

ОСОБЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ ЖУРНАЛІСТСЬКИХ МАТЕРІАЛІВ ПРО КОНДИТЕРСЬКУ ГАЛУЗЬ ЖИТОМИРЩИНИ

Давидюк Олександра Василівна

здобувачка освіти 4-го курсу

Житомирський державний університет імені Івана Франка, Україна

Науковий керівник: Богуславський Олег Вікторович

професор кафедри журналістики, реклами та PR,

доктор наук із соціальних комунікацій

Житомирський державний університет імені Івана Франка, Україна

Житомирщина має глибокі традиції у сфері кондитерського виробництва, що знаходить відображення в матеріалах як місцевих, так і загальноукраїнських ЗМІ. Основними джерелами інформації виступають регіональні новинні портали, друковані ЗМІ, телевізійні сюжети, а також аналітичні статті у спеціалізованих економічних виданнях.

Інформаційні ресурси містять чимало публікацій, присвячених розвитку кондитерської галузі Житомирської області. Наприклад, у матеріалі Times.Zt розповідається про сімейну кондитерську «Молоток», засновану двома сестрами [2] колишніми юристкою та педагогом, які стали професійними кондитерами. Стаття описує історію становлення їхнього бізнесу, труднощі, з якими вони зіштовхнулися, незвичні замовлення та креативні підходи до роботи. Автор подає матеріал у живому стилі, додаючи запитання з інтригою, щоб зацікавити читача. Особлива увага приділена вибору назви підприємства та його адаптації до сучасних маркетингових тенденцій [5]. Цей матеріал допомагає краще зрозуміти, як нові бізнеси в кондитерській сфері реагують на ринкові тренди, а також дає змогу оцінити перспективи галузі та виклики, з якими вона стикається.

Журналісти часто висвітлюють діяльність провідних підприємств, зокрема акціонерного товариства «Житомирські ласощі», найбільшого виробника кондитерської продукції в області. У публікаціях відзначаються сталість виробничих процесів, розширення асортименту, інновації у технологіях, а також вихід компанії на міжнародні ринки. Значну увагу приділено й соціальній відповідальності бізнесу, його участі у благодійних ініціативах та підтримці місцевої спільноти.

Поряд із позитивними оглядами, у ЗМІ публікуються й критичні матеріали та журналістські розслідування, які порушують актуальні проблеми галузі. Серед них – зростання собівартості продукції, конкуренція з імпортом, зміна споживчих преференцій, потреба в оновленні виробничих потужностей. Також розглядаються складнощі, пов'язані з державною регуляторною політикою – зокрема сертифікація продукції та податковий тиск на виробників.

Окрему нішу в інформаційному просторі займають матеріали, присвячені малим і середнім виробникам кондитерської продукції. Місцеві ЗМІ все частіше публікують історії про місцевих підприємців, які створюють унікальні вироби, впроваджують екологічні технології та досягають успіху на спеціалізованих ринках. Такі публікації формують позитивне сприйняття регіональної галузі серед споживачів та стимулюють інтерес до локальної продукції.

Етичні міркування при створенні матеріалів, що стосуються харчової продукції, відіграють важливу роль у сучасній журналістиці, рекламі та маркетингу. Оскільки медійна інформація значною мірою впливає на споживчі рішення, важливо дотримуватись принципів правдивості, об'єктивності та відповідальності при висвітленні тем, пов'язаних із виробництвом та споживанням продуктів харчування.

Одним із головних етичних принципів є достовірність. Журналістські тексти та рекламні матеріали не повинні вводити споживача в оману щодо складу, властивостей чи безпечності продукції. Надмірні або непідтверджені заяви – наприклад, про «натуральність» чи «ексклюзивність» – суперечать етичним стандартам і можуть підірвати довіру аудиторії, а також шкодити репутації виробника.

Не менш важливо забезпечити неупереджене висвітлення діяльності виробників. Журналісти, оглядачі та блогери повинні уникати упередженого ставлення, особливо у випадках, коли мають фінансову зацікавленість у просуванні певного бренду. У матеріалах про кондитерські вироби має бути представлена збалансована інформація, що враховує як позитивні характеристики (наприклад, смакові якості чи соціальні ініціативи), так і можливі ризики для здоров'я.

На порталі «Журнал Житомира» подано кілька прикладів про місцеві кондитерські заклади. Зокрема, описується діяльність кондитерської «Lamprochka», яка позиціонує себе як соціальний простір. Саме тут у Житомирі вперше з'явилась ініціатива «підвішеної кави» – коли клієнт

може оплатити напій для іншої людини наперед. Крім цього, прибутки закладу спрямовуються на підтримку Збройних Сил України, що перетворює кожну покупку на благодійний внесок. У статті акцентується увага на тому, що «Lamproshka» поєднує приємне дозвілля з соціально важливою місією [1].

Етичні стандарти також передбачають повагу до прав споживача, зокрема його право на свідомий вибір. Тому маркетинг не має апелювати виключно до емоцій, особливо у випадку з дітьми, використовуючи яскраву графіку чи необґрунтовані твердження про користь продукту. Крім того, слід уникати прихованої реклами, замаскованої під журналістські огляди чи аналітичні статті.

Отже, створення контенту, що стосується харчової продукції, потребує виваженого та етичного підходу з боку журналістів, рекламодавців і компаній. Дотримання цих норм зміцнює довіру споживачів, покращує якість інформаційного середовища та сприяє чесній конкуренції на ринку.

Список використаних джерел:

1. Арт-кафе Житомира: кав'ярні, кондитерські та банкетні зали, які варто відвідати. *Журнал Житомира*. 2023. / [Електронний ресурс] UPL: <https://zhzh.com.ua/suspilstvo/art-kafe-zhitomira-kaviarni-konditerski-ta-banketni-zali-iaki-varto-vidvidati.html>
2. Зибіна К. В., Сиволовський І. М. Нативна реклама – новий інструмент влучного охоплення цільової аудиторії. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2018. № 62. С. 306–312.
3. Кифяк О. В., Урда В. Д. Маркетинг у соціальних медіа (SMM) як інструмент просування товарів та послуг. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука»*. 2017. № 14 (36). С. 123–130.
4. Кузнецов Д. Р., Сірінюк-Долгарьова К. Г. Жанрова дифузія в контенті регіональних онлайн-медіа. *Держава та регіони. Серія «Соціальні комунікації»*. 2018. № 1 (33). С. 7983.
5. Секрети «солодкої справи» або історія успіху житомирянок, які відкрили сімейну кондитерську. *Times.Zt*. 2021. / [Електронний ресурс] UPL: <https://times.zt.ua/https-times-zt-ua-sekrety-solodkoi-spravy-abo-istoriia-uspikhu-zhytomyrianok-iaki-vidkryly-simeynu-kondytersku/>