

Горячева Ольга Николаевна

канд. филол. наук, ФГБОУ ВО «Набережночелнинский институт (филиал) ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет», г. Набережные Челны, Российская Федерация
ORCID: 0000-0002-1156-9679
e-mail: olganikgor@mail.ru

Горячева Софья

Александровна
 студент, ФГБОУ ВО «Казанский национальный исследовательский технологический университет», г. Казань, Российская Федерация
e-mail: s.a.goryacheva@mail.ru
ORCID: 0000-0002-4970-3634

Goryacheva Olga

Candidate of Philological Sciences, Naberezhnye Chelny Institute of Kazan Federal University, Naberezhnye Chelny, Russia
ORCID: 0000-0002-1156-9679
e-mail: olganikgor@mail.ru

Goryacheva Sofya

Student, Kazan National Research Technological University, Kazan, Russia
e-mail: s.a.goryacheva@mail.ru
ORCID: 0000-0002-4970-3634

ВАЖНОСТЬ МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ МОЛОДЕЖИ В СФЕРЕ ПИЩЕВОЙ БИОТЕХНОЛОГИИ

Аннотация. Изучено влияние масс-медиа на рынок биотехнологических продуктов. Проанализирована информированность граждан о пищевых технологиях и генно-модифицированных продуктах. Позиция государственных учреждений и научного сообщества в отношении генной инженерии, транслируемая через средства массовой информации, опосредованно влияет на отношение молодежи к генно-модифицированным продуктам. Результаты социологического опроса молодежи выявили важность медийных ресурсов в формировании общественного мнения. В ходе исследования выяснилось, что среди молодежи отношение к генно-модифицированным продуктам во многом определяется экспертными оценками публичных людей и рекламой, которая создает имидж продукта. Актуальность темы заключается в понимании важности информирования населения в вопросах биотехнологии вообще и медиаобразования молодежной аудитории в частности. Проведенное исследование отношения молодежи к генно-модифицированным продуктам и пищевой биоинженерии помогло выявить важность поднятой авторами темы и позволило сформулировать рекомендации по обеспечению комплексной программы повышения медиаграмотности молодежи в вопросах пищевой биотехнологии. Предложения, направленные на обеспечение комплексной программы повышения медиаграмотности, связаны с поиском путей для роста уровня доверия населения к генно-модифицированным продуктам.

Ключевые слова: медиа, биотехнология, генно-модифицированные продукты, PR-продвижение, пищевая промышленность, молодежь, рынок сбыта, образование, генная инженерия, здоровье.

Цитирование: Горячева О.Н., Горячева С.А. Важность медиаобразования молодежи в сфере пищевой биотехнологии // Вестник университета. 2020. № 2. С. 179–185.

IMPORTANCE OF MEDIA EDUCATION FOR YOUNG PEOPLE IN THE FIELD OF FOOD BIOTECHNOLOGY

Abstract. Influence of the media on the market of biotechnological products has been studied. Awareness of citizens about food technologies and genetically modified foods has been analysed. Position of state institutions and the scientific community regarding genetic engineering, broadcast through the media, indirectly affects the attitude of young people to genetically modified foods. The results of a sociological survey of young people and an analysis of media materials have revealed the importance of media resources in shaping public opinion. The study has clarified that among young people the attitude to genetically modified foods is largely determined by expert assessments of public people and advertising that creates the image of the product. The relevance of the issue lies in understanding the importance of informing the population in matters of biotechnology in general and media education of the youth audience in particular. The conducted study on the attitude of young people to genetically modified products and food bioengineering has assisted in revealing the importance of the issue raised by the authors and allowed them to formulate recommendations on providing a comprehensive program to increase youth media literacy in food biotechnology. The proposals aimed at providing a comprehensive program for improving media literacy are related to the search for ways to increase the level of public confidence in genetically modified foods.

Keywords: media, biotechnology, genetically modified foods, PR promotion, food industry, youth, sales market, education, genetic engineering, health.

For citation: Goryacheva O.N., Goryacheva S.A. (2020) Importance of media education for young people in the field of food biotechnology. *Vestnik universiteta*. 1. 2, pp. 179–185. DOI 10.26425/1816-4277-2020-2-179-185



Медиа, как средство массовой информации, играет ключевую роль в создании образа для продажи того или иного товара «апеллирует к личности в совокупности ее социальных ролей» [2, с. 178]. Создается впечатление, что для успешной продажи ключевым фактором становится не качество продукта, а его позиционирование на рынке. В этом случае большая часть успеха компании зависит от рекламы и продвижения. Представители медиа обращаются к чувствам потребителей, чтобы привлечь их внимание.

