УДК 81’373.47:316.774
DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2024.1.2/31

Шульська Н. М.
Волинський національний університет імені Лесі Українки

Зінчук Р. С.
Волинський національний університет імені Лесі Українки

Науменко Л. М.
Державний податковий університет

(НЕ)КОРЕКТНА ЛЕКСИКА В СУЧАСНІЙ МЕДІАКОМУНІКАЦІЇ: ЕТИЧНІ НОРМИ ТА МОВНА ПРАКТИКА

У статті структуровано та комплексно проаналізовано чутливий медіаконтент щодо коректності / некоректності номінацій осіб окремих спільнот. Закцентовано увагу на назвах людей етнічних і соціальних груп, представлених у мові сучасних ЗМІ. Запропоновано релевантні відповідники, що корелюють із правилами соціального та мовного етикету, а також засвідчують дотримання професійних стандартів. У полі зору перебували медіатексти, у яких представлені номінації, що порушують етичні норми та мовну культуру. Проаналізовано некоректні номінації людей за етнічною належністю, гендерними стереотипами, віковими особливостями, соціальним статусом. Зафіксовано гіперболізовані заголовки з виразними оцінними ярликами, що є виявом недотримання професійних стандартів. Мовна практика засвідчує, що медійники порушують журналістику толерантності, вдаючись до етично некоректних словосполук чи висловлювань. Зауважено, що некоректні номінації представлені як у заголовковому комплексі публікацій, так і в самому текстовому наповненні матеріалів. З’ясовано, що подібні висловлювання щодо певних категорій людей породжують так звану мову ворожнечі, тому вони невиправдані в медіакомунікації. Зазначати відповідні ознаки особи чи групи осіб необхідно лише у випадках, коли ця інформація важлива, тобто є неодмінною складовою публікації. У висвітленні історій про жінок і чоловіків важливо зважати на гендерну чутливість тексту. Усеохопність й об’єктивність дослідження забезпечило використання низки методів: описового, за допомогою якого систематизовано й схарактеризовано мовні одиниці, що перебувають поза межами етичних норм і журналістської толерантності; контекстуального аналізу, використаного з метою виявлення та з’ясування ролі некоректної лексики й термінології в межах аналізованих текстів; комунікативно-прагматичного аналізу, за допомогою якого з’ясовано вплив чутливого контенту на реципієнтів, зокрема вразливі групи населення.

Ключові слова: *(не)коректна лексика, медіакомунікація, чутливий контент, етичні норми, мовна практика.*

Постановка проблеми. Український медійний простір початку XXI століття вирізняють стрімкий розвиток і модернізація, що, з одного боку, ставить перед авторами різнотематичних та різножанрових текстів сучасних ЗМІ нові завдання й виклики, а з іншого – передбачає творення якісного матеріалу з дотриманням мовних норм і професійних стандартів, серед яких оперування перевіреними фактами, об’єктивність, точність і повнота інформації, неупередженість та незаангажованість у передаванні новинного, зокрема й чутливого контенту. У цьому аспекті важливо пам’ятати, що в центрі журналістського тексту завжди перебуває людина. Медійні матеріали сьогодні нерідко фіксують історії про долі людей, інформують про особисті цінності та проблеми вразливих груп населення, що зобов’язує автора вміти емпатійно співпереживати, керуватися нормами суспільної моралі, намагатися не завдати шкоди та психологічної травми як читачеві, так і тому, про кого йдеться в публікації. В умовах війни часто доводиться писати про соціально незахищені верстви населення, які не можуть без сторонньої допомоги подбати про себе, а також повідомляти про болючі для українців теми, злочини різних за національністю, сферою діяльності, віковими ознаками осіб, у контексті чого набуває актуальності питання про дотримання морально-етичних

