

17^{та} научна конференция на Българския контактен център на
Европейския орган по безопасност на храните към Центъра за оценка на
риска по хранителната верига

«Силата на науката за безопасно бъдеще»



ГЕНЕТИЧНО МОДИФИЦИРАНИ ОРГАНИЗМИ: НАГЛАСИ, ДОВЕРИЕ И АКТУАЛНИ ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА ПРЕД ПОТРЕБИТЕЛИТЕ В БЪЛГАРИЯ

гл. ас. Д. Димбарева,
дб, дм

проф. Цв. Георгиева,
дм

гл. експ. Кр. Василева

гл.ас. Е. Кузова, дм

гл.експ.Ст. Арсова

София, 15 май 2025 г.

Проблемът:

- Съвременното развитие на биотехнологиите е довело до въвеждане на генетично модифицирани организми (**ГМО**) в **селското стопанство** и **хранителната индустрия**, предизвиквайки значителен интерес и **дебати** сред обществото;
- **Ползи** - икономическа, селективна, фармацевтични, екологична;
- **Предизвикателства** - Етични, социални и природосъобразни.



ГМО – революция в селското стопанство и хранителната индустрия

Първите експерименти с генетично модифицирани организми (ГМО) започват през 1970-те и 1980-те години.

1982 FDA одобрява първия потребителски ГМО продукт, разработен чрез генно инженерство: човешки инсулин за лечение на диабет

Първите комерсиално достъпни ГМО продукти се появяват през 90-те години.

1994 Първият ГМО продукт - ГМО домати - става достъпен за продажба

- В световен мащаб генетично модифицираните (ГМ) растения се отглеждат за търговски цели в 29 страни на повече от 190 милиона хектара.





Цел

Целта на настоящето изследване е да се оценят степента на информираност и възприятията на българските потребители относно генномодифицираните организми като цяло.



Задачи

1. Провеждане на анкета сред **потребителите**, за да се разбере тяхната **информираност** и **нагласи** **относно генетично модифицираните организми**.
2. **Формулиране на препоръки** за подобрене на комуникацията и разбирането за ГМО.

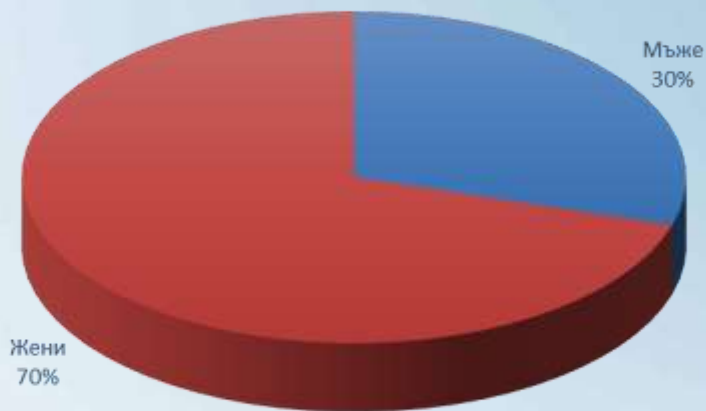
Обект на изследването

- Проведена е анкета сред **167 потребители в България**, която включва въпроси, обхващащи различни аспекти като ниво на информираност и общи възгледи относно продуктите на модерните биотехнологии.



Характеристика на участниците в изследването

167 потребителя в България - 70% жени, 30% мъже



■ Мъже ■ Жени

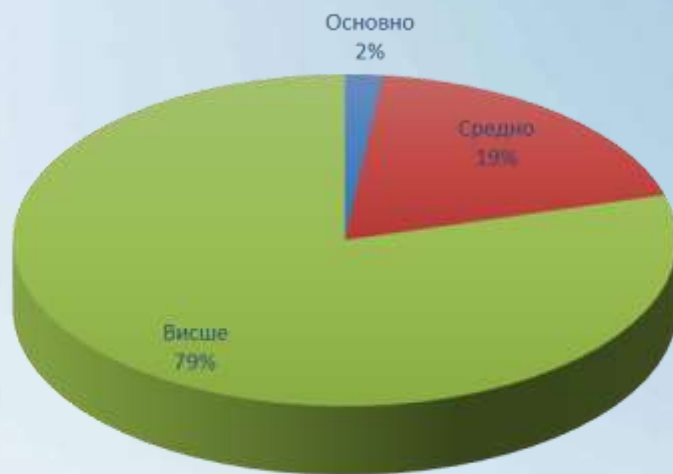
Най-голямата група от анкетираните са на възраст между **30–40 години** – 33%.



