

ЖРН-АБП

**ГАСТРОНОМІЧНА ЖУРНАЛІСТИКА
ТА ДОСТОВІРНІСТЬ ІНФОРМАЦІЇ:
СПЕЦИФІКА ДОТРИМАННЯ ЖУРНАЛІСТСЬКОГО СТАНДАРТУ**

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ВІД ЖУРНАЛІСТИКИ ПРО ЇЖУ ДО КУЛЬТУРИ ХАРЧУВАННЯ: ДОСТОВІРНІСТЬ ЯК ФУНДАМЕНТАЛЬНА ВИМОГА ЯКІСНОГО ІНФОРМУВАННЯ.....	5
1.1. Достовірність та інші стандарти журналістики: компаративний підхід.....	5
1.2. Гастрономічна журналістика: розкриття поняття крізь призму журналістських жанрів, функцій журналістики та потоків інформації у ЗМІ.....	8
РОЗДІЛ 2. НАУКОВО-ПРОСВІТНИЦЬКА СТАТТЯ ЯК ЦЕНТРАЛЬНИЙ ЖАНР ГАСТРОНОМІЧНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ: ПРОБЛЕМА ДОСТОВІРНОГО ІНФОРМУВАННЯ.....	15
2.1. Недостовірно або «напівдостовірно»: види і причини порушення стандарту журналістики в гастрономічних матеріалах ЗМІ.....	15
2.2. Алгоритм дотримання стандарту достовірності у гастрономічних статтях.....	21
ВИСНОВКИ.....	28
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	31

ВСТУП

Актуальність теми. Журналістика про їжу або, як її ще називають, гастрономічна журналістика – у всьому різноманітті складових цього явища – є відносно новою, але прогресивною галуззю журналістської діяльності. Своєю популярністю відповідні тексти завдячують одразу кільком трендам сучасності: моді на здоровий спосіб життя, де здорове харчування пріоритетний чинник; зростанню кількості прихильників вегетаріанського та веганського світоглядів, основою чого можуть бути найрізноманітніші цінності – і здоров'я людини в тому числі; розвитку туризму, невід'ємною складовою якого є пізнання національних кулінарних традицій народів світу. Не можна оминати увагою і такі два чинники, як активність ресторанного бізнесу, рекламні матеріали про діяльність якого є важливою частиною піару того чи іншого закладу, а також сплеск кулінарного блогінгу.

Дослідження гастрономічної журналістики – головнo ж науково-просвітницьких статей про їжу – на предмет достовірного інформування про властивості тих чи інших харчів актуальне власне у зв'язку з активними попитом та пропозицією журналістських матеріалів про харчування. Питання про їх інформаційну якість – це питання про те, чи сприяє українська гастрономічна журналістика формуванню культури харчування, а чи, навпаки, спричиняється до закладання стереотипної і фейкової антикультури споживацтва. Цю наукову проблему вважаємо злободенною у журналістикознавстві, що й актуалізує проведення наукового дослідження.

Мета наукової роботи – окреслення моделі культури харчування, яку формує українська гастрономічна журналістика, та алгоритму корисного журналістського інформування про їжу.

Досягнення мети передбачає виконання таких **завдань**:

- ознайомитися із засадами якісного журналістського інформування – стандартами журналістики;

- з'ясувати, який із стандартів журналістики є фундаментальним та основоположним;
- вивчити історію розвитку поняття «гастрономічна журналістика» та історіографію відповідної наукової проблеми;
- дослідити гастрономічну журналістику крізь призму жанрів та функцій журналістики, а також потоків інформації у ЗМІ;
- визначити основні помилки, яких допускаються українські журналісти при написанні гастрономічних науково-просвітницьких статей;
- встановити причини, які призводять до порушення журналістами стандартів достовірного інформування у матеріалах на гастрономічну тематику;
- сформулювати методичні рекомендації для журналістів щодо якісного достовірного інформування у гастрономічній науково-просвітницькій журналістиці.

Об'єкт дослідження – журналістські науково-просвітницькі статті на гастрономічну тематику.

Предмет дослідження – стандарт достовірності, причини його порушення та способи дотримання у науково-просвітницьких матеріалах про їжу.

Джерельну базу дослідження становлять такі онлайн-видання: *Fresco by Silpo* («журнал про їжу в усіх її проявах»), *PostEat* («профільне гастрономічне видання для прогресивних, інтелігентних людей з європейськими цінностями, які хочуть бути в курсі головних гастроподій країни та світу»), рубрика *FoodOboz* Інтернет-сайту *OBOZREVATEL.com*, а також відділення Британської Телерадіомовної Корпорації *BBC News Україна*.

Методи дослідження: аналіз, синтез, порівняння, індукція, дедукція, класифікація, моніторинг, історичний метод та інші.

Структура наукової роботи. Дослідження складається зі вступу, двох розділів, кожен із яких поділяється на два підрозділи, висновків, списку використаної літератури (45 позицій). Загальний обсяг наукової роботи становить 30 сторінок.

РОЗДІЛ 1. ВІД ЖУРНАЛІСТИКИ ПРО ЇЖУ ДО КУЛЬТУРИ ХАРЧУВАННЯ: ДОСТОВІРНІСТЬ ЯК ФУНДАМЕНТАЛЬНА ВИМОГА ЯКІСНОГО ІНФОРМУВАННЯ

1.1. Достовірність та інші стандарти журналістики: компаративний підхід

Зважаючи на високий рівень соціальної відповідальності професії, журналісти у своїй діяльності повинні керуватися професійними стандартами журналістики. Стандарти є фундаментом діяльності журналіста, а їх появою ми багато в чому завдячуємо ВВС, яка першою почала працювати на засадах публічного мовлення [8].

В Україні журналістські стандарти не закріплені на рівні держави. Тому їх дотримання є питанням етики, а в законодавстві вони згадуються лише побіжно (п. «в» ст. 59, п. «б» ч. 1 ст. 60 ЗУ «Про телебачення і радіомовлення» [14], п. 2 ч. 3 ст. 26 ЗУ «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні» [15]) [41].

Доступ до професії журналіста в Україні є вільним, тобто не потрібно мати фахову освіту, бути членом професійного об'єднання та ін., щоб працювати журналістом. З одного боку, це дуже ліберально, а з другого – загрожує ризиками неякісного та недобросовісного функціонування інформаційного простору. Ця проблема особливо загострилася із розвитком Інтернет-технологій, що призвело до появи «нових медій», тобто сайтів, які позиціонують себе як ЗМІ або ж фактично виконують такі функції. Цьому новому сектору медіасфери законодавчої урегульованості бракує передусім.

Проте, якщо ще кілька років тому про важливість дотримання професійних стандартів ще велися дискусії [35], то тепер про них говорять ще частіше та серйозніше. Речниця Офісу Президента, Юлія Мендель, коментуючи заборону проросійських телеканалів у лютому 2021 року, однією із причин цього

рішення назвала саме недотримання відповідними ЗМІ стандартів журналістики [18].

Більшість українських медійних громадських організацій зійшлися у визначенні шістьох основних професійних стандартів новинної та аналітичної журналістики. Це – оперативність, точність, достовірність інформації, відокремлення фактів від коментарів, повнота інформації та баланс думок і точок зору.

Досліджуючи професійні *стандарти журналістики*, виникає логічне питання – *чи всі вони є однаково важливими*. Очевидно, що наріжним каменем якісної журналістики є стандарт достовірності. Для того, щоб підтвердити цю гіпотезу, застосуємо компаративний підхід, який полягає в отриманні знання про поняття у процесі порівняння його з іншими спорідненими поняттями. Для того, щоб довести гіпотезу, що стандарт достовірності є основоположним, потрібно зіставити його із рештою стандартів.

Стандарт точності є наріжним стандартом інформаційної журналістики і полягає в тому, що ЗМІ повинні поширювати лише правдиву інформацію: передавати факти, а не чутки, і тим більше не фейки. Проте точність є похідним стандартом від достовірності. «До поширення неточної та маніпулятивної інформації можуть призвести ненадійні джерела» [8], – зазначає дослідниця Олена Голуб. Дотримання стандарту точності можна досягти лише дотримавшись стандарту достовірності.