Актуальность темы базируется на понимании важности информирования населения в вопросах биотехнологии вообще и медиаобразования молодежной аудитории в частности.

Цель работы связана с обоснованием важности медиаобразования в молодежной среде в сфере пищевой биотехнологии и заключается в проведении исследования по выявлению отношения к генетически модифицированным организмам (далее – ГМО) и пищевой биоинженерии среди студентов Набережночелнинского института ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет», что позволит сформулировать рекомендации по обеспечению комплексной программы повышения медиаграмотности молодежи в вопросах пищевой биотехнологии.

Исходя из обозначенной цели, первостепенными задачами можно считать анализ позиций государственных структур и научного сообщества к генной инженерии, изучение отношения молодежи к ГМО, поиск способов повышения уровня доверия населения к генно-модифицированным продуктам.

С момента создания и развития генной инженерии и биотехнологии рынок пищевой продукции наполнился генно-модифицированными овощами и фруктами, а споры об их безопасности не стихают до сих пор [8]. Ученые со всего мира на протяжении более чем 30 лет изучают ГМО и их возможное влияние на здоровье человека. Интерес к возможностям просвещения населения по актуальным вопросам пищевых биотехнологий через медиа среду прослеживается в работах А. И. Курамшина, который разоблачал распространенные страхи обывателей не только в научных и научно-популярных публикациях, но и во время открытых лекций и встреч, посвященных вопросам биотехнологии, А.Ю. Панчина, подготовившего своеобразное пособие потребителя генно-модифицированной продукции, Ф. Фернбаха, Н. Лайта, С. Э. Скотта, Й. Инбара и П. Розина, отмечавших риски распространения информации о ГМО из некомпетентных источников [12; 13; 15; 19]. В статье И. А. Гвоздиковой, А. А. Гущина, А. Ю. Зайцевой актуализируются вопросы образовательно-воспитательной деятельности в отношении генно-модифицированной продукции [4]. Итогом исследования М. Е. Цой и Щеколдина В. Ю. роли рекламы на восприятие детьми нездоровой еды стал вывод о существенном влиянии рекламы в сравнении с информацией, полученной из других источников [18]. Здоровое питание в контексте повседневной жизни россиян было изучено В. Н. Мининой, М. С. Ивановой, Е. Ю. Ганскау, которые отмечают, что чаще всего в качестве основных источников информации о здоровом питании выступают интернет-блоги и социальные сети, публикации в средствах массовой информации, книги, приложения по составлению правильного меню, тематические передачи и фильмы [14].

В медиапространстве часто встречается подмена биотехнологических понятий, использование непонятных рядовому потребителю терминов с целью формирования положительного или отрицательного отклика на продукт в общественной среде. Роль медиа в продвижении продуктов, особенно связанных с питанием, сложно переоценить. При этом достоверность информации о новых пищевых технологиях, распространяемая в медиапространстве, ставится под сомнение, поэтому ведущим методом в исследовании стал опрос молодежи, как основной целевой аудитории. В рекламной кампании, как правило, сообщается о стоимости, потребительской выгоде, натуральности продукта без указания на роль биотехнологии. Речь доходит до абсурдных утверждений о составе продуктов, например, «в магазинах можно встретить поваренную соль (NaCl), шампунь и питьевую воду с маркировкой «без ГМО» [6, с. 440]. Акцентируя внимание потребителя на подобной маркировке «без ГМО» достигаются исключительно маркетинговые цели, предполагающие невежество покупателя. Использование метода анализа медиаресурсов и сравнения статей в средствах массовой информации подтверждает односторонность освещения указанной темы и необходимость целенаправленной работы по медиаобразованию молодежи.

С момента создания и развития генной инженерии и биотехнологии рынок пищевой продукции наполнился генно-модифицированными овощами и фруктами, и у рядового потребителя возник резонный вопрос: «Не является ли генетически модифицированные организмы вредными для здоровья?». Ученые со всего мира на протяжении более чем 30 лет изучают ГМО и их возможное влияние на здоровье человека. Тысячи

исследований и метаанализов указывают на безопасность данной технологии. Но социологические опросы и законы государств в области ГМО по-прежнему отмечают очень низкий уровень доверия населения к генной инженерии. С учетом развития этой технологии и полезности ее для общества, становится важным выяснить отношение людей к ГМО, проанализировать его и найти пути решения проблемы.

