

MultiTrust: Multikriteriel vurdering og kommunikation af effekterne af økologiske fødevarer

Dette projekts aktiviteter og resultater er dokumenteret andetsteds jfr. de krav, som bevilger har stillet. Denne artikel opsummerer og medierer følgelig centrale elementer af MultiTrust-projektet til en bredere offentlighed; artiklen trækker i den sammenhæng i høj grad på artikler, rapporter mv., publicerede såvel som upublicerede, der omhandler projektet.

MultiTrust - Udgangspunkt

Økologi er et alternativt fødevarer system, der er baseret på forbrugertillid og troværdighed. Forbrugere køber økologiske varer og borgere og politikere understøtter økologien, i et vist omfang, fordi de mener det er et bedre alternativ. Og det gør de fordi den økologiske driftsform søger at tilgodese mange hensyn til samfund, natur og miljø. Mulighederne for vækst i økologien afhænger således af at den, samlet set, udgør et troværdigt og attraktivt alternativ, og at den udvikler sig positivt i forhold til de økologiske principper og i overensstemmelse med centrale samfundsmæssige målsætninger for miljø, sundhed og velfærd. Det er imidlertid særdeles vanskeligt at afgøre om en bestemt teknologisk, driftsmæssig eller organisatorisk udvikling er positiv eller negativ, samlet set. Med andre ord: Hvis vi ønsker at vurdere og evaluere økologiske fødevarer systemer (eller aspekter af samme), så er det ikke tilstrækkeligt at basere en sådan vurdering alene på et kriterium. Vi har brug for multiple kriterier; men der findes ingen etablerede metoder til at lave helhedsvurderinger af økologiske fødevarer systemer.

Centrale Deltagende Institutioner

Med denne forskningslakuna in mente – og også ansporet af det væld af praktiske problemer, som dette udgangspunkt sætter spot på – udvikledes forskningsprojektet Multikriteriel vurdering og kommunikation af effekterne af økologiske fødevarer systemer (herefter MultiTrust). Projektet er et interdisciplinært forskningsforehavende med deltagende forskere fra:

- Dep. of Agroecology and Environment, Aarhus Universitet, Danmark
- Institute of Food Economics, København Universitet, Danmark
- Danish School of Education, , Aarhus Universitet, Danmark
- Dep. of Language and Business Communication, , Aarhus Universitet, Danmark
- Dep. of Information and Media Science, , Aarhus Universitet, Danmark

Yderligere centrale bidragydere til projektet var:

- Videncenter for Landbrug, Skejby, Danmark
- Økologisk Landsforening
- Thise Mejeri

- Animation Hub Aps.

Projektleder var Hugo fjeldsted Alrø, Department of Agriculture, Aarhus Universitet. Projektet løb fra 1. januar 2011 til 31. december 2013 og finansieredes som en del af Organic RDD programmet, som er koordineret af Internationalt Center for Forskning i Økologisk Jordbrug og Fødevarer, ICROFS. Det er finansieret fra NaturErhvervsstyrelsen, Ministeriet for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri.

Projektformål

Ifølge det nyligt udkomne "Development, growth and integrity in the Danish organic sector," så afhænger potentialet for fortsat vækst på det økologiske marked ikke kun af den fremtidige teknologiske og organisatoriske udvikling. Den afhænger også af at kunne sikre integriteten og troværdigheden af det økologiske alternativ til konventionelt landbrug gennem en stadig udvikling og forbedring (jfr. de økologiske principper); det afhænger også af om der kan sikres en øget synergieffekt med samfundsmæssige mål og med forbrugernes bekymringer i relation til sundhed, dyrevelfærd og miljøet. Den overordnede ide bag dette projekt er at udvikle en skræddersyet tilgang til multikriteriel vurdering af økologiske fødevarer, som kan hjælpe økologiske aktører og stakeholdere til, mere tilbunds gående end hidtil, at gennemføre, dokumentere og kommunikere balancerede helhedsvurderinger af en række af de faktorer, som det økologiske fødevarer system som helhed influerer på både et samfunds- og et naturmæssigt niveau. En central hypotese er at noget sådant kan bidrage til en åben og troværdig kommunikation om det positive ved økologi, tjene som et policy-redskab og støtte den integrerede udvikling af økologisk produktion under hensyntagen til de økologiske principper – og ad den vej forbedre potentialet for det økologiske alternativs ønske om at hjælpe med at løse aktuelle samfundsmæssige udfordringer samt støtte væksten på det økologiske marked på længere sigt.

