

*Базік Ірина (Одеса) – студентка факультету іноземної філології Університету Ушинського;*

*Петінова Оксана Борисівна (Одеса) – кандидат філософських наук, доцент кафедри філософії, соціології та менеджменту соціокультурної діяльності Університету Ушинського.*

## **ГЕНЕТИЧНО МОДИФІКОВАНІ ПРОДУКТИ – «ЗА» І «ПРОТИ» (на матеріалах соціологічного дослідження)**

Генетично модифіковані продукти – це тема, що стосується кожного, адже люди споживають їжу кожного дня незалежно від статі, віку та соціального статусу.

Щоб задовольнити свої потреби та покращити умови життя, людство, за допомогою свого інтелекту, дедалі активніше втручається в природне середовище, змінюючи його структуру та порушуючи стабільність екологічної системи. Розвиток цивілізації та досягнення науково-технічного прогресу невпинно загострюють взаємовідносини між природою і суспільством.

Останніми роками у пресі та по телебаченню дедалі частіше з'являється інформація про генетично модифіковані продукти. У світі існують як прибічники цієї категорії продукції, так й затяті противники.

Прибічники і науковці, які розробляють генетично модифіковану продукцію, вважають її хіба що не панацеєю від голоду й хвороб. Противники звинувачують творців генетично модифікованих продуктів у нищенні здоров'я людей та погіршення екологічної ситуації на планеті Земля.

Метою соціального дослідження було дослідити та з'ясувати характер відношення населення стосовно генетично модифіковані продукції. Об'єктом дослідження стали жителі України, а конкретно міста Одеса, Одеської області. У дослідженні приймали участь випадково обрані респонденти не залежно від статі віком від 20 до 80 років, різних фахових направленостей. Предмет дослідження – ставлення респондентів до генетично модифіковані продукції.

На основі проведеного опитування та аналізу емпіричних даних ми дійшли наступних висновків щодо гіпотез дослідження.

Перша гіпотеза, що у ЗМІ деколи з'являється інформація щодо ГМО, тому люди повинні мати належний рівень знань щодо особливостей генетично модифікованих продуктів та емульгаторів підтвердилася. Більшість респондентів, а саме 34% не проявляють достатню зацікавленість здоровим харчуванням та ГМ-продуктами, але знають про існування генетично модифікованих продуктів. Абсолютна більшість зазначили, що ГМО шкідливе, тим самим виступаючи «проти» його застосування виробниками. Несподівано, майже 18% зовсім байдуже до цього питання.

Наша друга гіпотеза про те, що кожен із респондентів зацікавлений своїм здоров'ям, тому вони повинні мати належний рівень знань щодо корисного харчування та планувати свій збалансований раціон підтвердилась лише частково. 40% респондентів купують продукти керуючись смаком, низькою калорійністю, гарною упаковкою, але не корисністю та натуральністю. У людей не вистачає часу та грошей купувати продукти у фермерів, піклуватися про збалансований раціон. Немалий відсоток громадян не переймаються цим питанням взагалі. Але в цілому картина не така негативна, адже доволі багато відповідей продемонстрували, що люди намагаються харчуватися вдома і перевіряти якість запропонованих продуктів перед споживанням.

Ми очікували, що аудиторія не підтримує існування ГМО та буде уникати купівлі продуктів сумнівної якості. Цю думку можна упевнено підтвердити, так як 66% опитаних громадян намагаються стримувати свої бажання поласувати чіпсами,

солодкими напоями та їжею швидкого приготування.

Стосовно третьої гіпотези – кожен хоче отримувати найкраще з продуктів харчування, тому більшість людей уважно обирають продукти, перевіряючи склад та виробника кожного товару, результати виявилися неоднозначними.

Майже 40% респондентів не перевіряють склад продуктів, не звертають увагу на стікери. Абсолютно усі респонденти хоча б інколи купували некорисні продукти з емульгаторами у складі. Це свідчить зовсім не про байдужість людей, а про хитрощі, якими користуються виробники заради вигоди. Вони додають консерванти до нібито корисних продуктів, щоб знизити витрати на виробництво, приховують факти від споживачів, пишуть склад дрібними літерами, щоб неможливо було прочитати.

Четверта гіпотеза, що респонденти обізнані про хвороби, які можуть викликати генетично модифіковані продукти – підтвердилася. Лише 12% людей залишились байдужими до цього питання. Не зважаючи на середню інформованість людей з теми ГМО, вони налякані страшними хворобами, які викликають штучні продукти. Про це свідчать відповіді на запитання №20 у якому усі запропоновані відповіді, окрім останньої, набрали рівну кількість відповідей. Люди не впевнені, що саме викликає ГМО, але знають, що це небезпечно. Остання відповідь, що ГМО не викликає жодних захворювань залишалась майже без підтримки (4%).

Більшість громадян, а саме 66%, не готові платити більше за ЕКО продукти або просто не вірять у це. Взагалі, ціна не стала вирішальним показником у питаннях вибору товарів. Лише 24 % респондентів довіряють дорогим продуктам більше ніж звичайним. Українські товари здаються більш натуральними ніж китайські та американські. Усі ці дані свідчать про те, що зараз не існує єдиного ставлення щодо того, які продукти є більш якісними.

ЗМІ та реклама контролює увагу людей. Позитивним виявився той факт, що все ж таки людям не відають перевагу заграничним товарам, адже як показує статистика, виробники інших країн реалізує багато небезпечного товару в Україні. Доволі дорогі продукти від таких виробників, як Hershey's, Heinz Foods, Nestle, McDonald's та ін. можуть бути небезпечними для здоров'я.

П'ята гіпотеза – респонденти будуть зацікавлені у збільшенні рівня інформованості українців у поставленому питанні, підтвердилася повністю. Переважна більшість людей (72%) хотіли б покращити поінформованість українців з питання генетично модифікованих продуктів та здоровим харчуванням. Респонденти вважають, що інформацію про ГМ-продукти потрібно освітлювати у всіх можливих засобах ЗМІ, такі як Інтернет, телебачення, газети та радіо, розповідати у державних закладах.

На основі дослідження ми дізналися, що більшість респондентів мають серйозне ставлення до питання харчування та свого здоров'я. Громадяни не вірять у позитивні зміни у майбутньому та припускають, що ситуація погіршиться та на ринку не залишиться натуральних продуктів. Через те, що громадяни мають певною мірою недостатньо знань з тих чи інших питань, це в свою чергу робить їх ставлення доволі невизначеними та неоднозначними. Непоінформованість позбавляє громадян можливості навчитися обирати якісні товари та збалансувати своє харчування.

Отже, маємо наступні висновки:

1) Респонденти мають середній рівень знань стосовно ГМ-продуктів, тому необхідна пропаганда підвищення знань з цього питання.

2) Опитані громадяни мають необхідну кількість знань про здорову їжу.

3) Більшість людей не уважно обирають продукти, не перевіряють склад та виробника кожного товару.

4) Аудиторія не підтримує застосування генної інженерії під час виробу продуктів харчування та поінформовані стосовно впливу модифікованої їжі на здоров'я.

5) Люди не впевнені у системі перевірки продуктів в Україні. Респонденти вважають, що українці погано поінформовані про вплив ГМО, тому пропонують частіше підіймати це питання у ЗМІ.