■ 18-20 години ■ 20-30 години ■ 30-40 години ■ 40-50 години
■ 50-60 години ■ 60-70 години ■ над 70 години

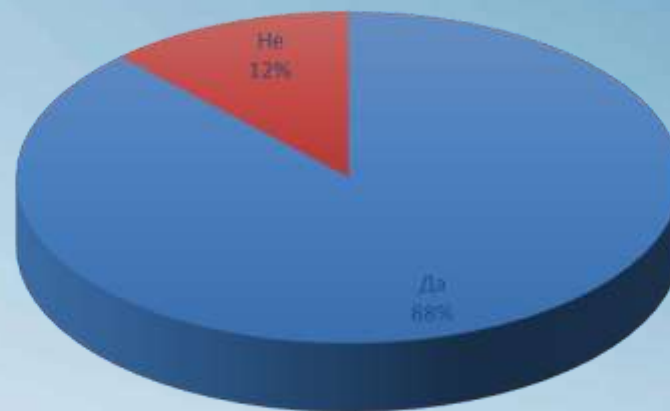
Характеристика на участниците в изследването

79% от анкетираните имат **висше** образование, 19% - средно и само 2% - основно



■ Основно ■ Средно ■ Висше

88% от анкетираните **работят** към настоящият момент, 12% - не



■ Да ■ Не

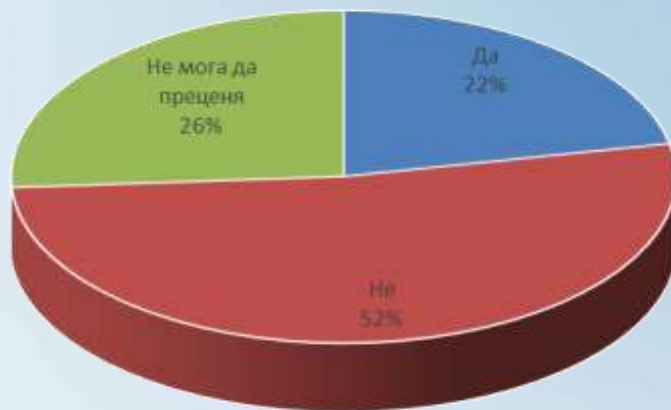
Осведоменост на анкетираните относно аббревиатурата „ГМО“



■ Да ■ Не

- **високата степен на осведоменост;**
- може да се отрази положително върху обсъжданията и решенията, свързани с ГМО

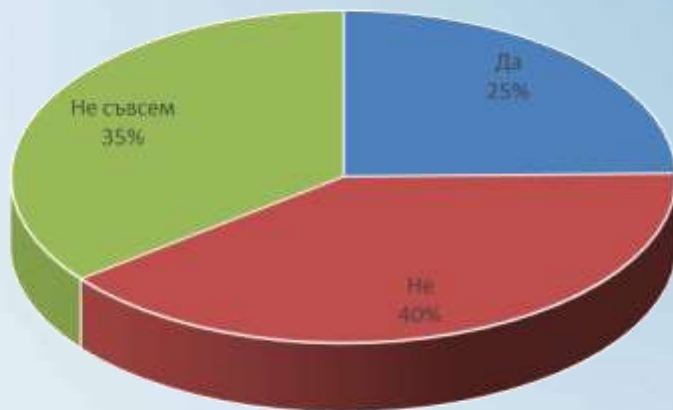
Доверие на потребителите относно безопасността за консумация на ГМО продуктите



■ Да ■ Не ■ Не мога да преценя

- значителен процент от обществото, което изразява **загриженост и съмнения** относно **безопасността** на тези продукти;
- липса на доверие в научноизследователските организации, регулаторните органи или производителите на ГМО

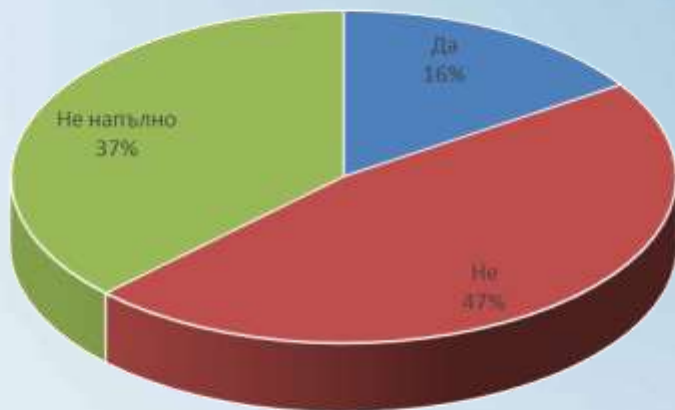
Доверие на потребителите към етикетите, които указват дали продуктът съдържа ГМО съставки



■ Да ■ Не ■ Не съвсем

- Значителен процент от анкетираните **не се доверяват** изцяло на етикетите – 40%
- 35% нямат пълно доверие в тях
- недоверие или несигурност относно прозрачността на информацията
- **неяснотата около правилата** за етикиране на ГМО в различните страни.