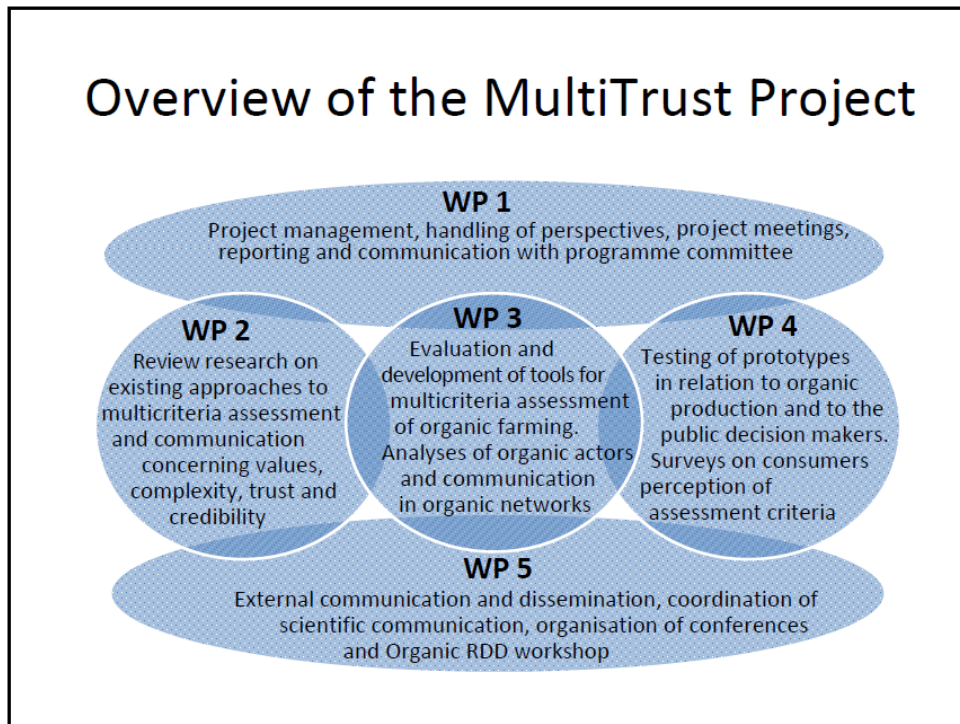
Følgelig var det MultiTrust-projektet overordnede mål, at det skal udvikle metoder til at lave afbalancerede helhedsvurderinger af de effekter som økologiske fødevarer systemer har på miljø, natur og samfund, samt metoder til at kommunikere og bruge disse komplekse vurderinger i praksis. Det dobbelte mål er at gøre de økologiske producenter bedre i stand til at udvikle økologien i overensstemmelse med de økologiske principper og i synergi med samfundets målsætninger, og at gøre det lettere for forbrugere, borgere og politikere at iagttage og vurdere de forskelligartede bidrag, som økologiske fødevarer systemer tilbyder. Det forventes at sådanne redskaber til multikriteriel vurdering og kommunikation kan understøtte en integreret og troværdig udvikling af økologisk jordbrug, og dermed underbygge økologiens langsigtede vækst.

Projektstruktur

Med ovenstående formål in mente blev projektets arbejde centreret omkring nedenstående fem work packages:

- WP 1. PROJECT MANAGEMENT AND INTEGRATION OF WORK PACKAGES (forskning, WP leader: Hugo F. Alrøe).
- WP 2. ANALYSIS OF THE OPTIONS FOR multicriteria assessment and communication (forskning, WP leader: Jeppe Læssøe). Målet med denne work package er at reviewe forskning udi eksisterende tilgang til multikriteriel vurdering og kommunikation af komplekse emner med henblik på at udlede generelle erfaringer såvel som vigtige forskelle, der ville kunne forbedre multikriteriel vurdering og kommunikation inden for økologisk landbrug. Dette vil skabe det teoretiske fundament for WP 3 og 4.
- WP 3. COMMON FRAMEWORK FOR DEVELOPMENT OF METHODS FOR multicriteria assessment and communication (forskning og udvikling, WP leader: Hugo F. Alrøe). Ingen af de eksisterende tilgange til helhedsvurderinger af samfunds- og miljømæssige effekter er udviklet i forhold til økologisk landbrug specifikt. Formålet med denne WP er derfor at gentænke og udvikle sådanne værktøjer i relation til økologiske fødevarer systemer under hensyntagen til de mål, der er opstillet i de økologiske principper (IFOAM 2005, EEC Regulation No 834/2007).
- WP 4. EVALUATION OF STAKEHOLDERS' PERCEPTION AND ACCEPTANCE OF multicriteria assessment and communication methods (Forskning og udvikling, WP leader: Tove Christensen). I denne WP vurderes de potentielle effekter af nye metoder til multi-kriteriel vurdering og kommunikation på basis af udvalgte cases med grupper af stakeholdere, inkl. Landmænd, forarbejdningsleddet, afsætningsleddet, konsumenter og offentlige myndigheder.
- WP 5. COMMUNICATION AND DISSEMINATION OF PROJECT RESULTS (forskning og formidling, WP Leader: Peter Kastberg). Formålet med denne WP er at etablere og drifte en effektiv innovationskæde fra forskning, udvikling til formidling.