Позиция научного сообщества по вопросам ГМО остается относительно стабильной. Американская академия наук 17 мая 2016 г. опубликовала 400-страничный отчет «Genetically Engineered Crops: Experiences and Prospects», в котором отмечается положительное влияние ГМО-культур на окружающую среду и фермерское хозяйство [8].

Политика государства в области генной инженерии и ГМО в России связана с запретом на производство и реализацию подобной продукции, что подтверждается указом президента от 4 июля 2016 о правах в федеральном законе Российской Федерации, согласно которым выращивать ГМО для продажи в России запрещено [17]. Ужесточения в законодательство были введены после соответствующего предложения президента в сентябре 2013 г. в постановлении правительства РФ от 23 сентября 2013 г. № 839 [1]. Основной причиной моратория на выращивание ГМО стало беспокойство членов Государственной думы о негативном влиянии данной технологии на окружающую среду. Про негативное влияние генно-модифицированных продуктов на человеческий организм ничего сказано не было. Подобный мораторий действует также в странах СНГ. Из этого следует, что правительство пока не готово к выращиванию ГМО в РФ. Однако на данный момент Российская академия наук выпустила меморандум, в котором призывает правительство отменить мораторий на выращивание ГМО [3].

В то же время передовые пищевые технологии активно осваивают в зарубежных странах. Китай в настоящее время ведет политику осторожного введения ГМО продукции в страну. Таким образом, довольно большая часть риса на прилавках магазинов заменяется генетически модифицированным сортом «золотого риса». Это связано с тем, что в рационе китайцев очень мало витамина а, из-за чего у части населения Китая развивается авитаминоз. После внедрения «золотого риса» уменьшилось количество больных авитаминозом и существенно уменьшилось количество случаев детской слепоты. Высокий уровень доверия к генно-модифицированным продуктам у населения связан с активной просветительской работой, в том числе и через медиаресурсы.

Расхождение мнения ученых с мнением простого населения обусловлено в первую очередь непониманием и недостаточной информированностью последнего. Многие люди не понимают, что ГМО и результаты селекции идентичны. Разница лишь в том, что генотип селективных растений меняется постепенно и при помощи скрещивания, а генотип генно-модифицированных продуктов меняется искусственно и точно. Результатом селекции советских фермеров стали заросли борщевика, в то время как современные биотехнологии предоставляют инструменты для точного изменения генотипа и фенотипа организма. Также можно отметить государственный контроль в Российской Федерации не только за биотехнологическими разработками, но и маркировкой продуктов, в то время как «в США маркировка не требуется» [8].

Ведущие научные журналы публикуют мнения ученых о вопросе биотехнологий. Е. Клещенко критикует работу первой российской исследовательницы ГМО И. В. Ермаковой о вреде подобных продуктов (проводился эксперимент на крысах, питающихся генно-модифицированной соей) [10]. Популяризации научных идей в сфере пищевой биотехнологии посвящено интервью [11], в котором дискуссия развивается в научном русле и изобличаются мифы о вредности ГМО.

А. Мосов, руководитель экспертного направления НП «Росконтроль», в своем интервью отметил, что часто надпись «не содержит ГМО» является маркетинговым ходом, чтобы покупатель воспринимал продукт как более натуральный» [9].

В «Вечерней Москве» в 2019 г. было опубликовано интервью с доктором биологических наук, проректором по научной работе ФГАОУ ВО «Российский национальный исследовательский медицинский университет имени Н. И. Пирогова» Д. Ребриковым, который отмечает: «В будущем люди будут спокойно потреблять продукты с ГМО, зная, что они экологически чистые, не содержат каких-либо химикатов» [16].

Как и в любом неоднозначном вопросе всегда будут лоббисты и популяризаторы обеих точек зрения. Статус личности, продвигающей ГМО, ее образование и сфера деятельности придает весомость предоставляемой информации. Ведущие ученые активно популяризируют исследования генно-модифицированных продуктов и освещают положительные стороны их использования. Многие открыто заявляют в интервью

о надуманности вреда генной инженерии и предостерегают средств массовой информации от попыток создания негативного образа продукта.