норм. Важливо, аби в боротьбі за сенсаційність не вийти за межі журналістської толерантності й за допомогою коректної лексики та термінології донести до читача потрібну інформацію.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемі соціально чутливої журналістики присвячено чимало наукових праць, автори яких зосереджують увагу на важливості формування правильних цінностей. Стверджують також про необхідність уникати некоректних і маніпулятивних висловлень, послуговуватися етичною лексикою, а також подають конкретні рекомендації щодо мови медійних матеріалів. Із цього приводу Я. Пукало зауважує, що «слова, значення яких здається очевидним, можуть бути недоречними й упередженими. А медіа, які пишуть на соціально важливі теми, створюють ілюзію толерантності та популяризують лексику, яка підтверджує стереотипні уявлення про різні верстви населення» [6]. У цьому контексті Х. Дацишин порушила питання мовної толерантності в назвах осіб старшого віку й визначила можливості медіа у формуванні й руйнуванні стереотипів [4]. Дослідниця звернула увагу на слова та словосполучення, які містять супровідне пейоративне значення, а тому потребують заміни на позитивно забарвлені або нейтральні лексеми, що сприятиме «не тільки змінам у громадській думці, а й новому усвідомленню літніми людьми свого способу життя і своїх можливостей» [4, с. 92]. Невеликий словник коректних номінацій осіб на позначення окремих груп людей пропонує О. Голуб у практичному посібнику «Медіакомпас: путівник професійного журналіста» [3].

Цінним є дослідження Н. Шульської, Н. Костусяк та інших авторів, у якому схарактеризовано некоректні номінації осіб у медіачутливому контенті [9]. Інші науковці також працюють у цьому напрямку. Так, Н. Пікула схарактеризувала номінації осіб похилого віку, представлені в польському медіапросторі, зокрема в молодіжних журналах, газетних публікаціях, інтернет-порталах, рекламних та інформаційних програмах [7]. Питання політичної коректності в англомовному медійному дискурсі знайшли віддзеркалення в статті С. Алексенко. Авторка схарактеризувала етичні мовні засоби на позначення раси й національності [1]. Окрім того, цінними вважаємо надруковані в медійних виданнях поради для журналістів. Про те, як можна і не можна говорити про людей, зауважує І. Андрейців, пропонуючи «словничок освіченого українця» [2]. Дослідники також розглядають некоректні номінації як вияв мови ворожнечі в сучасному медіапросторі під час російсько-української війни [8].

Попри наявність різних за тематичним і жанровим діапазоном публікацій, що виявляють стосунок до соціально чутливої журналістики, нині бракує наукових праць, присвячених дослідженню етично (не)коректних номінацій осіб в українському інформаційному полі. Порушену проблему вважаємо актуальною, оскільки вона скеровує до надважливих проблем сьогодення, серед яких – формування поваги до професійних стандартів, етичних норм та мовної практики.

Постановка завдання. Мета роботи – виявити, структурувати та комплексно проаналізувати чутливий медіаконтент, зокрема дослідити некоректні назви людей різних етнічних та соціальних груп, представлені в мові сучасних українських ЗМІ, запропонувати релевантні відповідники, що корелюють із правилами соціального етикету.

Матеріалом дослідження обрано присвячені важливим соціальним проблемам медіатексти, у яких представлені мовні одиниці – назви осіб різних соціальних груп. Об'єктивність і всеохопність дослідження забезпечило використання низки методів: *описового,* за допомогою якого систематизовано й схарактеризовано мовні одиниці, що перебувають поза межами етичних норм і журналістської толерантності; *контекстуального аналізу,* використаного з метою вияву та з'ясування ролі некоректної лексики й термінології в межах аналізованих текстів; *комунікативно-прагматичного аналізу,* мета якого – з'ясувати вплив чутливої інформації на реципієнтів, зокрема вразливі групи населення.

Виклад основного матеріалу. Аналізуючи соціально чутливий медіаконтент, виявляємо непоодиноке вживання некоректних номінацій з указівкою на етнічну, національну чи расову належність героя матеріалу. До таких порушень відносимо невиправдане вживання лексеми *цигани*, особливо в негативному контексті, створеному під впливом стереотипів, що часто породжує мову ворожнечі. Цю некоректність кваліфікуємо як недотримання професійних норм, адже відповідно до Кодексу етики українського журналіста «ніхто не може бути дискримінований через свою стать, мову, расу, релігію, національне, регіональне чи соціальне походження або політичні вподобання» [5]. Коли журналісти висвітлюють людські історії, важливо пам'ятати, що зазначати відповідні ознаки особи чи групи осіб необхідно лише у випадках, коли ця інформація важлива, тобто є неодмінною складовою публікації. Під час приниження чи дискримінації за певними ознаками у висловлюваннях виникає риторика ненависті.