Стандарт балансу думок і точок зору полягає у висвітленні позиції усіх сторін конфлікту. Проте часто, зважаючи на гіпероперативність онлайн-журналістики, позицію протилежної сторони допустимо подавати не в тій же новині, а в наступних. Як зазначає О. Голуб, важливо не просто шукати і подавати позиції сторін конфлікту, а також аналізувати та перевіряти їхню аргументацію, а якщо на це бракує часу, то подавати незалежну експертну оцінку [8]. Як би там не було, основоположним у питанні балансу є факти й

дані. Тобто якщо інформація не є достовірною, то дотримання балансу також втрачає сенс.

Стандарт повноти інформації вимагає максимально повного викладу фактів і бекграунду в матеріалі. Він у багатьох аспектах перегукується із іншими стандартами. Наприклад, із тим же балансом думок – подавати думки усіх сторін; або із достовірністю – перевіряти кожен факт у надійних джерелах, надавати експертну оцінку [8]. Дотримання стандарту повноти у матеріалі, який базується на недостовірній інформації, так само, як дотримання стандарту балансу думок, – не має сенсу. Зрештою, таке «дотримання» є вдаванням і несправжнім.

Відокремлення фактів від коментарів теж є похідним від стандартів достовірності та точності. О. Голуб, описуючи стандарт відокремлення фактів від коментарів, наголошує, що журналіст повинен подавати своїй аудиторії лише факти, думки учасників подій та думки експертів [8]. При цьому кожен факт має компетентне джерело, кожна думка має конкретного автора, а журналіст повинен повідомляти аудиторії джерела, з яких він отримав інформацію. Це і забезпечує відокремлення фактів від оцінок.

Останній стандарт – оперативність подання інформації. О. Голуб наголошує, що оперативності слід дотримуватися не в збиток іншим стандартам. Особливої оперативності вимагає лише інформація подієвого потоку – новини, від яких залежить життя та безпека людей [8]. Але не будучи достовірною, тобто перевіреною, а відтак точною, вона не приносить користі суспільству, а навпаки – шкодить йому.

Достовірність інформації означає якісну перевіреність кожного факту в компетентних щодо цього факту джерелах. Анонімним джерело може бути тільки у випадку, якщо йдеться про суспільно важливу інформацію, а називання цього джерела загрожує його життю, здоров'ю чи професійній діяльності. Такі джерела варто позначати за місцем роботи, наприклад «джерело з МВС»,

«офіційне джерело». Взагалі, анонімні джерела – «найслабша ланка в роботі журналіста» [8], тому їх, при змозі, варто уникати.

Якщо джерелом інформації є наукове дослідження, то при покликанні на джерело необхідно вказувати хто, де та коли його провів. Якщо це соціологічне опитування, то також необхідно вказувати число вибірки та максимально допустиму похибку. У випадку, якщо журналіст бере новину з іншого ЗМІ, то варто перейти на першоджерело й переконатися в достовірності цього джерела, а також упевнитись що в оригінальній новині нічого не змінено. Якщо журналіст бере новину з іншого ЗМІ, яке, зі свого боку, посилається на першоджерело в третьому ЗМІ, коректним буде вказати обидва ЗМІ – і першоджерело, і те медіа, з якого, власне, було взято цю інформацію.

Ненадійними джерелами інформації є соціальні мережі та групи в них. Нерідко українські ЗМІ покликаються на акаунти в соціальних мережах відомих політиків чи міністрів, проте є досить високі ризики, що ці акаунти ведуть не самі політики, а їхні піар-менеджери. Таким чином достовірність навіть таких верифікованих акаунтів є сумнівною.

Потрібно пам'ятати також про те, що джерело інформації має бути не лише надійним, але і компетентним.

Саме достовірність, як підтверджує наша гіпотеза, перевірку якої і здійснено у цьому підрозділі, є фундаментальним стандартом журналістики, який забезпечує головну функцію ЗМІ – доносити до людей лише правдиву інформацію.

1.2. Гастрономічна журналістика: розкриття поняття крізь призму журналістських жанрів, функцій журналістики та потоків інформації у ЗМІ

Перш ніж вивчати проблему достовірності журналістських матеріалів на гастрономічну тематику, варто ознайомитися із загальною історіографією проблеми. Розпочнемо, закономірно, із поняття «гастрономічна журналістика».

Термін «журналістика про їжу» або «гастрономічна журналістика» є новим поняттям. Він виник внаслідок окреслення поняття «гастрономічна культура», яке досліджували культурологи М. Капкан і Л. Ліхачова [20]. Гастрономічну журналістику також називають похідним поняттям від тревел-журналістики, проте така теза поки що не є достатньо обґрунтованою [34].

Наукового журналістикознавчого визначення поняття «гастрономічна журналістика» немає. «Найчастіше під „гастрономічною журналістикою“ розуміють огляди ресторанів та збірники рецептів, але насправді діапазон тем набагато ширший» [33], – пише дослідниця фуд-журналістики Ельміра Сафарова, і додає, що: «Food-журналістика включає в себе і дослідження їжі, і новини про харчове виробництво» [33].

Всеволод Поліщук, головний ідеолог першої в Україні Школи фуд-журналістики і ресторанних комунікацій, певен, що журналістика про їжу – це, щонайменше, два великі пласти: рецептурна та ресторанна журналістика: «Рецептурна журналістика – це, здебільшого, один із двох варіантів: або репортаж, якщо людина пише цікаво, або сміття, якщо це роблять одноманітно (йдеться про те, що рецепти блукають із видання до видання, і новизна зазвичай полягає лише у барвистості оповіді про процес приготування)» [4].

Пауліна Сініауер – журналістка та радіопродюсерка з Фінляндії, яка досліджує гастрономічну журналістику, стверджує, що, хоча журналістика про їжу залишається новим терміном, вона є багатогранною і зараз переживає свою золоту еру [7].

До гастрономічної журналістики належать матеріали, які стосуються культури харчування. І журналісти є одними із ключових гравців, хто цю культуру харчування у відповідний інформаційний спосіб формує. Науковиця М. Капкан запевняє, що гастрономічна культура являє собою систему, що включає три основні елементи: культура приготування їжі (кулінарна культура); культура прийняття їжі; рефлексія над процесами приготування і споживання [34].

Як бачимо, діапазон тем гастрономічної журналістики, з огляду на кореляцію цього поняття із поняттям «культура харчування», може бути дуже широкий. Відтак і журналістика про їжу – це значна палітра журналістських жанрів.

Внаслідок глобалізації традиційні ЗМІ втрачають свої позиції. Це не оминуло і гастрожурналістику. Сьогодні газетна гастрожурналістика майже зникла, а на зміну їй появились відповідні онлайн-ЗМІ та блогінг. При цьому онлайн-журналістика про їжу представлена різноманітністю жанрових форм. Це як інформаційні, так і аналітичні та художньо-публіцистичні жанри.

Інформаційні жанри журналістики про їжу.

Новини – цілком питомий для гастрономічної тематики жанр. Наприклад, повідомлення про відкриття нової кав'ярні чи ресторану [19]. Інфоприводи для написання гастроновин можуть бути найрізноманітнішими: поява стейків, виготовлених із рослинної сировини чи кулінарний майстер-клас.

Наступним інформаційним жанром, в якому можлива гастрономічна журналістика, є інтерв'ю. Наприклад, розмова з Євгеном Клопотенком [20] – українським кулінарним експертом, засновником соціального проекту зі зміни культури харчування. Інтерв'юйованим може стати найнесподіваніша персона – кулінар, кондитер, власник локальної ферми, пекар, працівник ресторану чи водій вантажівки, яка розвозить хліб. Гастрономічна сфера багата на різноманітні професії, а тому в журналіста, який пише про їжу, рідко виникають проблеми із героями матеріалу.

Аналітичні жанри журналістики про їжу.

Гастрономічна журналістика існує і в аналітичних жанрах. Багато матеріалів про їжу належать саме до жанру статті. Це, наприклад, стаття-розслідування про харчування у дитячих садках Луцька [39], дослідницька стаття «Української правди» про рослинні жири [43] або рекламна стаття про 10 причин, чому варто почати їсти йогурт від виробника «Яготинське» [10].