В свете популярности новых технологий свое место на рынке сбыта нашли и продукты биотехнологии. Для подростков и молодежи рекламные материалы размещаются в социальных сетях, для привлечения внимания людей среднего возраста эффективно апеллировать к научным данным, использовать цифры и графики в рекламных буклетах. Старшее поколение отдает предпочтение товарам, для продвижения которых делается акцент на длительную историю предприятия и соблюдение ГОСТов.

В июле 2018 г. Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ) провел социологическое исследование об отношении россиян к ГМО. О том, что продукты с ГМО представляют угрозу человеческому организму сообщили 79 % опрошенных. Из них 84 % – люди со средним образованием. Те, кто еще не окончил школу, говорят об этом реже – в 71 % случаев. Каждый 10-й россиянин считает, что генно-модифицированные продукты абсолютно безопасны для потребления (12 %), из них большинство – люди с неполным образованием (20 %) [7]. В связи с этим для формулирования рекомендаций по повышению медиаграмотности в вопросах пищевой биотехнологии перспективным представляется выявление мнения молодежи о данной сфере.

Для выявления общественного мнения в 2019 г. проведен опрос студентов (100) человек экономического отделения Набережночелнинского филиала Казанского федерального университета. Респондентам были предложены вопросы с вариантами ответов «да» или «нет», опрос проводился анонимно. Респондентам было предложено 5 вопросов.

1. Считаете ли вы, что ГМО наносит вред организму человека?
2. Считаете ли вы, что продукты, содержащие гены, необходимо маркировать?
3. Обращаете ли вы внимание на наличие в составе продукта ГМО?
4. Остановит ли вас от покупки продукта наличие в его составе ГМО?
5. Что влияет на ваш выбор продуктов питания?

Оценивая безопасность ГМО, 71 % участников заявили об уверенности в том, что генно-модифицированные продукты вредят человеку, 29 %, считают ГМО безопасными. По результатам опроса 75 % опрошенных убеждены в том, что продукты, содержащие гены, нужно маркировать.

При анализе полученных в ходе опроса данных возникает вопрос, почему в обществе преобладает такое негативное мнение к данной технологии. А. Ю. Панчин видит причину этого в банальном непонимании принципов работы генной инженерии. Эту точку зрения подтверждают ответы на второй вопрос. По мнению большинства, маркировать соответствующим знаком нужно абсолютно всю продукцию, которая содержится на прилавках магазинов. Среди студентов 75 % опрошенных выступили за маркировку продуктов, содержащих гены, что указывает на то, что лишь 25 % опрошенных понимает, что гены есть во всех живых организмах. Натурального они или искусственного происхождения, но ДНК и гены есть везде. Таким образом, оба этих вопроса показывают очень низкий уровень доверия населения к продуктам генной инженерии. Однако стоит отметить, что результаты опроса среди студенческой группы показывают несколько лучшее отношение опрошенных к генно-модифицированной продукции, что с учетом среднего возраста опрошенных указывает на небольшое повышение доверия к ГМО среди молодого поколения.

При изучении целеполагания респондентов при выборе продуктов питания, удалось узнать, что лишь 22 % обращают внимание на информацию о содержании ГМО в составе продукта. При этом 62 % признались, что наличие в составе продукта ГМО остановит их от покупки.

Большинство опрошенных выбирают продукты питания в соответствии с устоявшимися пищевыми привычками, 40 % следуют образцу питания, заложенному в семье, 32 % опрошенных отметили влияние на свое питание друзей и модных пищевых тенденций, что привело к кардинальным переменам в выборе продуктов, по сравнению с товарами, которые приобретают их родственники. Реклама (в основном в социальных сетях) иногда побуждает попробовать товары из «новой линейки» – об этом сообщило 28 % респондентов. Чаще всего эти продукты не относятся к необходимому минимуму (йогурты, шоколад, энергетические напитки, жвачки, мороженое). Во время посещения кафе и ресторанов студенты в первую очередь оценивают ценовой диапазон блюд (60 %), затем их питательность (размер порции, возможность насытиться) (26 %), а также красоту интерьера и оригинальность подачи блюда (14 %).

Как следует из материалов проведенного исследования, большинство студентов негативно относится к ГМО, получая информацию из медиаресурсов. Во многом страхи перед ГМО – следствие незнания биологии и непонимания принципов генной инженерии. Справедливо утверждение «в современных условиях все чаще восприятие медиатекста происходит с учетом фоновой информации... Противостоять процессу эксформации возможно, если ориентироваться на научную картину мира и фундаментальные знания» [5, с. 30]. В этом случае медиаобразование играет значимую роль в формировании отношения людей к определенным терминам, которые не были грамотно введены в массы. Для решения данной проблемы возможно изучение и использование опыта других стран.