Аналіз сучасних медіатекстів засвідчив, що журналісти, на жаль, неподиноко нехтують етичними нормами, адже формулюють заголовки, що демонструють не лише некоректні номінації, але й негативний контекст, який може призвести до розпалювання мови ворожнечі, пор.: «***Цигани*** *як невід'ємна частина луцької автостанції*» («Конкурент», 29.05.2019); «*Женяться* ***цигани*** *з українцями. Помінялася нація*» («Волинь», 29.07.2020); «*Українське село повстало проти свавілля* ***циган***» («ТСН», 19.01.2018); «*Розгром* ***циганського*** *табору на Лисій горі: з'явилося відео*» («ТСН», 25.04.2018); «*Лучанку розсердила навала* ***циган*** *на автостанції*» («Волиньua», 03.02.2019); «*"****Цигани-попрошайки*** *з п'яними дебошами" на луцькій автостанції дістали чоловіка*» («Конкурент», 26.04.2023). Замість цього екзоніма експерти пропонують частіше послуговуватися лексемами *роми*, *люди ромської національності*. Проте тут виникають деякі суперечності, адже не всіх згаданих представників ми можемо називати ромами, а лише тих, які справді етнічно походять із ромів і які розмовляють ромською мовою. Є така група циган, які називають себе сінді і аж ніяк не ідентифікуються з ромами. До того ж, слово «циган» є в багатьох інших мовах, а не лише українській. Очевидно, у медіа важливий сам контекст, пов'язаний із цією етнічною групою, а не те, яке слово вживаємо.

Виявом риторики ненависті є використання некоректних лексем для номінації осіб афроамериканської національності, а саме: *негр*, *нігер*, *темношкірий*, *чорний*, які мають в медіаконтексті зазвичай негативну конотацію: «*У Луцьку напали на* ***негрів****. Відео*» («ВолиньPost», 05.03.2018); «*Мережа вибухнула жартами про "п'яних* ***негрів*** *на танках" у Дебальцевому*» («ТСН», 17.02.2018); «*На Закарпатті з'явився власний* ***негр***» («Закарпаття онлайн», 14.09.2018); «*Продовження скандалу ПСЖ-"Інстанбул": румунські судді стверджують, що* ***темношкірий*** *тренер називав їх циганами*» («ТСН», 09.12.2020), «*Навіщо Шевченка зробили* ***негром***» («Високий замок», 17.10.2018). Найкоректніше для називання таких осіб використовувати мовленнєвоприйнятні словосполуки: *виходець із такої-то країни*, *виходець з африканського континенту*, *афроамериканець*.

Фіксуємо в журналістських матеріалах контент із некоректною лексемою *азіати*. Наприклад: «***Азіати*** *надали перевагу штучній свинині під час "сліпого" тестування – дослідження*» («UNN», 11.10.2021); «*Замість українців –* ***азіати****? Польський ринок праці зазнає змін*» («UPMP», 24.10.2019); «*Істерія через коронавірус: в Італії* ***азіати*** *піддаються дискримінації*» («Букви», 25.02.2020). Лексема *азіати* – мовна помилка, оскільки засвідчує росіянізм, тому варто послуговуватися нормативним варіантом *азійці* або називати конкретну країну походження людей.