Огляд або рецензія – аналітичні жанри, придатні для ресторанної критики. Хороші огляди ресторану можуть мати величезний вплив на його дохід, тому журналісти, які пишуть такі огляди, повинні усвідомлювати свою професійну моральну відповідальність – писати неупереджено та об’єктивно, а не лише прагнути задовольнити інтереси рекламодавця. Об’єктом огляду в гастрожурналістиці можуть бути навіть панкейки [28].

Художньо-публіцистичні жанри журналістики про їжу.

Художньо-публіцистичні жанри гастрономічної журналістики – це художній репортаж, нарис, навіть есе. Художній репортаж гастрономічної журналістики дуже часто з’являється у цій сфері за посередництва тревел-журналістики. Так це матеріали, в яких журналіст описує усі смаки, аромати та текстури кухонь різних країн світу. Нарис в гастрономічній журналістиці – це історії людей-професіоналів свої справи, залюблених у кулінарію, наприклад, чи іншу, пов’язану із гастрономією, справу. Вдалим прикладом проблемних нарисів і художнього репортажу водночас (ці жанри мають багато спільного) є книжка польського журналіста Вітольда Шабловського «Як нагодувати диктатора» [36]. А матеріал «Культура харчування» є ілюстративним прикладом успішного есе про їжу [26].

Новою сферою журналістики, перспективною для гастрономічної журналістики, є блог. Хоча деякі дослідники та практики журналістики не зачисляють блог до журналістики [4], тим не менше, така форма масової комунікацій зараз дуже популярна. Наприклад, кулінарний блог Маріанни Душар «Пані Стефа» [3], який існує уже 12 років і містить понад тисячу рецептів страв галицької кухні, або блог Євгена Клопотенка із автентичними українськими стравами й іншим якісним контентом [2].

Важливим для розуміння гастрономічної журналістики є з’ясувати, які функції вона виконує. За теорією журналістики Ігоря Михайлина, функції журналістики бувають загальні та спеціальні. «Загальні функції належать до числа основних, пов’язані з атрибутивними ознаками журналістики,

виконуються кожним пресовим виданням, ТРК чи електронним ресурсом без виключення, незалежно від його розміру, накладу чи адресної спрямованості» [24], – пише І. Михайлин. До загальних належать інформаційна функція та функція формування громадської думки [24].

Функції гастрономічної журналістики допоможуть вести мову про значення та роль, які вона потенційно може відігравати. Так, гастрономічна журналістика не лише інформує про важливі події індустрії, а й прямо чи опосередковано впливає на формування громадської думки про їжу, та, як наслідок, на становлення гастрономічної культури, виховує культуру харчування. «Знати про їжу людина повинна не менше, ніж про математику або про свою рідну мову» [9], – сказав всесвітньо відомий шеф-кухар Гордон Рамзі.

«Є безліч людей, які після завершення своєї освіти (вищої чи середньої) поповнюють свій інформаційний багаж лише за рахунок журналістики. Узагалі, слід виходити з того, що в сучасній соціальній дійсності читачів книжок у десять разів менше, ніж читачів газет» [24], – наголошує І. Михайлин у підручнику «Основи журналістики».

Гастрономічна журналістика не обмежується, однак, до загальних журналістських функцій. Спеціальні функції фуд-журналістики впливають із поняття гастрономічної культури. Це, насамперед, культурна та ідеологічна функції, які в гастрожурналістиці переплітаються. «На відміну від функції формування громадської думки, в основі якої лежить інформаційна діяльність, ідеологічна функція журналістики пов'язана з пропагандою певних життєвих цінностей та агітацією на їх підтримку» [24], – пояснює І. Михайлин. Ідеологічна функція гастрожурналістики – це, насамперед, пропаганда здорового способу життя, про веганство та вегетаріанство, про гастрономічні звичаї та традиції у різних куточках планети з філантропічною метою.

І. Михайлин пише, що важливою є роль журналістики у формуванні історичної свідомості: «Кожна людина мусить відчувати себе часткою більшої спільноти: народу, нації, держави. Від історичної свідомості залежить сучасна

суспільна свідомість, з усіма наслідками спонукальності й дієвості» [24]. Гастрономічна журналістика формує у читачів відчуття національної ідентичності та приналежності до певної гастрономічної культури. Чи не найкращим прикладом цього є дискусії про так звану національність борщу, які останнім часом активно висвітлювалися у ЗМІ. Приводом цього стала успішна спроба Євгена Клопотенка довести світові, що борщ є українською, а не російською стравою [12].

Описуючи ідеологічну функцію журналістики, І. Михайлин висловлює такі міркування: «Українська журналістика зробила дуже багато для спростування псевдоісторичних концепцій російської історіографії про Київську Русь як нібито не українську державу, а міфічну колиску трьох братніх народів; про росіян як „старшого брата“ українців, про другосортність української національної культури. Натомість сміливо утверджувала правду про давність українців, питомість їх походження на своїй землі, викривала сталу антиукраїнську політику Російської держави, що дуже часто запроваджувалася збройними методами» [24]. Євген Клопотенко та Маріанна Душар у своїх блогах займаються саме такою просвітницькою діяльністю. Знайомлячи українців зі стравами національної кухні та відроджуючи забуті рецепти, вони своїми текстами продовжують і доповнюють українське націєтворення.

Ще одна спеціальна функція, яку виділяє І. Михайлин, – рекламна – також притаманна журналістиці про їжу. Поняття реклами науковець окреслює так: «Реклама – будь-яке публічне повідомлення, спрямоване на те, щоб сприяти продажу покупці або оренді товару чи послуги, поширювати будь-яку ідею чи погляди або досягати певного ефекту, бажаного для рекламодавців» [24]. В гастрономічній журналістиці рекламою можуть бути матеріали про продукти та заклади харчування, але редакторам при цьому не можна нехтувати відповідної позначкою («Реклама»), а журналістам – не забувати про дотримання професійних стандартів та журналістської етики загалом.

Розглянемо, нарешті, *проблему приналежності гастрономічної журналістики до потоку (-ів) інформації у ЗМІ*. За Володимиром Здоровею, всю інформацію, яку несуть органи масової інформації, можна поділити на кілька груп: офіційна, подієва, власне публіцистика, науково-просвітницька, ділова, довідкова, естетично-розважальна, рекламна [17].

Публіцистична інформація, стверджує В. Здоровега, має на меті цілеспрямований вплив на громадську думку аудиторії [17]. Гастрономічна журналістика, за своєю природою, не є заангажованою, тому її приналежність до цього потоку – радше виняток, аніж закономірність. Також матеріали гастрономічної журналістики не належать до офіційної та довідкової інформації. Невелику частину матеріалів гастрожурналістики відносимо до *рекламної* (публікації на правах реклами), *ділової* (практичні кулінарні поради, рецепти), *естетично-розважальної* (кулінарні шоу), а також *подієвої* (наприклад, повідомлення про науковий прорив у харчовій індустрії) *інформації*. Та найбільшою мірою гастрономічна журналістика – це *науково-просвітницька інформація*.

За В. Здоровею, науково-просвітницька інформація вирізняється, порівняно із публіцистикою, більшою об'єктивністю, освітницькою, пізнавально-науковою функцією. Це інформація на теми культури, історії, науки, мистецтва, філософії та економіки [17]. А саме такою інтердисциплінарною і є гастрономія.

Гастрономічна культура, з якої виникає гастрономічна журналістика, стосується саме цих тем: культури приготування та вживання страв, науки про їжу (висвітлення наукових фактів), історії (історичні особливості кухні народів світу) та мистецтва (приготування, подача та процес споживання їжі). А питомим жанром для усього цього різноманіття тем є науково-просвітницька стаття.

РОЗДІЛ 2. НАУКОВО-ПРОСВІТНИЦЬКА СТАТТЯ ЯК ЦЕНТРАЛЬНИЙ ЖАНР ГАСТРОНОМІЧНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ: ПРОБЛЕМА ДОСТОВІРНОГО ІНФОРМУВАННЯ

2.1. Недостовірно або «напівдостовірно»: види і причини порушення стандарту журналістики в гастрономічних матеріалах ЗМІ

Недотримання стандарту достовірності у матеріалах засобів масової інформації, зокрема у науково-просвітницьких статтях, можна типологізувати на кілька різновидів. Після окреслення кожного із них спробуємо визначити причину того чи іншого типу порушення фундаментального журналістського стандарту. Нижченаведена класифікація відповідних журналістських «огріхів» побудована за принципом спадної градації: від цілковитого недотримання стандарту достовірності до так званої напівдостовірності інформації.