Осознавая важность медиаобразования молодежи по вопросам пищевой биотехнологии, учитывая полученные в ходе исследования данные, считаем, что в целях обеспечения комплексной программы по повышению медиаграмотности в вопросах пищевой биотехнологии необходимо:

- обеспечить население достоверными источниками информации;
- создать единые нормы контроля, которые позволяли бы давать необходимую оценку безопасности продукции;
- обращаться к независимым компаниям и экспертам для достоверности последующих исследований ГМО, так как недоверие к имеющимся на данный момент результатам во многом связано со спонсорством биотехнологических компаний, продвигающих ГМО;
- привлекать специалистов из смежных областей, в частности для компьютерного моделирования возможных результатов генной модификации;
- финансирование научных исследований в вопросах ГМО;
- выпускать научные передачи на эту тему на телевидении и в сети «Интернет»;
- осуществление согласованной работы научного сообщества и представителей средств массовой информации.

Библиографический список

1. Постановление Правительства РФ от 23.09.2013 № 839 (ред. от 01.10.2018) «О государственной регистрации генно-инженерно-модифицированных организмов, предназначенных для выпуска в окружающую среду, а также продукции, полученной с применением таких организмов или содержащей такие организмы, включая указанную продукцию, ввозимую на территорию Российской Федерации» // СПС «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_152217 (дата обращения: 24.12.2019).
2. Андросова, В. Н. Роль средств массовой информации в формировании трезвого здорового образа жизни // Здоровая семья – здоровые дети: сборник материалов республиканского семинара для родителей. Якутск, Северо-Восточный федеральный университет имени М. К. Аммосова, 20 декабря 2013 г.; под ред. М. И. Баишевой. – Киров: МЦНИП, 2014. – С. 178-179.
3. В поддержку генной инженерии: комиссия РАН по борьбе с лженаукой опровергнет вред ГМО // RT на русском [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://russian.rt.com/science/article/361235-komissiya-ran-lzhenauka-gmo> (дата обращения: 26.12.2019).
4. Гвоздикова, И. А., Гущина, А. А., Зайцева, А. Ю. Управление инновациями в обеспечении продовольственной безопасности генетически модифицированных продуктов питания // Вестник университета. – 2015 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/upravlenie-innovatsiyami-v-obespechenii-prodovolstvennoy-bezopanosti-geneticheski-modifitsirovannyh-produktov-pitaniya> (дата обращения: 26.12.2019).
5. Горячева, О. Н., Гунько, О. Г. Эксформация в средствах массовой информации // Международный научно-исследовательский журнал. – 2016. – № 5-2 (47). – С. 28-30.
6. Горячева, О. Н., Горячева, С. А. Влияние медиа на отношение населения к ГМО // Медиаобразование: векторы интеграции в цифровое пространство / Челябинский государственный университет. – Челябинск, 2019. – С. 438-442.
7. ГМО, ВИЧ, прививки: мифы и реальность // Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ), 2018 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=9233> (дата обращения: 27.12.2019).
8. ГМО есть или не есть? // ФБУЗ «Центр гигиенического образования населения» Роспотребнадзора [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cgon.rosпотребнадзор.ru/content/62/283/> (дата обращения: 25.12.2019).
9. Кленова, Т. Опасны ли продукты с ГМО? // The village [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.the-village.ru/village/food/true-or-false-food/239621-gmo> (дата обращения: 24.12.2019).