У висвітленні історій про жінок і чоловіків важливо зважати на гендерну чутливість тексту, що, на жаль, не завжди роблять журналісти. Не варто наголошувати на кольорі волосся жінки, якщо це не має стосунку до матеріалу. Сьогодні в ЗМІ популярний стереотип «*блондинка за кермом*», який зазвичай несе негативний контекст, пор.: «***Блондинка*** */* ***білявка*** *за кермом: у Києві жінка, переплутавши педалі авто, влетіла у бізнес-центр*» («Вісті», 15.08.2020); «*ЗМІ: скандальна* ***блондинка****, що трощила відділок поліції, – родичка прокурора ГПУ*» («Українська правда», 05.02.2018); «***Блондинка*** *за кермом: як поганяти на авто без прав і відео експеримент на першому водінні*» («ТСН», 11.07.2019); «*Скандальна* ***білявка*** *після нападів на поліцію втекла до Монако і публічно ображає українців – ЗМІ*» («ТСН», 08.02.2018); «***Блондинка*** *і драгер: спіймана за кермом п'яна дівчина стала приводом для дискусії в мережі*» («РБК-Україна», 13.08.2019). Аналізовані висловлювання в медіаназвах є гендерно дискримінаційними, а також свідчать про низький рівень фахової підготовки журналістів.

У публікаціях українських ЗМІ людей старшого віку зазвичай називають пенсіонерами. Така номінація не завжди виправдана, оскільки вона характеризує людей, які отримують пенсію безвідносно до віку. Відомо, що пенсія може бути призначена, наприклад, дитині або іншій особі. Медіаекспертка Я. Пукало, пишучи про журналістику толерантності, зауважує, що «найкраще використовувати словосполучення "*старше покоління*", "*люди старшого віку*", "*старші люди*"» [6]. Сьогодні в українському законодавстві виділяють також номінацію *люди похилого віку*. Альтернативою може бути й конструкція *люди третього віку*, якою послуговуються в англомовних країнах. В окремих порадниках із журналістики пропонують також словосполучення *люди літнього віку*. Якщо в матеріалі не сказано, що люди мають онуків, то їх не можна називати *дідусями* чи *бабусями*, оскільки вживання цих слів свідчить про родинні зв'язки, а в деяких згаданих у текстах осіб може не бути сім'ї або ж онуків. Аналізуючи сучасний медійний простір, спостерігаємо, що журналісти не завжди дотримуються цих норм, уживаючи невиправдані для професійного

етикету лексеми *пенсіонери*, *люди у віці*, *бабусі*, *дідусі*, *старі* тощо: «***Пенсіонери*** *старше 70 років отримають доплати до пенсії з наступного року*» («Економічна правда», 15.09.2021); «*Українським* ***пенсіонерам*** *доплатять по 300 гривень: хто отримає надбавку*» («Слово і діло», 15.09.2021); «*Опанувати діджиталізацію: чому українська* ***пенсіонерка*** *радіє новим гаджетам*» («ТСН», 10.03.2020); «“*Навіщо* ***пенсіонерам*** *мати соцмережі та гаджети” – розповідає активна користувачка Ольга Рябчун*» («ТСН», 10.03.2020); «*У Києві орудує* ***бабця*** *з очумілими ручками – поцупила у дитини “колеса”, щоб кататися на пенсії*» («Знай.ua», 10.03.2020); «*Що відомо про українську* ***бабусю*** *з червоним прапором, яку Росія зробила своїм символом*» («ВВС», 05.05.2022); «*Рівненські ЗМІ поширили фейк про* ***бабусю*** *з Дубровиці*» («Район.in.ua», 25.10.2021); «*У Китаї 100-річний* ***дід*** *одужав від коронавірусу*» («УНІАН», 10.03.2020); «*ЗМІ розповіли, хто той* ***дідусь****, який зумів прогнати московських попів віршем Кобзаря*» («Вголос», 30.07.2018); «*У Дніпрі обурений відсутністю світла 79-річний* ***дідусь*** *“замінував” 6 будинків – ЗМІ*» («Nikopol news», 27.01.2023); «*Пансіонат останньої надії: як живуть* ***старі люди*** *на прикордонні Чернігівщини (фото)*» («Чeline», 01.11.2022); «*Молоді люди п’ють горілку, а* ***старі*** *– ліки*» («Gazeta.ua», 05.10.2020).