Виокремлюємо, отже, такі різновиди недотримання стандарту достовірності у гастрономічних статтях:

1) *Порушення «Відверта недостовірність»*: відсутність покликання на наукове дослідження-першоджерело, яке би підтверджувало інформацію, викладену в матеріалі.

Цей тип порушення розглянемо на прикладі двох журналістських матеріалів. Так, у статті *FoodOboz* «Допомагають схуднути і наповнюють вітамінами: п'ять осінніх овочів, які потрібно додати в меню» [11] та у статті *Fresco by Silpo* «Топ-10 дивовижних фактів про фрукти та овочі» [37] автори подають діаметрально протилежні факти про користь моркви. «Морква – один з найпопулярніших овочів у нашій смузі. Молода весняна морквина корисна вмістом в ній вітаміну А, але і осінню ігнорувати не варто. В осінній моркві містяться вітаміни А, В, С, D, Е, К. Для кращого засвоєння цих вітамінів вживайте в їжу терту моркву зі сметаною, також можна додати яблуко» [11], – пише журналіст *FoodOboz* без посилання на будь-які джерела. «Провітамін А в моркві не може допомогти нам, оскільки дуже складно засвоюється нашим

організмом, як і решта каротиноїдів, особливо якщо вживати овоч у сирому вигляді. Без термічної обробки організм поглинає лише 3% бета-каротину. Смаження ж дає змогу засвоїти до 39% цієї речовини з моркви» [37], – заявляє автор матеріалу на сторінках журналу «*Fresco by Silpo*», не згадуючи при цьому будь-якого дослідження, яке би доводило цей факт.

2) *Порушення «Імітована „достовірність“»: апеляція до неназваних «досліджень» та «дослідників».*

У матеріалі видання «*PostEat*» під заголовком «Корисне: хто такий часник і з чим його їдять» [23] наведено наукові факти (?) про нібито корисні властивості часнику. Твердження наведено без покликань на те чи інше конкретне наукове дослідження, хоча автор, щоправда, задля правдоподібності чи з неухважності, згадує існування такого. Та все ж ідентифікувати джерело інформації читач не може. Таких так званих неінформативних, порожніх покликань на нібито джерело інформації у цьому матеріалі нараховуємо шість. Так, у тексті використано такі фрази: «Проведене 12-тижневе дослідження продемонструвало», «При цьому, вчені встановили», «Проведені в недавньому часі дослідження за участю осіб, які страждають від підвищеного артеріального тиску, дозволили з'ясувати», «Згідно з результатами досліджень», «При цьому дослідження, проведене за участю велосипедистів, не принесло ніяких результатів. Інші ж дослідження показують лише те, що часник здатний знижувати рівень втоми», «Вчені виявили, що вживання зубчиків часнику...», «Під час одного з досліджень, в якому брали участь працівники заводу з виробництва автомобільних акумуляторів з високим рівнем свинцю в крові, вчені виявили, що регулярне споживання часнику протягом чотирьох тижнів дозволяє знизити кількість цього металу в крові на 19%» [23]. Наведена інформація нібито виглядає підтвердженою, але насправді журналіст просто вводить читача в оману достовірності.

3) *Порушення «Імітована „достовірність“ для джинси»: матеріал із ознаками замовності й під прикриттям неназваних «досліджень».*

Стаття *FoodOboz* «Напій молодих: історія і корисні властивості сидру» [25] починається зі слів: «Про те, чому сидр називають „напоєм молодих“, як зорієнтуватися у різноманітті його видів, а також чому сидр вважається не тільки менш шкідливим, ніж пиво, а й може позитивно впливати на організм – OBOZREVATEL спільно з АБК Дніпро розповість в цій публікації» [25]. («АБК Дніпро», до слова, це алкогольно-безалкогольний комбінат). «Користь» сидру автори подають після слів «на думку вчених» та «сидр доведено підвищує рівень ендорфіну»: «Адже, на думку вчених, сидр в помірних дозах здатний: виводити з кишечника зайві жири і кислоти; нормалізувати мікрофлору; виводити з організму радіоактивні частинки і важкі метали; чинити потужну антиоксидантну дію; знижувати ризик виникнення раку, астми і діабету; підвищувати імунітет, боротьбу з інфекціями і вірусами; зміцнювати стінки судин, знижувати рівень холестерину. А головне – сидр доведено підвищує рівень ендорфіну в крові. Іншими словами, робить вас хоч трішечки, але щасливішими» [25]. Жодного наукового дослідження якостей і властивостей сидру, яке би підтверджувало достовірність інформації, в матеріалі не названо.

4) *Порушення «Фальшива „достовірність“»: покликання на вторинний документ (іноземне джерело), який не містить наведеної інформації.*

Цей тип недотримання стандарту достовірності проілюструємо матеріалом «Вчені з Гарварда назвали найкорисніший продукт для серця» [5] видання «*PostEat*». Воно позиціонує себе як «профільне гастрономічне видання для прогресивних, інтелігентних людей з європейськими цінностями, які хочуть бути в курсі головних гастроподій країни та світу»: «Кожного дня ми публікуємо актуальні новини, огляди закладів, аналітичні матеріали про ресторанний, барний бізнес, гастрономічне підприємництво, про виробників харчових продуктів та напоїв, фермерів, тощо» [31].

У згаданій статті йдеться про таке: «Згідно з дослідженням докторки медичних наук з Гарвардської школи охорони громадського здоров'я Марти Гуаш Ферре (Marta Guasch Ferré), три порції волоських горіхів на тиждень

(порція – 28 г) знижують смертність від широкого спектру хвороб на 45%. Смертність від серцево-судинних захворювань знизилась на 55%. У дослідженні взяли участь 7 тис. осіб у віці від 55 до 90 років» [5].

Журналіст *PostEat* додав гіперпосилання на матеріал іспанського видання «La Vanguardia» як джерело наведеної інформації. Цікаво, що розміщений тут матеріал було створено до міжнародного дня волоських горіхів, а його заголовок звучить так: «Розумні люди їдять горіхи: вони найкраще паливо для мозку?» [45]. Проте стаття «Авангарду» не є науковою, у ній йдеться про ціни на волоський горіх в Іспанії, журналісти спростовують порівняння волоського горіха з мозком людини, а також побіжно згадують якесь дослідження (без відповідного покликання), в якому люди похилого віку дотримувалися середземноморської дієти. Загалом у статті згадується кілька досліджень, але немає жодних покликань. Наприкінці матеріалу автор наводить рекомендації для посадки волоських горіхів, що ще раз засвідчує те, що стаття не є науковою і не може бути використана як підтвердження достовірності інформації про те, що волоський горіх є найкориснішим продуктом для серця. Журналісту *PostEat* варто було покликатися на першоджерело, а не вторинний документ.

5) Порушення «„Достовірність“ від сумнівних експертів», або «„Експерт журналістові друг, ...і навіть істина не дорожче“» (перефразовуючи загальновідоме аристотелівське): авторитетність фахівця як такого, незалежно від його кваліфікованості, замінює апелювання до джерел наукових фактів.

У черговому матеріалі *FoodOboz* «Що не варто їсти перед сном: дієтологиня назвала список продуктів» [40] журналіст покликається на сторінку у соцмережі. Як відомо, соціальні мережі не завжди є надійним джерелом інформації. Але тут йдеться передовсім про те, чи перевірів журналіст, чи справді дієтологинею є Олена Кален і наскільки вона професійна. Сумнівний експерт – це ненадійне джерело інформації, що не забезпечує дотримання стандарту достовірності.