Som det fremgår, er disse work packages – ligesom projektet som helhed – designet til at være både inkrementelle såvel som iterative og overlappende, hvor det er hensigtsmæssigt.



(Figur 1: Illustration af de fem MultiTrust work packages)

Projektarbejde: Tre centrale udfordringer

Projektet har påvist, at der er tre helt central udfordringer, når det gælder om at udvikle en balanceret helhedsvurdering af økologiske fødevarer systemer: viden, værdier og kommunikation.

Viden:

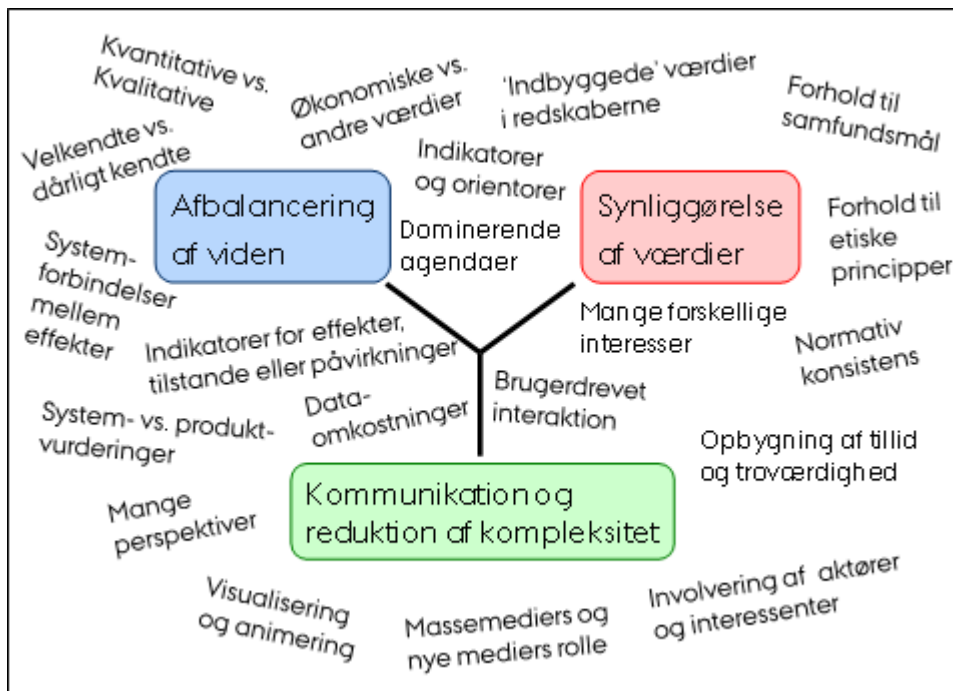
Nogle effekter af økologiske fødevarer systemer er velkendte og kan måles relativt enkelt og relativt præcist, mens andre er mindre kendte og sværere og dyrere at undersøge. Den første store udfordring i at foretage helhedsvurderinger af økologi er derfor at fastholde balancen mellem de forskellige typer af viden og at undgå, at man tillægger det, der er nemmest at måle, og som kan måles mest præcist, den største vægt. På samme tid er det vigtigt at forstå, hvordan de forskellige effekter relaterer sig til hinanden inden for systemet.