Професійну етику медійників порушують наявні в публікаціях прикладки *мати-одиначка* чи *батько-одинак*, тоді як коректно було б написати *мати чи батько, що самостійно виховують дитину*: «*В Україні змінили правила соцвиплат* ***матерям-одиначкам****: кого залишили без допомоги і скільки тепер платять*» («ТСН», 19.08.2020); «***Мати-одиначка*** *з чотирма дітьми розповіла про роботу вебкам-моделлю. Фото*» («UAinfo», 06.08.2023); «*У РФ* ***батька-одинака*** *чотирьох дітей оштрафували і заарештували через українську музику*» («УНІАН», 13.10.2022); «*Дітям з* ***батьками-одинаками*** *живеться не гірше, ніж дітям в повних сім’ях – дослідження*» («Громадське», 06.01.2019).

У ЗМІ натрапляємо також на невластиве називання бездомних людей *бомжами*, коли журналісти використовують ще радянську абревіатуру: «*У рф* ***“бомж”*** *порився в смітнику і заявив, що все одно любить путіна*» («УНІАН», 15.04.2023); «*“Я, фактично, –* ***бомж****”: історія рівненського безхатька, переселенця із Сєвєродонецька*» («Четверта влада», 05.04.2023); «***Бомжі*** *бояться не вулиці, а холоду*» («Закарпаття онлайн», 01.12.2019); «*На Львівській у Луцьку* ***бомжі*** *займалися оральним сексом*» («Конкурент», 19.07.2022). Під час офіційного та неофіційного вживання ця лексема набула зневажливої семантики, тому сьогодні її пропонують уникати. Законодавчо затверджені терміни *бездомні громадяни* / *безпритульні громадяни* не набули в українських ЗМІ особливого поширення. Лише спорадично натрапляємо на заголовки з таким слововживанням: «*Право на життя: як врятувати* ***бездомних людей*** *під час морозів*» («Українська правда», 15.02.2021); «*Понад три сотні українських біженців у Британії стали* ***бездомними***» («Суспільне», 12.05.2023); «*Росія взялася мобілізувати на війну* ***безпритульних*** *– ЗМІ*» («Главком», 04.09.2022); «*У київському метро* ***безпритульний*** *побив поліцейського*» («LB.ua», 01.03.2018).

Ці конструкції за конотацією емоційно нейтральні, вони лише вказують на те, що людина не має де жити і задовольняти свої потреби у сні, їжі, гігієні, приватності тощо. Зараз більшої популярності в ЗМІ для номінації безпритульних осіб набувають лексеми *безхатько*, *безхатченко*, яких до 2010 року не було в щоденному вжитку українців. До прикладу, такі заголовки: «*На Дніпропетровщині школяр забив до смерті* ***безхатченка*** *– ЗМІ*» («УНІАН», 17.08.2021); «*Ніжинські укриття облюбували* ***безхатченки***» («Нежатин», 22.08.2023); «*У Луцьку* ***безхатченки*** *організували паркувальний бізнес*» («Главком», 18.08.2021); «***Безхатько*** *назвав себе богом та штовхнув під потяг метро жінку (фото)*» («Главком», 16.01.2022); «*Поліція каже, що* ***безхатько*** *напав у Ковелі з ножем на поліцейського*» («Ковель media», 24.06.2021); «***Безхатько*** *отримав притулок на Вишгородщині*» («Погляд», 22.02.2021).

Неодноразово журналісти подають виразно гіперболізовані медіаназви, коли ще до рішення суду свідомо чи несвідомо «вішають» так звані оцінні ярлики на людину, як-от: *небезпечний злочинець*, *ґвалтівник*, *маніяк*, *вбивця*, пор.: «*У Полтавській області із залу суду втік* ***особливо небезпечний злочинець***» («NV», 27.06.2018); «*На зламаних ногах далеко не втечеш: в Одесі* ***небезпечний злочинець*** *поплатився за спробу втечі*» («Obozrevatel», 28.11.2019); «*Поліція взялася за франківських* ***ґвалтівників****: вручено дві підозри та 6 повісток*» («Правда», 01.02.2023); «*На Хмельниччині судитимуть* ***ґвалтівника****, жертву якого встановили за допомогою ЗМІ*» («День за днем», 19.11.2022); *Вбивство 16-річної на Полтавщині:* ***ґвалтівник*** *шантажем змусив друзів позбутися тіла – ЗМІ*» («УНІАН»,

03.07.2021); «*На Луганщині орудує небезпечний* ***маніяк****: поліція просить про допомогу*» («Aspi News», 09.01.2021); «“*Пардон, я присяду”: у Києві ширяться чутки про* ***маніяка-вбивцю***» (31.08.2023); «*ЗМІ назвали можливого* ***вбивцю*** *Пригожина*» («Кореспондент.net», 26.08.2023); «***Вбивцею*** *військового у Києві виявився український чемпіон, – ЗМІ*» («UAinfo», 23.10.2022).