10. Клещенко, Е. ГМ-продукты: битва мифа и реальности // Химия и Жизнь. – 2008. – Январь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.hij.ru/read/detail.php?ELEMENT_ID=1100 (дата обращения: 24.12.2019).
11. Кузнецов, В., Баранов, А., Лебедев, В. Генетически модифицированные организмы: наука и жизнь // Наука и Жизнь. – 2008. – Вып. 6. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.nkj.ru/archive/articles/14128/> (дата обращения: 27.12.2019).
12. Курамшин, А. И. 5 мифов про ГМО: насколько велики глаза у страха // Площадь свободы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://svobody.pl/posts/5-mifov-pro-gmo-naskolko-veliki-glaza-u-strakha> (дата обращения: 25.12.2019).
13. Курамшин, А. И. Жизнь замечательных веществ. – М.: Изд-во АСТ, 2019. – 400 с.
14. Минина, В. Н., Иванова, М. С., Ганскау, Е. Ю. Здоровое питание в контексте повседневной жизни россиян // Журнал социологии и социальной антропологии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/zdorovoe-pitanie-v-kontekste-povsednevnoy-zhizni-rossiyan> (дата обращения: 27.12.2019).
15. Панчин, А. Ю. Сумма биотехнологии. Руководство по борьбе с мифами о генетической модификации. – Corpus, 2016. – 432 с.
16. Петрова, Е. Биолог: опасность ГМО – такой же миф, как и вред микроволновок // Вечерняя Москва [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vm.ru/news/580584.html> (дата обращения: 26.12.2019).
17. Путин подписал закон о запрете производства ГМО-продукции в России // РИА Новости, 2016 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ria.ru/20160704/1458582817.html> (дата обращения: 25.12.2019).
18. Цой, М. Е., Щеколдин, В. Ю. Влияние рекламы на восприятие детьми нездоровой еды: предупреждающие и создающие доверие надписи // Вестник НГУЭУ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-reklamy-na-vospriyatie-detmi-nezdorovoy-edy-preduprezhdayushchie-i-sozdayushchie-doverie-nadpisi> (дата обращения: 24.12.2019).
19. Fernbach, Ph. M., Light, N., Scott, S. E., Inbar Y., Rozin P. Extreme opponents of genetically modified foods know the least but think they know the most // Nature Human Behaviour, 2019 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.nature.com/articles/> (дата обращения: 28.12.2019).

References

1. Postanovlenie Pravitel'stva RF ot 23.09.2013 No. 839 (red. ot 01.10.2018) "O gosudarstvennoi registratsii genno-inzhenerno-modifitsirovannykh organizmov, prednaznachennykh dlya vypuska v okruzhayushchuyu sredu, a takzhe produktii, poluchennoi s primeneniem takikh organizmov ili soderzhashchei takie organizmy, vklyuchaya ukazannuyu produktiiyu, vvozimuyu na territoriyu Rossiiskoi Federatsii" [*Decree of the Government of the Russian Federation dated on 23.09.2013 No. 839 (ed. from 01.10.2018) "On state registration of genetically engineered modified organisms intended for release into the environment, as well as products obtained with the use of such organisms or containing such organisms, including specified products imported into the territory of the Russian Federation"*], legal reference system "Consultant plus". Available at: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_152217 (accessed 24.12.2019).
2. Androsova V. N. Rol' sredstv massovoi informatsii v formirovanii trezvogo zdorovogo obraza zhizni [*The role of the media in shaping a sober healthy lifestyle*]. Zdorovaya sem'ya – zdorovye deti. Sbornik materialov respublikanskogo seminar dlya roditel'ei [*Healthy family – healthy children: collection of materials of the Republican seminar for parents*]. Yakutsk, Severo-Vostochnyi Federal'nyi universitet imeni M. K. Ammosova, 20 dekabrya 2013 g. pod red. M. I. Baishevoi. Kirov, MTsNIP, 2014. Pp. 178-179.
3. V podderzhku gennoi inzhenerii: komissiya RAN po bor'be s lzhenaukoi oprovergnet vred GMO [*In support of genetic engineering: a RAS commission to combat pseudoscience will refute the harm of GMOs*]. RT na russkom. Available at: <https://russian.rt.com/science/article/361235-komissiya-ran-lzhenauka-gmo> (accessed 26.12.2019).
4. Gvozdikova I. A., Gushchina A. A., Zaitseva A. Yu. Upravlenie innovatsiyami v obespechenii prodovol'stvennoi bezopasnosti geneticheski modifitsirovannykh produktov pitaniya [*Innovation management in ensuring food safety of genetically modified foods*]. Vestnik Universiteta, 2015. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/upravlenie-innovatsiyami-v-obespechenii-prodovolstvennoy-bezopasnosti-geneticheski-modifitsirovannykh-produktov-pitaniya> (accessed 26.12.2019).
5. Goryacheva O. N., Gun'ko O. G. Eksformatsiya v sredstvakh massovoi informatsii [*Exformation in the media*]. Mezhdunarodnyi nauchno-issledovatel'skii zhurnal [*International Research Journal*], 2016, no. 5-2 (47), pp. 28-30.
6. Goryacheva O. N., Goryacheva S. A. Vliyanie media na otnoshenie naseleniya k GMO [*The influence of media on the attitude of the population towards GMOs*]. Mediaobrazovanie: vektory integratsii v tsifrovoe prostranstvo [*Media education: vectors of integration into the digital space*]. Chelyabinskii gosudarstvennyi universitet. Chelyabinsk, 2019. Pp. 438-442.
7. GMO, VICH, privivki: mify i real'nost' [*GMOs, HIV, vaccinations: myths and reality*]. Vserossiiskii tsentr izucheniya obshchestvennogo mneniya (VTsIOM), 2018. Available at: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=9233> (accessed 27.12.2019).