Værdier:

Multikriterielle vurderinger afhænger af indikatorer, som er udvalgt og konstrueret på basis af specifikke problemer og mål. For eksempel kan emission måles pr. hektar eller pr. kilo afgrøde, og dette leder ikke nødvendigvis til den samme vurdering. Den anden centrale udfordring er derfor at gøre de indbyggede værdier synlige i vurderingsredskaberne samt at vise, hvordan de forholder sig til etiske principper inden for økologisk landbrug, samfundsmæssige mål og andre interesser.

Kommunikation:

Økologisk landbrug ønsker at blive målt på de mange forhold, som det selv tager hensyn til, men sådanne mere omfattende helhedsvurderinger bliver nødvendigvis mere komplekse. Den tredje centrale udfordring er hvordan sådanne komplekse vurderinger kan kommunikeres på en både effektiv og på samme tid partcipatorisk måde. Vurderingerne skal kunne bruges af både videnskabsmænd og stakeholdere med mange forskellige perspektiver. Medierne spiller også en stor rolle, når det drejer sig om at konstruere og forhandle troværdighed og tillid. Det er derfor nødvendigt at reducere kompleksiteten, når man kommunikerer om økologi.



(Figur 2: Illustration af de tre centrale udfordringer påvist i MultiTrust-projektet)

Projektarbejde : Forskningsinteresse

Identifikationen og beskrivelsen af de tre centrale udfordringer tjente som forskningsinteresse for at designe de efterfølgende forskningsunderprojekter. Som følge heraf blev der gennemført en række omfattende litteraturstudier og analyser med det formål at afklare og opsummere den teoretiske basis for at gennemføre og kommunikere om multikriteriel vurdering, eksempelvis:

- Et litteraturstudie og kritisk fremstilling af tilgange til at vurdere økologiske fødevarer med særligt fokus på økonomisk værdiansættelse og multikriteriel vurdering
- Et litteraturstudie og kritisk fremstilling af tilgange til motivation, når der drejer sig om at købe eller ikke købe økologiske fødevarer

- Et litteraturstudie og kritisk fremstilling af de normative aspekter af eksisterende multikriterielle metoder sammenholdt med de etiske principper, værdier og mål som karakteriserer økologisk produktion og konsum
- Et litteraturstudie og kritisk fremstilling af hvordan man kan reducere den kompleksitet, som økologiske fødevarer systemer og bæredygtighed indebærer med henblik på at fremme kommunikation, deltagelse og læring
- Et litteraturstudie og kritisk fremstilling af hvordan troværdighed og tillid konstrueres i medierne og mellem mediebrugere med henblik på en mere omfattende vurdering af økologiske fødevarer systemer.

Med basis i denne meget omfattende reception af relevant forskningslitteratur var projektet dernæst rede til at give sig i kast med de mere operationelle aspekter af forskningsarbejdet.

Projektarbejde: Aktiviteter

Den indsamlede viden blev oversat til udviklingen af en række individuelle – men relaterede jfr. ovenstående projektstruktur – forskningsunderprojekter, eksempelvis:

- en sammenfatning det teoretiske grundlag for at lave afbalancerede og gennemsigtige multikriterielle vurderinger og for at kommunikere sådanne komplekse vurderinger, ud fra forskellige faglige perspektiver
- en indsamling af internationale erfaringer med at bruge redskaber til multikriteriel vurdering på jordbrugs- og fødevarer systemer
- en udarbejdelse af en ramme for hvordan sådanne redskaber kan udvikles så de kan anvendes i økologien med dens særlige praksis og etiske principper
- en udvikling og afprøvning af metoder til visualisering og animering som kan hjælpe til at kommunikere komplekse helhedsvurderinger
- en udvikling og afprøvning af konkrete prototyper i samarbejde med økologiske aktører og interessenter
- en undersøgelse af forbrugernes opfattelse af de redskaber til helhedsvurdering der udvikles, og de kriterier der indgår.

Projektarbejde : Resultater

Det er klart, at de ovenstående aktiviteter i sig selv er substantielle projektresultater i egen ret og at de – som sådanne – er dokumenteret på mange måder som fx, men ikke udelukkende, i form af oplæg ved internationale konferencer, internationale forskningspublikationer, rapporter, foredrag osv. osv.