Виявляємо також нехтування нормами правильного називання людей з алкогольною чи наркотичною залежністю. Замість коректних номінацій *людина, що залежна від алкоголю* або *людина з алкогольною залежністю* журналісти вдаються до неетичних словоформ, використовуючи лексеми *алкозалежний*, *алкологік*: «*Колишній* ***алкозалежний*** *зараз сам рятує людей від страшної звички*» (t1.ua, 18.07.2020); «*Як це – бути дружиною* ***алкозалежного***» («ВолиньPost», 18.04.2023); «*Більшість не знає, як поводитися з* ***алкозалежними*** *у сім'ї*» («Радіо Марія», 09.03.2023); «***Алкоголік*** *– не тільки той, хто риється у смітнику. А й той, хто потайки п'є витримане віскі*» («Високий замок», 27.08.2018); «*Чому* ***алкоголік*** *не хоче лікуватися пояснює тернопільський нарколог*» («20 хвилин», 06.06.2018); «*Як зрозуміти, що ви* ***алкоголік****: перші майже непомітні ознаки*» («РадіоТрек», 09.07.2023). Те ж саме стосується називання людей, залежних від наркотичних речовин. Прийнятними для новинних чи аналітичних матеріалів є конструкції *людина, залежна від наркотичних речовин* / *наркотиків* замість помилкових *наркозалежний* чи *наркоман*. Натомість журналістські тексти нерідко демонструють уживання некоректних лексем із виразною негативною семантикою під час висвітлення історій про цих осіб: «*У Запоріжжі 17-річний* ***наркозалежний*** *порізав патрульного ножем: правоохоронець у критичному стані*» («ТСН», 28.12.2020); «*З львівської психіатричної лікарні втік* ***наркозалежний*** *пацієнт*» («Zaxid. Net», 13.10.2021); «***Наркозалежний*** *тероризує мешканців будинку у Звенигородці*» («Вісті Черкащини» (23.06.2020); «*У Луцьку затримали* ***наркомана****, який поцупив поштові ящики*» («Волинь24», 30.09.2018), «*У Луцьку* ***наркоман*** *в одязі перепливав річку*» («Волинь24», 16.10.2018); «*У Києві* ***наркоман*** *намагався викрасти автомобіль з дружиною власника – ЗМІ*» («УНІАН», 12.01.2019); «“*Ти ще не готовий від нас піти”. Як реабілітаційні центри для* ***наркозалежних*** *лікують, ламають і міцно тримають*» («Громадське», 06.07.2021). Зазвичай подібні характеристики знеособлюють людину.

Висновки і пропозиції. Отже, можна узагальнити, що журналісти, пишучи про представників різних соціальних груп (за віковими характеристиками, етнічною належністю, соціальним статусом тощо), порушують журналістику толерантності, вдаючись до етично некоректних слововживань. Почасти подібні висловлювання щодо певних категорій людей породжують так звану мову ворожнечі. Зауважуємо, що некоректні номінації представлені як у заголовковому комплексі публікацій, так і в самому текстовому наповненні матеріалів.

Перспективу наукового пошуку становить подальший аналіз неправильних номінацій сучасного медіаконтенту, вироблення професійних рекомендацій щодо послуговування коректною лексикою в текстах ЗМІ з метою дотримання етичних норм та формування культури фахової комунікації.

Список літератури:

1. Алексенко С. Ф. Політична коректність в англомовному медійному дискурсі як засіб реалізації кооперативної комунікативної стратегії. *Науковий вісник кафедри ЮНЕСКО Київського національного лінгвістичного університету. Серія: Філологія, педагогіка, психологія.* 2018. № 36. С. 52–56.

