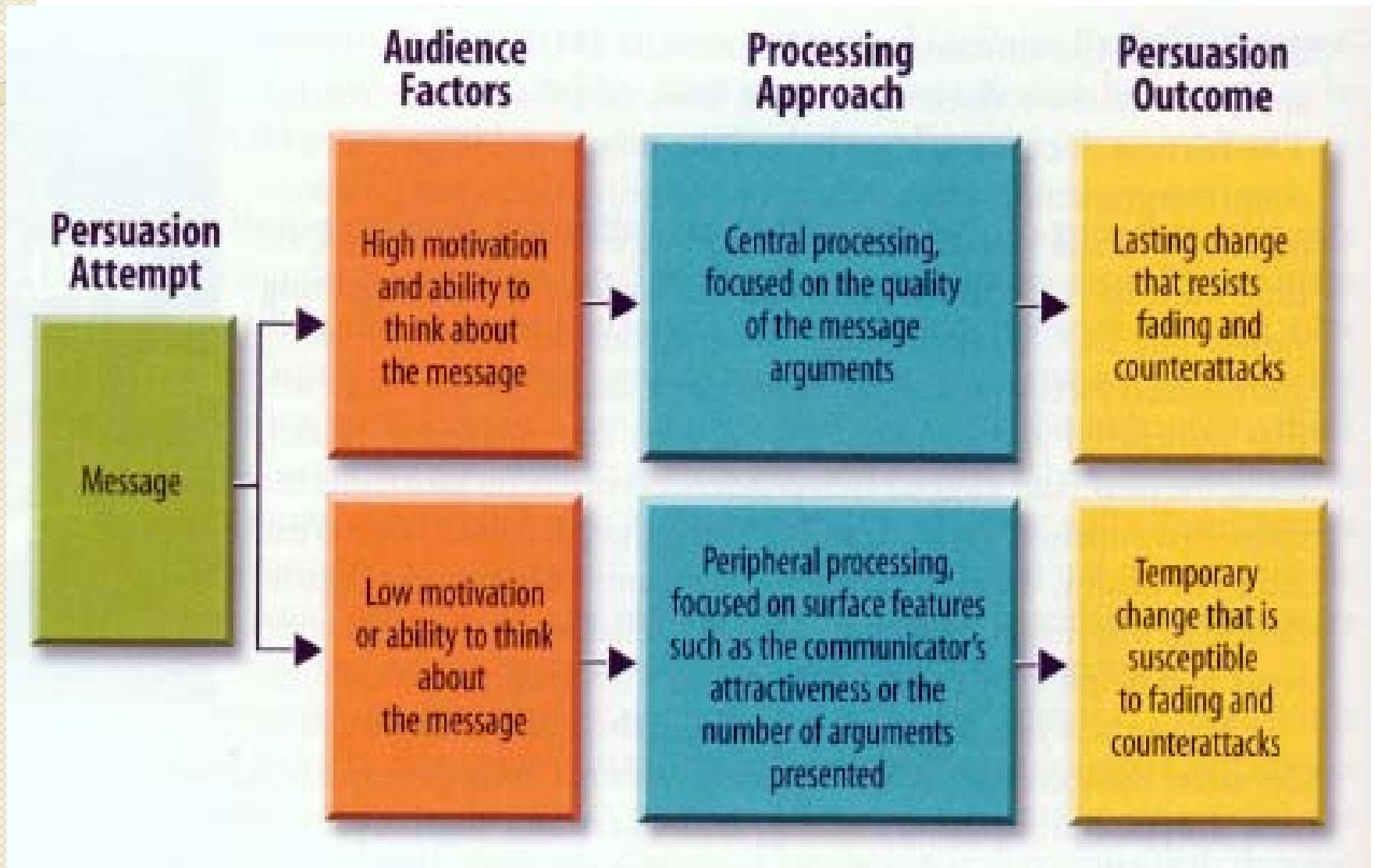
Lite mer
utvecklat
"Enkelt"
informations
-
processand
e



Hur tar vi emot information? Betydelsen av upplevd personlig relevans

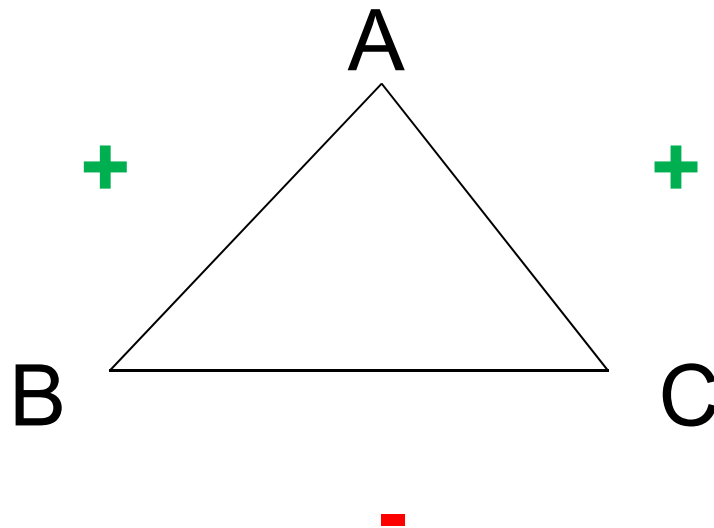


Informationsbehandling via Central eller Perifer väg? (“Dual processing theories”)



Kognitive “Balans” eller “Dissonans”

Hur hanterar vi motstridande information?



(Se Kognitive Dissonansteori, Festinger, 1950)

Hur hanterar vi motstridande information?

- Öka vikten/
betydelsen av det
man själv tror på
("bolstering")
- Riskaversion
(emotionell reaktion av
undvikande)
- Riskförnekande (att
kraftigt undervärdera
en välkänd risk)
- Men, man kan också
ändra sig (krävs
substantiell påverkan)



Det har betydelse hur andra
gör, tänker och resonerar



Området Social Rättvisa (social justice)

- Människor har i alla tider haft ideer om hur individer, grupper och samhällen skall uppträda.
- Vad är "rätt" och "fel", "moraliskt" eller "omoraliskt", "rättvist" och "orättvist"?
- Sådana omdömen påverkar känslor, attityder och beteenden.

Svårt att ta till sig smygande hot – varför?

- Hotet måste uppmärksammas, förstås, och accepteras som hot
- Hotet måste upplevas som personligt relevant
- Man måste ha möjlighet att agera i enlighet med rekommendationer





Lärdomar för att kommunicera om antibiotikaresistenta bakterier

- **Definiera budskapet tydligt**
 - **Vad** skall kommuniceras?
 - Vad är **målsättningen** med kommunikationen?
 - Förklara **varför** det är som det är
- **Definiera målgrupp**
 - Kommunikation **till vem?**
- **Utgå från frågor / oklarheter i målgruppen**
 - Vilka **föreställningar** finns?
 - Vilken **kunskap** behövs?
 - Vilka **situationsfaktorer** påverkar?
 - Vilka **vanor** kan behöva ändras?
- **Motivera önskat beteende**
 - Ge **exempel** på hur man kan handla, **förklara** varför
 - Ge **exempel** på hur man inte bör handla, **förklara** varför

Tack för uppmärksamheten!

- Frågor?