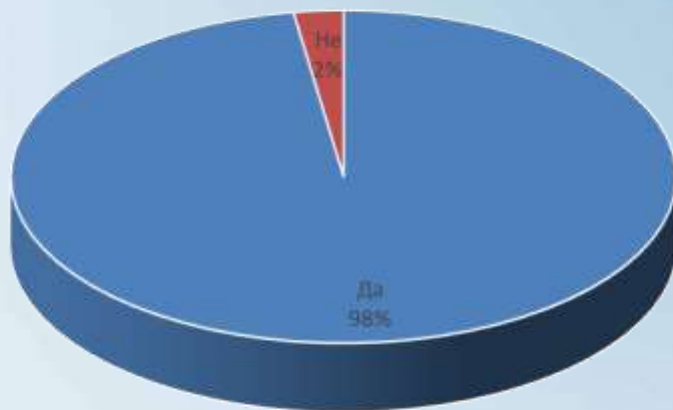
Осведоменост на потребителите относно законодателството, регулиращо етиктирането на ГМО в България



■ Да ■ Не ■ Не напълно

- Почти половината от анкетираните (47%) **не познават законодателството, регулиращо етиктирането на ГМО в България**
- значителен процент (37 %) **не го познават напълно**

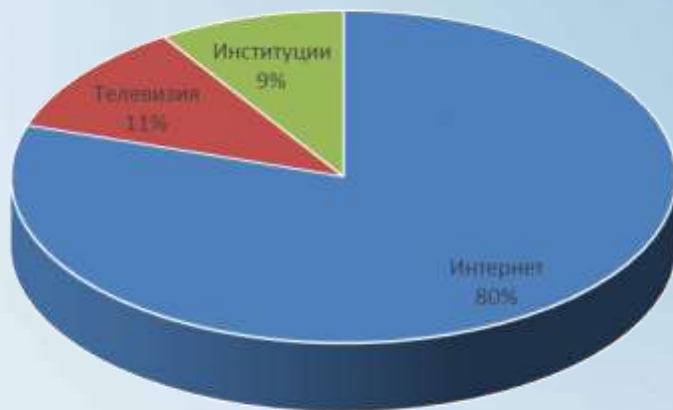
Нужда от по-добра информираност относно ГМО според потребителите



■ Да ■ Не

- Фактът, че 98% смятат, че обществото трябва да бъде по-добре информирано относно ГМО, показва широкото съгласие относно **необходимостта от повишаване на осведомеността и образованието** на обществото по този въпрос.

Основен източник на информация относно ГМО сред потребителите в България



■ Интернет ■ Телевизия ■ Институции

- 80% посочват **интернет** - подчертава важността на онлайн медиите за разпространение на знания и информация по темата;
- Само 11% посочват **телевизията** - може да отразява намаления интерес към телевизионните медии като източник на новини и информация;
- Едва 9% посочват **институции** - може да отразява липсата на доверие или достъпността на такива институции за обществото.

Обща позиция относно използването на ГМО в храните според потребителите в България



■ Положителна ■ Негативна ■ Не мога да преценя

- Повече от половината от анкетираните - 55% имат **негативна позиция** относно използването на ГМО в хранителните продукти, което подчертава широкото разпространение на **негативните убеждения** и становища в обществото по този въпрос.

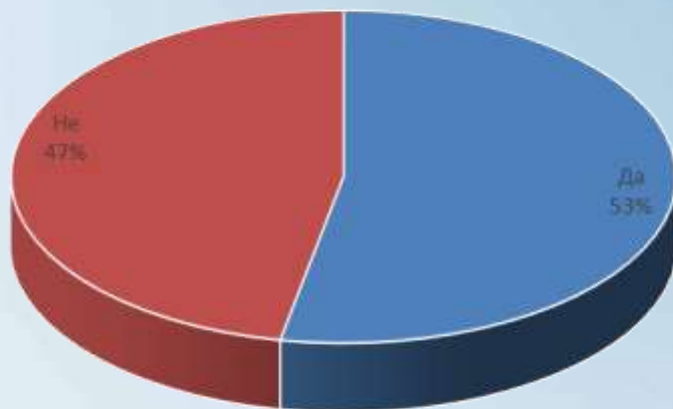
Нужда от повече прозрачност в отношението на производителите към потребителите относно използването на ГМО според потребителите в България



■ Да ■ Няма нужда

- 97% биха предпочели **повече прозрачност** в отношението на производителите към потребителите относно използването на ГМО
- Това може да се дължи на растящата осведоменост и загриженост относно въпроси като безопасността, етиката и въздействието върху околната среда на ГМО технологиите.