2. Андрейців І. Словничок освіченого українця: як можна і не можна говорити про людей. *Українська правда* : сайт. URL: https://life.pravda.com.ua/society/2018/01/23/228588/ (дата звернення: 20.02.2024).

3. Голуб О. П. Медіакомпас: путівник професійного журналіста. Практичний посібник. Інститут масової інформації. Київ : ТОВ «Софія-А». 2016. 184 с.

4. Дацишин Х. Мовна толерантність у назвах осіб старшого віку: можливості медіа у формуванні й руйнуванні стереотипів. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»: журналістика.* 2002. № 2 (4). С. 87–94. URL: https://doi.org/10.23939/sjs2022.02.087 (дата звернення: 20.02.2024).

5. Кодекс етики українського журналіста. *Комісія із журналістської етики* : сайт. URL: https://cje.org.ua/ethics-codex/ (дата звернення: 20.02.2024).

6. Пукало Я. Журналістика толерантності: як медіа зловживають мовними стереотипами. *Медіакритика* : сайт. URL: http://mediakrytyka.lnu.edu.ua/standarty-yakisnoi-jurnalistyky/zhurnalistyka-tolerantnosti-yak-media-zlovzhyvayut-movnymy-stereotypamy.html (дата звернення: 20.02.2024).

7. Pikuła N. G. Obraz osoby starszej w przestrzeni medialnej. *Studia Socialia Cracoviensia*. 2016. No 2 (15). P. 199–212.

8. Shulska N., Kostusiak N., Zyma O., Larina K., Bukina N., Kevliuk I., Ostapchuk S. Hate Language as a Negative Phenomenon of the Ukrainian Domestic Media Space in News Content about the War. *AD ALTA: Journal of Interdisciplinary Research*, 2023. Vol. 13, Issue 2, Spec. Issue XXXV. P. 82–87.

9. Shulska N., Kostusiak N., Pykaliuk R., Sypchenko I., Bondarenko O., Dubetska O., Yevdokymenko I., Zyma O. Incorrect Nominations of Persons as Violations of Journalistic Ethics in Modern Materials of Sensitive Media Content (On the Mateials of Ukrainian Media). AD ALTA: Journal of Interdisciplinary Research, 2023. Vol. 13, Issue 2, Spec. Issue XXXVII. P. 63–70. URL: https://www.magnanimitas.cz/ADALTA/130237/papers/A_10.pdf (дата звернення: 20.02.2024).

Shulska N. M., Zinchuk R. S., Naumenko L. M. (IN)CORRECT LEXICON IN MODERN MEDIA COMMUNICATION: ETHICAL NORMS AND LANGUAGE EXPERIENCE

The article records, structures and comprehensively analyses sensitive media content regarding correctness/incorrectness of nominations of individuals from certain communities. It focuses on names of people from ethnic and social groups represented in the language of modern media. Relevant equivalents are proposed that correlate with the rules of social and linguistic etiquette, as well as testify to the observance of professional standards. The focus was on media texts with nominations violating ethical norms and linguistic culture. Incorrect nominations of people based on ethnicity, gender stereotypes, age, and social status are analyzed. Exaggerated headlines with expressive evaluative labels were recorded, which is a manifestation of non-compliance with professional standards. The language experience shows that media professionals violate the journalism of tolerance by using ethically incorrect phrases or statements. It is noted that incorrect nominations are presented both in the title complex of publications and in the textual content of the materials. It was found that such statements about certain categories of people generate the so-called hate speech, so they are unjustified in media communication. It is necessary to indicate the relevant characteristics of a person or group of persons only in cases where this information is important, i.e., an integral part of the publication. When covering stories about women and men, it is important to take into account the gender sensitivity of the text. The comprehensiveness and objectivity of the study was ensured by the use of a number of methods: descriptive, which systematised and characterised language units that are outside the scope of ethical norms and journalistic tolerance; contextual analysis used to identify and clarify the role of incorrect vocabulary and terminology within the analysed texts; communicative and pragmatic analysis, which helps to determine the impact of sensitive content on recipients, including vulnerable groups.

Key words: *(in)correct lexicon, media communication, sensitive content, ethical norms, language experience.*