Men ud over disse resultater, er krystalliseringspunktet for projektets aktiviteter som helhed den inkrementelle og koordinerede udvikling af en interdisciplinær konceptuel basis for, hvordan man kunne gennemføre multikriterielle vurderinger. Jfr. projektansøgningen var det ikke MultiTrusts intention at gå efter at udvikle et konkret og anvendelsesparat værktøj, som ville tillade stakeholdere at gennemføre multikriterielle vurderinger af økologiske fødevarer. Hvad MultiTrust satte sig for at gøre, var at skabe den konceptuelle basis for et sådant redskab – om eller i hvilket omfang et sådant redskab vil blive udviklet, ligger uden for dette projekt. Afledt af de indsigter, der er opsamlet i løbet af de meget omfattende aktiviteter i projektet lyder en kondenseret version af resultaterne, at

- beslutninger er aldrig uni-kriterielle, men altid multi-kriterielle – og det på flere plan
- enhver stakeholder i værdikæden "fra mark til mave" kan være drevet af forskellige værdisæt
- stakeholderne i denne værdikæde kender ikke længere hinanden (og er derfor ikke bekendt med den respektive "andens" kriterier eller værdier)

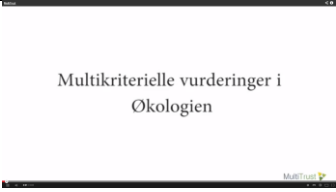



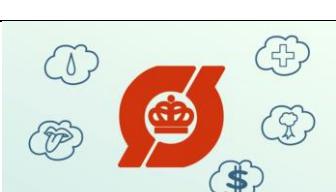
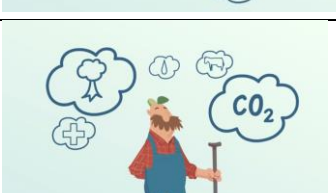
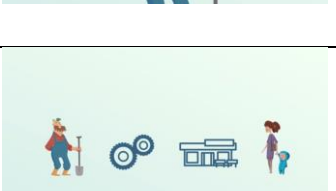
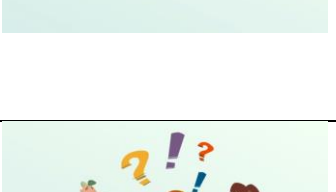
En primær intention bag dette multifaceterede projekt var at gøre det lettere for forbrugere at se og vurdere de forskellige forhold, som gør sig gældende for økologiske fødevarer med en særlig vægt på at promovere kommunikation, deltagelse og læring om økologiske fødevarer. For at illustrere resultatet vil den følgende præsentation af konceptualiseringen tage udgangspunkt i én stakeholder fra værdikæden, nemlig forbrugeren. Krystalliseringspunktet, det mere håndfaste aspekt af konceptualiseringen, eller prototypen blev oversat til en animeret film, der søger at vise en nyskabende måde at kommunikere om multikriteriel beslutningstagning i relation til det at købe økologiske fødevarer. Animationen, som er produceret af Tumblehead Aps (<http://www.tumblehead.com/>) kan ses her: <http://www.youtube.com/watch?v=zmoXYJAS8LY>.


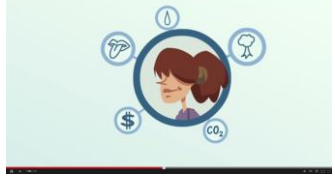

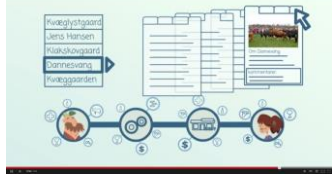


Mens filmen som sådan ikke repræsenterer et værktøj klar til brug i forbrugerkommunikationen så repræsenterer den dog en prototype på, hvordan man kunne designe fremtidig kommunikation om økologiske fødevarer på en ny måde. En måde som – ideelt set – konstruerer et mødested mellem forbrugere, producenter og sælgere, og som tillader hver stakeholder i den økologiske værdikæde at opbygge en stadig mere nuanceret beslutningstagningskompetence. I det følgende vil prototypen – som adviseret – blive præsenteret fra forbrugers beslutningstagningsperspektiv. Forskning i forbrugers beslutningstagning i relation til økologiske fødevarer har vist, at en af de primære grunde til at forbrugere ikke køber økologi ikke var mangel på viden som sådan, men mangel på viden, der leder frem til en informeret beslutningstagning. Pga. det elementære, men samtidig meget betydningsfulde, faktum, at i den industrialiserede del af verden kender producenter og konsumenter af organiske fødevarer ikke længere hinanden, bliver fødevarerkommunikation ganske enkelt uomgængeligt. En af de måder, hvorpå myndigheder og andre har forsøgt at informere offentligheden om den øgede kvalitet i økologiske fødevarer, er ved hjælp af de udbredte mærkningsinitiativer. På det nationale plan kunne eksemplerne være det