Заголовок названого тексту, до того ж, є досить клікбейтним. Читачам, які цікавляться дієтами та схудненням, важливо знати, що можна їсти перед сном, а заголовок «Що не можна їсти перед сном: дієтологиня назвала список продуктів» одразу наштовхує на думку, що продуктів, які перед сном вживати не слід – обмаль (один список), а решту можна їсти у будь-який час доби. До слова, за результатами моніторингу Інституту масової інформації, 6,94% новин із проаналізованих під час моніторингу мали маніпулятивні заголовки, тобто такі, які не відповідали змісту тексту, містили емоційну лексику, мову ворожнечі, знаки оклику, викривлені факти й хибні аргументи [22].

б) *Порушення «Неповнота достовірності (?)»: правильне покликання на джерело (наукове дослідження), але поверхове трактування результатів дослідження.*

«Вчені назвали користь відмови від червоного м'яса» – такий матеріал публікує *FoodOboz* з посиланням на статтю BMJ (дочірнє видання Британської медичної асоціації) «Споживання червоного м'яса та ризик ішемічної хвороби серця серед чоловіків із США: перспективне когортне дослідження» [6]. У матеріалі, зокрема, є така інформація: «Відмова від червоного м'яса на користь рослинних джерел білка приводить до зниження ризику хвороб серця. Як повідомляє BMJ, учені в США проаналізували дані більше як 43 тисяч осіб, зібрані протягом 30 років. Починаючи з 1986 року учасники дослідження що чотири роки заповнювали докладні анкети про свою дієту» [44].

Перейшовши за покликанням і ознайомившись із методологією та результатами дослідження безпосередньо, ми встановили, що журналіст *FoodOboz* у своєму матеріалі не врахував деяких важливих фактів. По-перше, фокус-група дослідження – лише чоловіки старшого віку в США. У них апріорі високий ризик розвитку патологій серця через поважний вік. Також варто враховувати те, що вчені досліджували споживання всіх різновидів червоного м'яса – і сирого, і переробленого. Зважаючи на те, що США є батьківщиною фаст-фуду, можна припустити, що відсоток смаженого м'яса в раціоні

американців переважає над вареним, тушкованим чи запеченим. Але тоді вже слід говорити не про шкоду червоного м'яса, а про шкоду смаженого з великою кількістю олії. Проте найважливішим у цьому дослідженні, про що не згадали журналісти, є таке: «Ті, у кого загальне споживання червоного м'яса було вищим, частіше палили, вживали алкоголь, страждали на діабет та вживали аспірин. Вони були менш фізично активними» [44].

Виокремивши різновиди порушення стандарту достовірності, спробуємо на їх основі встановити ймовірні причини таких явищ. Нижченаведена градація є висхідною і відображає перехід від неусвідомленого неякісного інформування до свідомого порушення журналістської етики.

Причини недотримання стандарту достовірності у статтях на гастрономічну тематику:

1. *Незнання основ та стандартів журналістики* (деякою мірою може бути спричинене тим, що журналістською діяльністю нерідко займаються люди без професійної освіти);
2. *Перенесення власних стереотипних уявлень про властивості продуктів харчування та їжу на професійну журналістську діяльність* (зумовлює розмноження неточної інформації, а не її вилучення з інформаційного простору);
3. *Гонитва за клікбейтом* (практично завжди супроводжується перебільшенням й перекрученням (неточністю інформації) задля досягнення ефекту сенсації);
4. *Комерційні інтереси* (вимагає пропаганди бажаної ідеї будь-якою ціною і виражається через приховану рекламу);
5. *Низький рівень володіння англійською мовою та іншими іноземними* (стає перешкодою для використання першоджерел – наукових досліджень, які друкуються переважно в англomовних наукових журналах);
6. *Відсутність критичного погляду на документи (наукові дослідження) як джерела інформації* (незнання поняття «золотий стандарт дослідження»,

неврахування того, що наукові дослідження з часом втрачають свою актуальність, інше);

7. *Невимогливість у виборі експерта для коментування або нехтування коментарями фахівців взагалі* (призводить до незбалансованості та неповноти інформації. Цікаво, що українські експерти, науковці та дослідники коментують лише кожен п'ятий науковий матеріал у ЗМІ (20,3%). Водночас на сторінках українських онлайн-медіа переважають коментарі від іноземних науковців (79,7%). Такими є результати дослідження ГО «Інститут масової інформації», проведеного на емпіричному матеріалі з 19-ти українських онлайн-видань» [38]).

Невідповідні джерела інформації, отже, призводять до того, що для журналістського матеріалу, образно кажучи, закладено фундамент низької якості. Це спричинюється до порушення й інших стандартів журналістики і, як результат, недобросовісного інформування.

2.2. Алгоритм дотримання стандарту достовірності у гастрономічних статтях

Стереотипи, упередження, неточна інформація загалом, доводиться констатувати, не є рідкістю у новинах та статтях на гастрономічну тематику. Журналісти ж повинні, навпаки, спростовувати у той чи інший спосіб сформовані хибні знання про властивості певних продуктів харчування і їжі.

У цьому підрозділі, базуючись на загальних знаннях про журналістику і враховуючи різноманіття хиб, пов'язаних із недотриманням стандарту достовірності, про що йшлося у попередній структурній частині роботи, спробуємо окреслити покроковий алгоритм дотримання стандарту достовірності у гастрономічних статтях. Окрім вказаних джерел, скористаємося також якісним журналістським матеріалом *BBC News Україна* «Пити червоне вино корисно – принаймні для кишківника» як логіко-структурною матрицею.

Корисна журналістська науково-просвітницька інформація на гастрономічну тематику можлива за умови дотримання такої методичної схеми:

1) Пошук актуального та цікавого наукового дослідження, загальна оцінка його якості.

Актуальність є однією із визначальних ознак журналістичного твору, вона перебуває у прямому взаємозв'язку з суспільно необхідною інформацією. Якщо джерело – наукове дослідження – не тільки актуальне тематично, але якісне – така тема варта журналістської уваги. Проблема лише у тому, що оцінка якості наукового дослідження потребує певних зусиль і часу. Слід враховувати і те, що наукові праці мають властивість втрачати актуальність. Наукову статтю, що вийшла, наприклад, у 2013-му році, до сьогодні могли спростувати або відкликати.

2) Перевірка видання, в якому опубліковано наукове дослідження-першоджерело.

Перед тим, як готувати матеріал про наукове дослідження, журналіст повинен переконатися, що його опубліковано в авторитетному науковому виданні. Це запорука того, що дослідження достовірне та легітимне. Авторитетні наукові видання (журнали) можна знайти в базах даних Scopus або Web of Science. Що якісніший журнал, то вищим є рейтинг його цитування, за яким і розраховується фактор впливу (так званий IF – impact factor) – показник популярності наукового журналу. Його щороку розраховує Інститут наукової інформації (Institute for Scientific Information, ISI).

Відтак ознайомлюємося з результатами дослідження, обов'язково звертаємо увагу на методологію його проведення.

3) Використання інших матеріалів із цього питання, тобто пошук та ознайомлення зі схожими дослідженнями.

Саме такі документи виступатимуть гарантією дотримання одразу кількох стандартів журналістики: це додаткова перевірка достовірності (аргументи на

доведення чи спростування певних наукових фактів), повноти інформації та балансу думок.

4) Залучення коментаря (-ів) експерта (-ів).

Для журналіста доцільно звернутися по коментар до експерта в галузі, про яку планується матеріал. Пишучи про дослідження іноземних науковців, не варто нехтувати коментарями експертів, які є близькими до читача, тобто українських вчених. Саме інший науковець може допомогти критично оцінити доробок колег. Проте не можна забувати і про критичне сприйняття його позиції. Тут вже на допомогу журналістові знання про різновиди фактів (емпіричні та відображені) і як те, як перевіряти твердження, якими тільки й можуть бути наукові факти, на істинність.

Не всі експерти є однаково компетентними, тому вони не завжди є надійними та достовірними джерелами інформації. Ось що думають про це, наприклад, журналісти видання «Телекритика»: «Спілкуючись із журналістами з різних областей, ми зіткнулися з одним загальнопоширеним явищем, а саме – контакти, що напрацьовані роками. 69 із опитаних журналістів зазначили, що на сьогоднішній день як така потреба в пошуку експертів відсутня. Пов'язано це зі списками / таблицями / блокнотами, в яких вже прописані контакти експертів різних галузей. Таке надбання може бути спільним редакційним або ж самостійною роботою конкретного журналіста / журналістки впродовж певної кількості років. І все, що необхідно – це віднайти список, знайти у ньому відповідну людину у потрібній галузі та зателефонувати їй» [1].