8. GMO est' ili ne est'? [*GMO to eat or not to eat?*]. Tsentr gigenicheskogo obrazovaniya naseleniya Rospotrebnadzora. Available at: <http://cgon.rospotrebnadzor.ru/content/62/283/> (accessed 25.12.2019).
9. Klenova T. Opasny li produkty s GMO? [*Are GMO products dangerous?*]. Thevillage. Available at: <https://www.the-village.ru/village/food/true-or-false-food/239621-gmo> (accessed 24.12.2019).
10. Kleshchenko E. GM-produkty: bitva mifa i real'nosti [*GM products: the battle of myth and reality*]. Khimiya i Zhizn', 2008, Yanvar'. Available at: http://www.hij.ru/read/detail.php?ELEMENT_ID=1100 (accessed 24.12.2019).
11. Kuznetsov V., Baranov A., Lebedev V. Geneticheski modifitsirovanye organizmy: nauka i zhizn' [*Genetically modified organisms: science and life*]. Nauka i Zhizn', 2008, I. 6. Available at: <https://www.nkj.ru/archive/articles/14128/> (accessed 27.12.2019).
12. Kuramshin A. I. 5 mifov pro GMO: naskol'ko veliki glaza u strakha [*5 myths about GMOs: how big are the eyes of fear*]. Ploshchad' svobody, 2018. Available at: <https://svobody.pl/posts/5-mifov-pro-gmo-naskolko-veliki-glaza-u-strakha> (accessed 25.12.2019).
13. Kuramshin A. I. Zhizn' zamechatel'nykh veshchestv [*Life of wonderful substances*]. Moscow, Izd-vo AST, 2019, 400 p.
14. Minina V. N., Ivanova M. S., Ganskau E. Yu. Zdorovoe pitanie v kontekste povsednevnoi zhizni rossiyan [*Healthy nutrition in the context of everyday life of Russians*]. Zhurnal sotsiologii i sotsial'noi antropologii, 2018. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/zdorovoe-pitanie-v-kontekste-povsednevnoy-zhizni-rossiyan> (accessed 27.12.2019).
15. Panchin A. Yu. Summa biotekhnologii. Rukovodstvo po bor'be s mifami o geneticheskoi modifikatsii [*The amount of biotechnology. Guidance for Combating the Myths of Genetic Modification*]. Corpus, 2016. 432 p.
16. Petrova E. Biolog: opasnost' GMO – takoi zhe mif, kak i vred mikrovolnovok [*Biologist: the danger of GMOs is the same myth as the harm of microwaves*]. Vechernyaya Moskva. Available at: <https://vm.ru/news/580584.html> (accessed 26.12.2019).
17. Putin podpisal zakon o zaprete proizvodstva GMO-produktsii v Rossii [*Putin signed a law banning the production of GMO products in Russia*]. RIA Novosti, 2016. Available at: <https://ria.ru/20160704/1458582817.html> (accessed 25.12.2019).
18. Tsoi M. E., Shchekoldin V. Yu. Vliyanie reklamy na vospriyatie det'mi nezdorovoi edy: preduprezhdayushchie i sozdayushchie doverie nadpisi [*The effect of advertising on children's perception of unhealthy foods: warning and confidence-building inscriptions*]. Vestnik NGUEU [*Vestnik NSUEM*], 2016. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-reklamy-na-vospriyatie-detmi-nezdorovoy-edy-preduprezhdayushchie-i-sozdayushchie-doverie-nadpisi> (accessed 24.12.2019).
19. Fernbach, Ph. M., Light, N., Scott, S. E., Inbar Y., Rozin P. Extreme opponents of genetically modified foods know the least but think they know the most. *Nature Human Behaviour*, 2019. Available at: <https://www.nature.com/articles/s> (accessed 28.12.2019).