tyske "Bio-Siegel" eller det amerikanske "USDA Organic". På et overnationalt plan er et prominent eksempel det europæiske "EU Ecolabel for Consumers". Selvom mærkning er en omkostningseffektiv måde at kommunikere om økologiske fødevarer på, så er problemet naturligvis, at enhver mærkning er ligegyldig, hvis forbrugeren ikke forstår den. Og studier har gentagne gange vist, at forbrugerne ikke forstår disse mærkninger. Det betyder med andre ord, at vi ikke har med en general mangel på information at gøre (informationen er "derude"), vi står i stedet for over for en udfordring, der hedder at kommunikere økologi på en sådan måde, at forbrugeren sættes i stand til at skabe hans/hendes egen viden baseret på, hvad han / hun ser; dvs. netop den viden, der tillader en informeret beslutningstagning i relation til økologiske fødevarer.

Den animerede MultiTrust-prototype bygger i alt væsentlig på tre grundlæggende antagelser: for det første, at forbrugeren ikke baserer sin købsbeslutning på kun ét kriterium, men at købsbeslutningen er multikriteriel. For den forbruger, der efterspørger kød, kan et kriterium være, at dyret er blevet fodret med økologisk foder, men måske er et endnu mere vigtigt kriterium dyrevelfærd; dvs. at dyret er blevet behandlet bedre end fastlagt ved nuværende lovgivning osv. For det andet at hver stakeholder i fra mark-til-mave-værdikæden (groft forenklet: producent, sælger, forbruger) har forskellige kriterier for at sige, hvad gode økologiske fødevarer er. Det, som forbrugeren ser som god økologisk praksis, kan måske for landmanden være en alt for dyr praksis at efterleve, for sælgeren kan det være for logistisk krævende osv. Og sidst men ikke mindst at det eneste sted, hvor alle disse stakeholdere kan mødes er på Internettet. For at overvinde fremmedgørelsen og de (mulige) gensidige misforståelser er alle involverede stakeholdere nødt til ty til en form for fælles mødested på den ene eller anden måde. Og et fælles website er det oplagte valg, hvor man kan etablere et (virtuelt) fælles mødested; rationalet lyder at ikke alle forbrugere kender en landmand, men alle forbrugere har (alt andet lige) en PC med internetadgang. Ingen andre eksisterende økologiske kommunikationsinitiativer tager udgangspunkt i netop disse grundlæggende antagelser.

Den animerede MultiTrust-film er følgelig et udtryk for en nyskabende tilgang til det at kommunikere om økologiske fødevarer, hvor fokus er på, hvordan man skaber involvering og reducerer usikkerhed i relation til økologisk fødevarekonsum – og ikke blot fremsætter fakta eller indfører mærkninger. For at præsentere hvordan prototypen er a) tænkt og b) integreret ind i den ovenfor omtalte økologiske værdikæde, er animationen herunder opdelt i sine centrale narrative faser.

MultiTrusts animationsfilm		
Faser	Animering af faser	Beskrivelse af faser
Fase 1		Filmen introducerer det forskningsprojekt, som animation stammer fra.
Fase 2		Filmen begynder med at vise en forbruger, der er i vildrede over de mange kvalitetskriterier, hun står over for, når hun ønsker at købe økologiske fødevarer.
Fase 3		Filmen springer til en landmand, der også er overvældet over antallet og forskelligheden af kriterierne for økologisk fødevarerproduktion.
Fase 4		Filmen introducerer nu det danske Ø-mærke, og fortæller hvordan myndighederne, der anerkender denne forvirring, forsøger at hjælpe med at mindske den ved at placere et nationalt øko-label på alle økologiske produkter.
Fase 5		Problemet er bare, at det danske Ø-mærke ikke kan hjælpe med til at fjerne forvirringen, fordi det også dækker over en lang række kriterier – og produkter.
Fase 6		Filmen vender tilbage til den økologiske landmand, der også er forvirret over Ø-mærket, og som på egen hånd derfor måske vælger at fokusere på nogle kriterier og dermed negligerer andre.
Fase 7		Men landmand og forbruger er ikke de eneste stakeholdere, der er direkte involveret i økologiske produkter; forarbejdningsleddet såvel som salgsleddet er også involveret – og de kan igen også vælge at fokusere på helt andre vurderingskriterier.
Fase 8		Et faktum, der lader både landmand og forbruger stå tilbage endnu mere forvirrede i relation til, hvordan man vurderer kvaliteten af økologiske fødevarer.