Цікаво, нещодавно запрацювала українська платформа «Науковий метод», покликана інформувати про науку та боротися з фейками. Її засновник – громадська організація INSCIENCE. На платформі зібрано базу вчених, відеолекції науковців, науково-популярних журналістів і блогерів, а також інструкція з перевірки інформації. Механізм взаємодії журналіста з експертами на платформі «Науковий метод» такий: вхід на сайт, гортання сторінки до бази експертів, введення у пошуку, наприклад, «здорове харчування». В результаті

система видає кілька експертів: наприклад, біолога або генетика. Доступні й контакти фахівця (URL FB-сторінки або адреса електронної пошти).

Перед запуском платформи «Науковий метод» спільно з Інститутом масової інформації було опитано сто журналістів із різних регіонів України, які пишуть матеріали або готують сюжети на соціальні теми — здоров'я, наука, медицина. З'ясувалося, що майже 65% опитаних шукають додаткову інформацію в мережі, а до першоджерела вдаються 55%. Хоча більшість журналістів і звертається до експертів, але тільки дещо більше 20% опитаних мають прямі контакти тих, хто може перевірити інформацію. На думку засновників платформи, це одна з проблем, яка призводить до того, що журналістські матеріали можуть містити неперевірені або маніпулятивні дані, нерідко ж — і просто фейки [16].

Низку цінних рекомендацій можна виокремити, проаналізувавши вдалий матеріал *BBC News Україна* «Пити червоне вино корисно — принаймні для кишківника» [29]. Статтю написано із дотриманням вимог фундаментального стандарту журналістики — достовірності. При написанні науково-популярних матеріалів на гастрономічну тематику журналістам, отож, варто скористатися такими порадами (нумерація продовжується):

5) *Вказівка на джерело інформації — персоніфіковане і доступне.*

Правильне покликання на джерело інформації (у конкретному випадку — наукове дослідження) означає те, що журналіст повинен вказати конкретну назву науково-дослідної установи, яка провела дослідження, автора та ресурс, на якому можна ознайомитися із його результатами. Не варто використовувати узагальнення на кшталт «англійські вчені», «вчені з Нідерландів», тощо. Оформлення покликання згідно з цими вимогами, до того ж, захищає журналіста від відповідальності за порушення авторських прав.

Наведемо приклад оформлення покликання на джерело інформації журналістом *BBC News Україна* «Пити червоне вино корисно — принаймні для кишківника»: «У дослідженні, результати якого були опубліковані в журналі

Gastroenterology (в оригіналі тут – гіперпосилання. – ЖРН-АБП), взяли участь кілька тисяч людей з Британії, Нідерландів і США» [29].

6) Доступний виклад техніки й методики проведення дослідження.

Журналіст не зможе переконати у достовірності інформації, якщо бодай коротко не розповість читачам, як проводили дослідження.

Більшість наукових досліджень містить інформацію про похибку або про чинники, які можуть негативно впливати на точність результату. Готуючи матеріал, журналісти завжди повинні зазначати похибку або згадувати ці негативні фактори впливу. Якщо дослідження не містить згадок про похибку, це ставить під сумнів достовірність його висновків. Відсутність даних про похибку може свідчити, що експеримент не був цілісним, його досі не завершено або що це дослідження є сумнівним.

У матеріалі «Пити червоне вино корисно – принаймні для кишківника» досить вичерпно, після підзаголовка «Як проводили дослідження?», викладена додаткова інформація про те, як, власне, проводили це дослідження: «...кілька тисяч людей з Британії, Нідерландів і США. Всі вони – близнюки; їх запитували про те, якої дієти вони дотримуються і яким алкогольним напоєм надають перевагу. У тих, хто обирає червоне вино, мікробіом виявився різноманітнішим, ніж у інших. Чим більше червоного вина споживала людина, тим різноманітнішими ставали бактерії у її кишківнику – водночас, цілком достатньо було одного келиха на тиждень чи два. Ніхто з учасників дослідження не зловживав спиртним. Дослідники відзначають, що зловживання, скоріш за все, шкодить мікробіому і здоров'ю людини в цілому» [29].

7) Надання читачам практичних рекомендацій із можливого застосування поданої наукової інформації, викладених доступною лексикою.

Незалежна медійна рада теж звертає на це увагу: «Використовуйте конструктивний підхід: пояснюйте аудиторії практичні наслідки застосування дослідження, які саме зміни може зумовити впровадження його результатів.

Можливо, для цього вам не досить буде покластися на власні висновки, а доцільніше буде звернутися до думки відповідних експертів. Обов'язково нагадайте аудиторії, що самостійне застосування елементів або висновків дослідження може бути небезпечним і що дослідження саме по собі не є заміною звернення по професійну медичну допомогу в разі захворювання. Наприклад, самовільне використання препаратів, ефективність яких досліджували для лікування певних хвороб, може бути вкрай небезпечним у разі їхнього застосування без рекомендації лікаря. Не вживайте наукових жаргонізмів і не перевантажуйте текст незрозумілою термінологією» [42].

Журналіст *BBC News Україна* теж дотримується такої рекомендації: «Слід пам'ятати, що вживання великої кількості алкоголю веде до розвитку багатьох проблем зі здоров'ям, включно з деякими видами раку, хворобами серця, інсультами та ураженням печінки» [29], – застерігає автор статті.

8) Уникання перебільшення значущості дослідження.

Навіть у науково-просвітницьких статтях, не кажучи уже про новини, для яких вимога так званого відокремлення фактів від коментарів є категоричною, не варто використовувати надмірно емоційних оціночних суджень та епітетів, як-от: «надважливе», «найновітніше», «скандальне», «приголомшливе» тощо. Не слід ні перебільшувати, ні применшувати важливості дослідження. Особливо не можна перебільшувати факти виключно для привернення уваги аудиторії.

«Червоне вино може бути корисним для кишківника, адже воно збільшує кількість різних видів корисних бактерій, які там живуть, вважають дослідники» – жодних перебільшень та голослів'я в матеріалі *BBC News Україна* не виявлено.

Особливо уважним варто бути при доборі заголовку матеріалу, адже спрощення або некоректне узагальнення в назві може викривити й навіть нівелювати важливу суть дослідження, тоді як саме таке вирване з контексту формулювання може стати джерелом цитування для інших медіа й навіть

завдати шкоди інформаційному середовищу через підсилення феномену «дезінфодемії» [42].

9) Наведення експертної оцінки на предмет наукової коректності та надійності дослідження.

Журналістові варто скористатися допомогою експертів і задля визначення релевантності того чи іншого дослідження. BBC доводить, що експертної думки не може бути надто багато, а для дотримання не лише стандарту достовірності, але й балансу думок і точок зору потрібно подавати позицію кількох науковців.

Так у своєму матеріалі журналіст *BBC News Україна* використав оцінку таких експертів, як представниця Британської дієтичної асоціації Меган Россі, яка не брала участі у дослідженні, одна з авторів дослідження Каролін Ле Рой та Алекс Вайт з Британської організації харчування. «Це неекспериментальне дослідження, тому ми не можемо довести, що ефект, який ми спостерігали, викликало саме червоне вино,— каже одна з авторів дослідження Каролін Ле Рой. — Якщо вам потрібно вибрати один алкогольний напій, то варто обрати червоне вино, адже воно може мати гарний вплив на вас і на ваші кишкові мікроби, що, в свою чергу, може також добре позначитися на вазі і ризику серцевих захворювань» [29].

Описані рекомендації, що базуються як на емпіричному, так і теоретичному матеріалі, можуть бути корисними журналістам, які спеціалізуються на гастрономічній тематиці, на етапі збору інформації та написанні матеріалу.