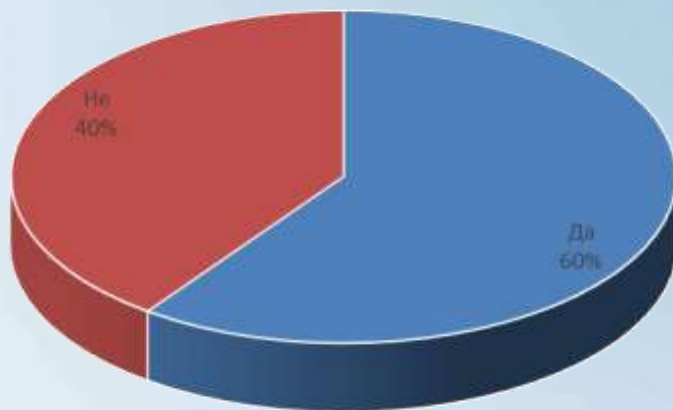
Доверие в научната общност относно безопасността на ГМО според потребителите в България



■ Да ■ Не

- Доверието в научната общност относно безопасността на ГМО е разделен почти на половина;
- Този факт подчертава важността на прозрачността и комуникацията от страна на научната общност, за да се укрепи доверието в научните проучвания и резултатите им;
- **Взаимодействието между науката и обществото е от съществено значение за успешното прилагане на научните открития и решения в реалния свят.**

Информираност на потребителите в България за съществуването на ГМО домашни животни/любимци/растения



■ Да ■ Не

- 60% знаят за съществуването на ГМО домашни животни, любимци или растения, което подчертава **широкото разпространение на информацията** за ГМО в различните аспекти на живота;
- Този факт може да подпомогне **разгръщането на по-широка дискусия относно етичните, социалните и здравни въпроси**, свързани с използването на ГМО технологии в животновъдството, селското стопанство и други области.

Разработени са Препоръки за подобрене на комуникацията и разбирането за ГМО.

1. Ясна и лесно разбираема информация;
2. Образователни Кампании;
3. Участието на обществото;
4. Прозрачност на изследванията;
5. Разнообразни методи на комуникация;
6. Подкрепа на изследванията за безопасност;
7. Постоянен диалог и обновяване;
8. Балансиране на рисковете и ползите.



Bulgarian One Health Journal, 2025, Volume 1, 1

1-13

ISSN 3033-0408 <https://doi.org/10.59496/20251PUH1> Original article

RECOMMENDATIONS FOR IMPROVING GMO COMMUNICATION AND UNDERSTANDING

Donka Dimbareva*, Tzveta Georgieva

National Center of Public Health and Analysis

d.dimbareva@ncpha.government.bg*

Summary

This article presents research aimed at building more effective methods for communicating and understanding genetically modified organisms (GMOs). The study covers an analysis of the existing challenges in the area of communication about GMOs, including the lack of clarity and trust among the public. Specific recommendations for improving communication strategies and approaches are presented, including emphasis on educational and informational campaigns, use of scientific facts, and clear, understandable language concepts. The article also discusses the importance of involving the general public and stakeholders in the GMO dialogue by encouraging an open exchange of views and information.

Key words: GMO, communication, understanding, recommendations, public discussion

Introduction

Genetically modified organisms (GMOs) represent a topic of essential importance to modern society, leading to various debates and controversies (Scott et al. 2018), (Tchórz et al. 2012), (Teferra, 2021), (Tsatsakis et al. 2017). Although GMO research and development has the potential to bring significant benefits to the food and environmental sectors, communication about it often faces challenges (Hug, 2008). A lack of clarity, understanding and public trust creates a gap between the scientific community, regulators and the general public.

Focus should be placed on the need to improve communication and understanding of GMOs. (Kolodinsky et al. 2018), (Kolodinsky et al. 2023). Presenting concrete strategies and



Изводи

1. Анкетирането на потребителите е важен инструмент за разбиране на техните информираност и нагласи относно ГМО. Разбирането на опасенията на потребителите може да помогне за формулирането на по-ефективни комуникационни стратегии и политики за ГМО продуктите.
2. Изследването подчертава необходимостта от по-широко разпространение на образователни и информационни инициативи.
3. На базата на анализа и резултатите от анкетите, са формулирани препоръки за подобрене на комуникацията и разбирането относно ГМО, коит включват образователни кампании за потребителите, подобряване на етикетирането на продуктите и укрепване на механизмите за надзор и контрол върху ГМО продуктите на пазара.

Благодаря за вниманието!



<http://www.ncpha.government.bg>

15 Acad. Ivan Geshov Blvd
1431 Sofia
Bulgaria