<p>Fase 9</p>		<p>Filmen skifter nu fra at beskrive problemerne til at pege på en løsning: Hvad nu hvis der fandtes en IKT-plattform, hvor forbrugeren kunne finde al den information, hun havde brug for?</p>
<p>Fase 10</p>		<p>En platform, hvor forbrugeren kunne indtaste hendes præferencer i relation til vurderingskriterier.</p>
<p>Fase 11</p>		<p>Filmen elaborerer på den ide og stiller endnu et spørgsmål: Hvad nu hvis IKT-plattformen ikke kun var en platform for forbrugeren, men en platform for alle involverede stakeholdere (landmænd, forarbejdningsled, salgsled, og forbrugere)?</p>
<p>Fase 12</p>		<p>På en sådan platform kunne forbrugers kriterier blive mødt af fx landmandens dokumentation.</p>
<p>Fase 13</p>		<p>På den måde ville forbrugeren have adgang til multiple kriterier for økologiske fødevarer, dette ville tillade hende at gennemføre en multikriteriel vurdering af kvaliteten af økologiske fødevarer.</p>
<p>Fase 14</p>		<p>Filmen slutter med at opliste bevilgende myndighed samt producenten af filmen.</p>

(Figur 3: Faserne i MultiTrust-prototypen)

Perspektiver

Projektet som helhed og animationen viser, at det at promovere kommunikation, deltagelse og læring i relation til økologiske fødevarer på ingen måde er så ligetil som blot at klistre mærker på økologiske fødevarer. Hvis man tager det alvorligt, at forbrugeren ikke kun behøver at skulle eksponeres for fx EU's øko-label, men at han/hun også skal have lov at foretage multikriterielle vurderinger selv, så er man også nødt til at tage alvorligt, at man skal måle det, som forbrugeren får ud af kommunikationen; og at det er selve kommunikationsindsatsens alfa og omega for

succes. For selvom alle former for indhold kan være relativt nemt at transmittere, fx ved et klik på en mus, så er reception, forståelse og en mulig efterfølgende handling baseret på denne forståelse det ikke. Alt i alt kan man sige, at når man går ud fra at enhver model *af* kommunikation også er en model *for* kommunikation, så synes den kommunikation, der er designet til at være deltagende, at være den mest lovende form for kommunikation, når det gælder om at sætte lægmanden (m/k) i stand til at forstå, til at vurdere og til at foretage informerede multikriterielle beslutninger.

Opsummerende kan man sige, at MultiTrust-projektet har leveret analyser, metoder og en prototype til multikriteriel vurdering med henblik på at kunne hjælpe økologiske aktører og stakeholdere med at udvikle, dokumentere og kommunikere balancerede helhedsvurderinger af effekterne af økologiske fødevarer-systemers indvirkning på samfund og miljø. Projektet har gennemført interdisciplinære analyser af eksisterende metoder til multikriteriel vurdering og kommunikation, etableret en ramme for hvordan man kan udvikle sådanne metoder til økologiske fødevarer-systemer og relateret dem til de økologiske principper. Alt dette med den intention at hjælpe med til at opretholde en integreret udvikling af økologisk produktion, at bidrage med til at åbne og gøre kommunikationen om fordelene ved økologi mere troværdig og på denne måde supportere langsigtet vækst.

Tager man et skridt tilbage kan man sige, at MultiTrust-projektet ikke blot har vist en nyskabende måde, hvorpå man går til det at designe økologisk kommunikation, i løbet af processen har projektet ligeledes bidraget til at emancipere den økologiske forbruger. En emancipation, der er i tråd med den sen- eller postmoderne samfunds Zeitgeist, der hælder mod at favorisere det deliberative og partcipatoriske offentlige engagement. Og med denne sidste indsigt som – takket være MultiTrust – nu er teoretisk velfunderet og empirisk substantieret har MultiTrust ikke blot indfriet de mål, det satte sig, det har også lagt grunden for fremtidige interdisciplinære projekter udi den kompleksitet, som multikriterielle helhedsvurderinger og kommunikation af økologiske fødevarer-systemer opviser.