ВИСНОВКИ

Журналістська спільнота України визнає шість стандартів журналістики, в основі яких – редакційний етичний кодекс BBC. Це оперативність, повнота інформації, достовірність, точність, баланс думок і точок зору, відокремлення фактів від коментарів. Але фундаментальним є стандарт достовірності. Адже якщо інформація не є достовірною, то решта стандартів – її повнота, відокремлення фактів від коментарів, оперативність та інші – не компенсують цього. Таке повідомлення буде не чим іншим, як новиною неправди та повнотою брехні – фейком. Відтак дотримання інших стандартів у матеріалі, в якому знехтувано достовірністю, не має сенсу. І це правило працює для усіх без винятку жанрів та тематик журналістських текстів.

З огляду на низку одразу кількох сприятливих чинників, гастрономічна журналістика останнім часом активно розвивається й, порівняно із тим, як це явище виражалося досі (переважно вона існувала у формі рецептів страв), урізноманітнюється і внутрішньо тематично, і ще за багатьма критеріями. Сьогодні теми їжі та харчування висвітлюються у відповідних рубриках онлайн-ЗМІ, з'являються і профільні видання.

Доводиться констатувати, що для науки про журналістику гастрономічна журналістика поки що мало відома як явище, а разом із тим – і як поняття. Така неувага журналістикознавчої науки до цього пласта текстів є невиправданою, адже саме гастрономічна журналістика відповідає за формування одного із найважливіших знань для життєдіяльності людини – культури харчування.

У процесі огляду засобів масової інформації України, які висвітлюють гастрономічну тематику, вдалося встановити, що журналістика про їжу – це тематично багате, жанрово різноманітне, функціонально неоднорідне явище, яке виражається, до того ж, у різних потоках інформації, що циркулюють у ЗМІ. Так, гастрономічна журналістика представлена різноманітною палітрою жанрів, серед яких як інформаційні, так і аналітичні, і навіть художньо-публіцистичні. Вона виконує як загальні функції (інформаційну та формування

громадської думки), так і спеціальні – культурну, ідеологічну та рекламну. Місією ж гастрожурналістики є формування культури харчування, тобто пропаганда здорового способу життя.

Журналістика про їжу функціонує у різних потоках інформації: це і подієва інформація (новинні повідомлення), і публіцистична (ресторанна критика), естетично-розважальна (кулінарні шоу), рекламна (власне рекламні матеріали). Проте найбільш властивим для гастрономічної журналістики є потік науково-просвітницької інформації, в якому вона виражається через жанр науково-просвітницької статті.

Особливої відповідальності журналістів вимагають матеріали гастрономічної журналістики, у яких повідомляється про властивості тих чи інших продуктів харчування. Проаналізувавши більше 200 текстів, які стосуються теми їжі, і в яких наведено наукові тези, що подаються як факти (а відтак і рекомендації), ми встановили, що перевіреність з боку журналіста наведеної інформації є недостатньою або ж просто несповна висвітленою.

Дотримання стандарту достовірності в гастрожурналістиці залежить передусім від того, чи вміє журналіст працювати із науковими джерелами. А порушення цього стандарту у матеріалах про продукти харчування виражається по-різному: від відсутності покликання на наукове дослідження-першоджерело, яке би підтверджувало факти, викладені журналістом («відверта недостовірність»), до поверхового трактування результатів дослідження навіть при правильному покликанні на наукову періодику («неповнота достовірності»), інші. У таких підходах журналістів вбачаємо небезпеку, адже використання низькоякісних досліджень та поширення хибних висновків під гучними заголовками може трагічно вплинути на життя і здоров'я людей, які часто сприймуть інформацію як настанову до дії.

Причинами порушення стандарту достовірності можуть бути: незнання стандартів, пов'язане із непрофесійністю; гонитва за клікбейтом і, як наслідок, перебільшення важливості інформації; наявність у автора чи ЗМІ комерційних

інтересів, де матеріал – прихована реклама; невміння журналістів працювати із науковими джерелами, відрізнити якісну працю від сумнівної; низький рівень володіння іноземними мовами, що стає перешкодою при прочитанні дослідження; брак критичного мислення; нехтування можливістю взяти коментар у експерта, який спеціалізується на темі матеріалу, що дало би змогу ще раз пересвідчитися у достовірності даних і забезпечило б дотримання балансу, інші.

Щоб матеріал був якісним, а інформація в ньому достовірною, журналістові слід розпочинати роботу з оцінки дослідження, наукові постулати якого має намір висвітлювати як dokonані факти. Для цього можна скористатися консультацією експерта або ж, якщо журналіст добре володіє іноземною мовою (переважно такі наукові праці англomовні), опрацьовувати матеріал самотужки. Обов'язковим кроком є перевірка видання, в якому, власне, опублікована наукова праця. Довіряти можна лише авторитетним журналам.

Щоб підготувати корисну гастрономічну науково-просвітницьку статтю, варто скористатися такими рекомендаціями:

- правильно оформити покликання на джерело інформації (воно має бути конкретне, із зазначенням видання, яке публікує результати дослідження);
- ознайомити аудиторію з особливостями проведення дослідження;
- не перебільшувати важливості результатів наукового дослідження чи «присмачувати» журналістський матеріал надмірною сенсаційністю;
- Збнавести коментар вченого, який спеціалізується на темі матеріалу(це може бути і експертна оцінка дослідження, і коментар щодо практичних рекомендацій застосування результатів відкриття).

Дотримання стандарту достовірності в гастрономічній журналістиці є непростим завданням. Проте це є обов'язковою умовою створення якісного журналістського матеріалу і уникнення негативних наслідків – від дезінформації аудиторії до втрати довіри до конкретного ЗМІ й журналістики загалом.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Актуальність журналістських стандартів для сучасних українських медіа – дослідження [Електронний ресурс] // Телекритика. – Режим доступу до ресурсу: <https://telekritika.ua/uk/aktualnist-zhurnalistskih-standartiv-dlya-suchasnih-ukra%20nskikh-media-doslidzhennya/>
2. Блог Євгена Клопотенка [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://klopotenko.com/uk/cuisine/ukrayinska/>
3. Блог «Пані Стефа» [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://panistefa.com/pro-mene/>
4. Власюк О. «Новинки у ресторанах мали би висвітлюватися не гірше, ніж перехід депутата до іншої фракції» [Електронний ресурс] / Олександра Власюк // MediaLab. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: <https://medialab.online/news/novy-nky-u-restoranh-maly-by-vy-svitlyuvaty-sya-ne-zgirsh-nizh-perehid-deputata-do-inshoyi-fraktsiyi/>
5. Вчені з Гарварда назвали найкорисніший продукт для серця [Електронний ресурс] // PostEat. – Режим доступу до ресурсу: <https://posteat.ua/news/vcheni-garvarda-nazvali-najkorisnishij-produkt-dlya-sercya/>
6. Вчені назвали користь відмови від червоного м'яса [Електронний ресурс] // Obozrevatel. – Режим доступу до ресурсу: <https://food.obozrevatel.com/ukr/news/diets/vcheni-nazvali-korist-vidmovi-vid-chervonogo-myasa.htm>
7. Гастрономічна журналістика: етика, розслідування та історії [Електронний ресурс] // European Journalism Observatory. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: https://ua.ejo-online.eu/2161/etyka-ta-yakist/gastronomichna_zhurnalistyka
8. Голуб О. Медіакомпас: путівник професійного журналіста [Електронний ресурс] / О. Голуб // Інститут масової інформації. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: <https://imi.org.ua/wp-content/uploads/2017/06/Mediakompas.pdf>
9. Гордон Рамзі – цитати [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://citaty.info/man/gordon-ramzi>

