

Это представляется весьма обоснованным, так как при существующем множестве предписаний, касающихся непосредственного содержания медийных сообщений, мы не обнаруживаем конкретного свода этических стандартов, отвечающих за форму. Скорее, вопросы морали по-прежнему относятся к разряду «неписаных» правил, а следовательно, являются личным выбором каждого члена редакции.

Научно-теоретический анализ работ по данной теме выявил, что среди требований к составителям медийного контента выделяются чутье, оперативность и энтузиазм. Также неоднократно подчеркивается соблюдение журналистской этики, особенно в работе с источниками информации, героями публикаций и аудиторией СМИ.

Практический материал исследования был отобран методом сплошной выборки газетных текстов различного характера. Мы проанализировали 132 единицы, в которые вошли авторские и аналитические статьи, заметки, репортажи, рассказы, фельетоны, анекдоты.

На основе метода контент-анализа и трех «линеек» этического измерения (общечеловеческие моральные принципы, требования этикета и соблюдение ситуативного протокола) было выявлено 104 примера, которые попадают в категорию этических нарушений. Для упрощения задачи все случаи несоответствия нормам морали и нравственности были условно разделены на группы, уже упомянутые в положениях журналистской этики, то есть нарушения по отношению к аудитории, к источникам информации и к героям публикаций.

В первой группе стоит отметить высокую частотность примеров навязывания автором личной точки зрения, не подкрепленной фактами (49 %). Во второй группе превалирует количество примеров с конструкциями деавторизации (37 %). Третью группу возглавляют случаи навешивания ярлыков и пренебрежительных замечаний (29 % и 28 %).

Просматривается очевидное расхождение между такими целями медийной коммуникации, как развитие массового сознания, культурных вкусов, духовных потребностей, и способами их реализации, что требует вмешательства. Исследование подобного рода представляет особый интерес для лингвистов и специалистов по коммуникации, так как оно позволяет сформулировать рекомендации по повышению этичности медийного продукта, что так актуально в XXI веке.

Е. Матылёнок

ОСОБЕННОСТИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО СЛЕНГА В СФЕРЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

В сфере информационных технологий (далее ИТ) велико количество специальных терминов, связанных с технологиями создания, хранения, обработки всех видов данных, но еще больше в этой сфере слов, относящихся к профессиональному сленгу, который представляет собой разговорный

вариант профессиональной речи. На примере белорусской ИТ-компании ООО «Леверекс Интернешнл» были выявлены некоторые особенности профессионального сленга в сфере информационных технологий. Для исследования было отобрано 200 языковых единиц методом включенного наблюдения, а также путем анализа открытых переписок в общем чате компании.

Во-первых, стоит отметить, что русскоязычная компьютерная терминология находится в тесной взаимосвязи с английским языком. Это обусловлено тем, что становление и развитие сферы ИТ происходило в основном на территории США, поэтому английский язык был и остается универсальным способом передачи информации в компьютерной среде во многих странах мира. В ходе анализа было зафиксировано, что в сфере ИТ новые термины попадают в русский язык из английского путем калькирования, транслитерации (*фуллтайм*, *бэкэнд*), транскрибирования (*куки*, *ревью*), а также сохранения исходного типа написания (*IOS*, *event*). При переходе в русский язык английские слова ассимилируются в той или иной мере, например, при помощи суффиксации (*вьюшка* от англ. *view* ‘элемент пользовательского интерфейса’, *апликуха* от англ. *application* ‘приложение’), префиксации (*заделитить* от англ. *delete* ‘удалить’, *проандейтить* от англ. *update* ‘обновить’), усечения (*репа* от *репозиторий*, *моник* от *монитор*), метафорического переноса значений (*макаронина* ‘длинная строка кода’), аббревиации (*ВА* ‘бизнес-аналитик’).

Во-вторых, отобранные примеры ИТ-сленга можно разделить на несколько тематических групп.

1. Обозначения технических устройств, их деталей и составных частей разного рода: *уши* ‘наушники’, *таблетка* ‘планшет’.

2. Названия компьютерных операций и действий разного рода: *зарепортировать* ‘указать время работы, потраченное на выполнение задачи’, *слить с гита* ‘скачать из хранилища’.

3. Названия программ, файлов, команд, ошибок: *багец* ‘программная ошибка’, *изи таска* ‘легкая задача’.

4. Сообщения, которые пользователи получают от системы: *кансел* ‘отменить’, *чекнуть* ‘проверить’.

5. Обозначения людей, связанных со сферой ИТ: *сеньор-помидор* ‘опытный разработчик’, *менеджер* ‘менеджер проекта’.

6. Понятия, связанные с организацией работы ИТ-компании: *митинг* ‘совещание’, *скрам* ‘метод управления проектами’.

Таким образом, можно сказать, что сфера информационных технологий богата заимствованиями из английского языка. Основные понятия релевантны для всей сферы в целом и могут быть использованы в ходе работы как компаний-партнеров, так и при организации работы с иностранными клиентами. Тем не менее каждая ИТ-компания использует характерную именно для нее профессиональную лексику, формы слов, и некоторые значения могут отличаться в различных компаниях.