**Тема работы:** «Терминология в нишевых и массовых СМИ».
**Предмет исследования:** правила употребления и стилистические особенности терминологии, которая используется в нишевых и массовых СМИ.
**Цель научной работы** проведение комплексного анализа терминологии на основе материала русскоязычных нишевых и массовых текстов СМИ.
**Задачи исследования:** 1. изучение использования терминов в нишевых и массовых СМИ; 2. анализ семантических особенностей терминологии в различных типах СМИ; 3 определение основных функций использования терминологии в СМИ; 4. исследование влияния терминологии на восприятие информации аудиторией.

 **Эмпирический материал:** статьи, размещённые на сайтах информационных источников «Постскриптум», «Самарское обозрение», «Коммерсантъ», медиапроекта «Купрум».
**Актуальность исследования:** распространение современного знания и научной информации о предметном мире приводит к тому, что термины, изначально используемые научном стиле, начинают функционировать и за пределами исконной сферы: в обиходно-бытовой речи, в художественной литературе и в публицистике. Выбор темы связан с тем, что неологизация современного языка находит своё отражение в текстах СМИ, с помощью чего прослеживаются тенденции современной русской речи. В работе рассматриваются изменения в области терминологии, так как терминология – одна из наиболее динамичных сфер лексики на современном этапе развития языка.

Обширные слои терминологической лексики всё больше включаются в активный словарь, оказывают влияние на характер словообразовательных связей внутри языка. Термин является членом определенной терминологической системы, относящейся к той или иной области науки, техники, производства, и его концептуальное содержание определяется его местом в соответствующей системе.

При лингвистическом анализе терминологии центром внимания должны стать нишевые и массовые газеты и журналы, а также и ресурсы глобальной компьютерной сети Интернет, так как многие термины фиксируются не столько в словарях, сколько в СМИ. Так, например, на сайтах крупных изданий («Ведомости», «Коммерсантъ» и др.) даются новые электронные словари, например, экономических терминов для удобства чтения, восприятия и понимания содержания статей.

Термины входят в лексическую систему языка, но лишь посредством конкретной терминологической подсистемы. В отличие от общеупотребительного слова, значение термина не связано с контекстом, за исключением многозначных терминов, которые употребляются в разных областях науки.

Состав терминологической лексики в газетных текстах постоянно обновляется, потому что в языке газеты отражаются живые процессы, происходящие в жизни. Так как главным в подобных текстах становится сообщение, то можно утверждать, что термин в них используется в прямом значении и способен выполнять ряд функций: 1) функция передачи информации, 2) функция передачи знаний, 3) функция популяризации научных знаний.

Нишевые СМИ представляют целевой аудитории данные определенного сегмента какого-либо тематического профиля. В этом их основное отличие от медиа общего интереса. Примеры терминологии в нишевых СМИ могут включать специализированную терминологию, связанную с конкретной отраслью или областью знаний. Пример одной из статей в издательстве «Купрум»:
**«*Ишемические очаги*** *в головном мозге могут приводить к развитию* ***транзиторных ишемических атак*** *или* ***инсульта****.»* В приведенном отрывке неоднократно используются медицинские термины, названия заболеваний (*ишемические очаги, инсульт, транзиторная ишемическая атака*). Становится понятно, что СМИ «Купрум» рассчитано на читателей, которые интересуются медициной.

Примеры терминологии в массовых СМИ могут включать более широко используемые и понятные термины, которые охватывают различные области жизни. Например, в новостных изданиях могут употребляться термины «политика», «экономика», «конфликт», «пандемия» и другие, которые отражают актуальные события и явления в мире.

Если рассмотреть формальную структуру термина, то можно выделить несколько разновидностей:

1. **термины-слова** (*корневые* («вода»), *сложные* («биосфера»), *сложносокращенные* (АЗУ), а также слова необычной структуры, образовавшиеся *путем скорнения* («магнитола» — от «магнитофон» + «радиола»), *цепочечные образования* («2,5-диметил-5-этил-3-изопропилгептан»);
2. **термины-словосочетания** существительного с прилагательным, существительного с существительным в косвенном падеже («степень числа»), существительного с другим существительным в качестве приложения («рак-отшельник»);
3. **многословные термины («**фильтрационный потенциал самопроизвольной поляризации в скважине»).

Чаще всего в нишевых изданиях используются термины-слова и термины-словосочетания, а в массовых изданиях – термины-слова. Но во время карантина из-за ковида в массовых изданиях появлялись и многословные термины (чаще это было связано с описанием течения ковида – например, «коронавирус SARS CoV-2», «коронавирусная инфекция COVID-19»), в ряде случаев использовались русские и англоязычные слова.

Используемые термины должны быть понятны неспециалистам и не вызывать непонимания. В то же время они могут быть более унифицированными и стандартизированными, поскольку текст адресуется широкой аудитории, в отличие от нишевых СМИ.
Таким образом, основное различие между использованием терминологии в нишевых и массовых СМИ заключается в ее специализации и уровне сложности, который соответствует потребностям целевой аудитории каждого типа издания.

**Список литературы:**

1. ﻿Волкова Л.Б., Гордейчук Л.В., Моисеева В.Л. // Основы научной речи: учеб. пособие; под. ред. В.В. Химика, Л.Б. Волковой. СПб.: Филологический факультет СПбГУ; М.: Издательский центр Академия, 2003.
2. Ван Хао. Строение современных русских газетных текстов: автореф. дис. ... канд. фил. наук: 10.02.01/ Ван Хао М., 2008.