10. 10 причин почати їсти йогурт – чим цей продукт буде корисний саме для вас [Електронний ресурс] // Блог групи компаній «Молочний альянс». – 2016. – Режим доступу до ресурсу: <https://milkalliance.com.ua/blog/ua/stattya/prychyn-pochaty-isty-iohurt-chym-tsei-produkt-bude-korysnyi-same-dlia-vas>
11. Допомагають схуднути і наповнюють вітамінами: п'ять осінніх овочів, які потрібно додати в меню [Електронний ресурс] // Obozrevatel. – Режим доступу до ресурсу: <https://food.obozrevatel.com/ukr/news/korisna-osin-pyat-najkorisnishih-sezonnih-ovochiv.htm>
12. Євген Клопотенко: «Для того, щоб нація не була нацією, треба забрати їжу і мову» [Електронний ресурс] // Львівський портал. – Режим доступу до ресурсу: <https://portal.lviv.ua/news/2020/10/11/ievhen-klopotenko-dlia-toho-shchob-natsiia-ne-bula-natsiiei-treba-zabraty-izhu-i-movu>
13. Журналістські стандарти: інформаційна довідка [Електронний ресурс] // Інститут масової інформації – Режим доступу до ресурсу: <https://imi.org.ua/monitorings/jurnalistiski-standarti-informatsiyna-dovidka-i28623>
14. Закон України «Про телебачення і радіомовлення» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3759-12#Text>
15. Закон України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні» [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2782-12#Text>
16. Засновниця платформи для боротьби з фейками «Науковий метод»: «Під час пандемії дезінформація стала особливо небезпечною» [Електронний ресурс] // MediaSapiens. – Режим доступу до ресурсу: <https://ms.detector.media/trendi/post/26062/2020-11-26-zasnovnytsya-platformy-dlya-borotby-z-feykamy-naukovy-metod-pid-chas-pandemii-dezinformatsiya-stala-osoblyvo-nebezpechnoyu/>
17. Здоровега В. Теорія і методика журналістської творчості [Електронний ресурс] / В. Й. Здоровега // ПАІС. – 2004. – Режим доступу до ресурсу: <http://194.44.152.155/elib/local/sk682275.pdf>

18. Зеленський «вимкнув» 112, Zik і NewsOne з ефіру. Що відомо [Електронний ресурс] // BBC. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.bbc.com/ukrainian/news-55907449>
19. З краєвидом на Оперний: у Львові відкрили кав'ярню у скандинавському стилі [Електронний ресурс] // VGORODE. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: https://lviv.vgorode.ua/news/dosuh_y_eda/a1138210-z-krajevidom-na-opernij-u-lvovi-vidkrili-kavjarnju-u-skandinavskomu-stili
20. Інтерв'ю з Євгеном Клопотенко [Електронний ресурс] // Ukrainian Gastro Show – Режим доступу до ресурсу: <https://gastro.show/interv-yu-z-yevgenom-klopotenko/>
21. Капкан М. Гастрономическая культура: понятие, функции, факторы формирования / М. В. Капкан, Л. С. Лихачева // Известия Уральского государственного университета. Сер. 2. Гуманитарные науки. Вып. No 15. – 2008. – No55. – С. 34–43.
22. Кожна п'ята новина в Інтернеті – «під питанням». Що читаємо в онлайн-медіа? [Електронний ресурс] // Інститут масової інформації. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://imi.org.ua/monitorings/kozhna-p-yata-novyna-v-interneti-pid-pytannjam-scho-chytajemo-v-onlajn-media-i28332>
23. Корисне: хто такий часник і з чим його їдять [Електронний ресурс] // PostEat. – Режим доступу до ресурсу: <https://posteat.ua/position/korisne-xto-takij-chasnik-i-z-chim-jogo-%d1%97dyat/>
24. Михайлин І. Основи журналістики [Електронний ресурс] / І. Михайлин. – Режим доступу до ресурсу: <http://politics.ellib.org.ua/pages-cat-159.html>
25. Напій молодих: історія і корисні властивості сидру [Електронний ресурс] // Obozrevatel. – Режим доступу до ресурсу: <https://food.obozrevatel.com/ukr/news/napij-molodih-istoriya-i-korisni-vlastivosti-sidru.htm>

26. Павлюк О. Культура харчування! [Електронний ресурс] / Оксана Павлюк // TWINS lifestyle. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.twins-design.com.ua/krasa-ta-zdorov-ia/47-kultura-kharchuvannia>
27. Пані Стефа – про галицьку кухню, смакові спогади та ритуали [Електронний ресурс] // Українська правда. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://life.pravda.com.ua/society/2018/08/12/232637/>
28. Панкейки закладів Києва: солодкі та солоні, виберіть собі за смаком! [Електронний ресурс] // PostEat. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://posteat.ua/obzory/pankejki-zakladiv-kiyeva-solodki-ta-soloni-viberit-sobi-za-smakom/>
29. Пити червоне вино корисно - принаймні для кишківника [Електронний ресурс] // BBC. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.bbc.com/ukrainian/news-49496872>
30. Популяризация гастрономической культуры в научно-познавательной журналистике [Электронный ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://zodorov.ru/populyarizaciya-gastronomicheskoy-kuleturni-v-nauchnopoznavate.html?page=8>
31. Про нас [Електронний ресурс] // PostEat. – Режим доступу до ресурсу: <https://posteat.ua/o-nas/>
32. Професійні журналістські стандарти: нормативна довідка [Електронний ресурс] // Інститут масової інформації. – 2002. – Режим доступу до ресурсу: <https://imi.org.ua/advice/profesijni-zhurnalistiski-standarty-normatyvna-dovidka-i31933>
33. Сафарова Е. Гастрономічна журналістика: новаторство та перспективність [Електронний ресурс] / Е. Р. Сафарова – Режим доступу до ресурсу: https://kubg.edu.ua/images/stories/Departaments/nmc.nd/student_nauka/2017-2018/roboty_peremozhciv/Safarova.pdf

34. Сегляник П. Гастрономічна тематика в друкованих // Матеріали Шостої всеукраїнської студентської наукової конференції «Актуальні проблеми соціальних комунікацій» – Київ. – (Національний авіаційний університет). – С. 13–14.
35. Стандарти журналістики: основи професійності чи застарілі рамки? [Електронний ресурс] // Інститут масової інформації. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <https://imi.org.ua/articles/standarti-jurnalistiki-osnovi-profesiynosti-chi-zastarili-ramki-i178>
36. Стрелова О. Пекельна кухня: як готували для найжорстокіших людей світу [Електронний ресурс] / Олександра Стрелова // MIND. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://mind.ua/publications/20214459-pekelnna-kuhnya-yak-gotuvali-dlya-najzhorstokishih-lyudej-svitu>
37. Топ-10 дивовижних фактів про фрукти та овочі [Електронний ресурс] // Fresco. – Режим доступу до ресурсу: <https://fresco.silpo.ua/fresco10/vegetables/>
38. Українські науковці коментують лише кожен п'ятий матеріал про науку – дослідження ІМІ [Електронний ресурс] // Інститут масової інформації. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://imi.org.ua/news/ukrayinski-naukovtsi-komentuyut-lyshe-kozhen-p-yatyj-material-pro-nauku-v-onlajn-media-i33464>
39. Харчування в дитсадках: те, що мають знати батьки [Електронний ресурс] // Інститут розвитку регіональної преси. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <https://irrp.org.ua/harchuvannya-v-dytsadkah-te-shho-mayut-znaty-batky-2/>
40. Що не варто їсти перед сном: дієтологиня назвала список продуктів [Електронний ресурс] // Obozrevatel. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.obozrevatel.com/ukr/lady/diet/scho-ne-mozhna-isti-pered-snom-dietologinya-nazvala-spisok-produktiv.htm>
41. Як журналістська етика і стандарти регулюються законами України [Електронний ресурс] // Інститут масової інформації. – 2012. – Режим доступу

до ресурсу: <https://imi.org.ua/monitorings/yak-zhurnalistska-etyka-i-standarty-rehulyuyutsya-zakonamy-ukrajiny-i28367>

42. Як писати про наукові дослідження [Електронний ресурс] // Інститут масової інформації. – Режим доступу до ресурсу: <https://imi.org.ua/advice/yak-pysaty-pro-naukovi-doslidzhennya-i34477>

43. Які жири корисно їсти, а які – ні [Електронний ресурс] // Українська правда. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://life.pravda.com.ua/health/2020/08/24/242058/>

44. Red meat intake and risk of coronary heart disease among US men: prospective cohort study [Електронний ресурс] // BMJ. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.bmj.com/content/371/bmj.m4141>

45. La gente inteligente come nueces: ¿son la mejor gasolina para el cerebro? [Електронний ресурс] // La Vanguardia – Режим доступу до ресурсу: <https://www.lavanguardia.com/comer/al-dia/20200302/473908581317/nueces-alargar-vida-mujeres-estudio.html>