

Конверсия как способ словообразования в современном английском медиадискурсе

Панфилов Александр Сергеевич

Студент (бакалавр)

Мордовский государственный педагогический университет им. М. Е. Евсевьева, Саранск, Россия

E-mail: alexpanfilov1703@gmail.com

Панфилов Александр Сергеевич

Студент ФГБОУ ВО «Мордовский государственный педагогический университет имени М. Е. Евсевьева», Саранск, Россия

Конверсия является один из ключевых способов словообразования в английском языке, позволяющим изменять грамматическую категорию слова без изменения его формы.

Актуальность изучения конверсии обусловлена её распространённостью в повседневной речи, литературе, рекламе, медиатекстах и профессиональной коммуникации. Согласно исследованиям, более 19,6% словарного состава современного английского языка образовано через конверсию. Конверсия активно используется в формировании новых терминов, особенно в сфере информационных технологий, маркетинга и социальных сетей [1].

Помимо конверсии, к продуктивным способам словообразования относятся: аффиксация (использование префиксов и суффиксов, например: “happy” → “unhappy”); сложение (образование новых слов из двух корней: “toothpaste, smartphone”); сокращение и аббревиатура (advertisement → ad, television → TV).

Конверсия выделяется среди них тем, что не предполагает изменения формы слова, но при этом полностью меняет его функцию. В отличие от аффиксации или сложения, конверсия не требует добавления новых морфем, что делает её экономичным и продуктивным способом расширения лексики.

Конверсия начала активно формироваться в XIII веке из-за упрощения морфологии английского языка, связанного с утратой флексий. Многие существительные и глаголы начали совпадать по форме, что дало толчок распространению конверсии. В средневековый период активно использовалась вербализация существительных (a drink → to drink). В эпоху Шекспира конверсия уже являлась стандартной практикой формирования новых слов.

Основными видами конверсии в современном английском языке являются:

1. Вербализация – образование глаголов от существительных, например, Google → to google (искать в интернете), text → to text (отправлять сообщения)
2. Субстантивация – превращение глаголов в существительные, например, run (бегать) → a run (забег); laugh (смеяться) → a laugh (смех).
3. Адъектификация – превращение слов в прилагательные, например, empty (пустой) ← to empty (опустошать).
4. Адвербализация – превращение слов в наречия, например, fast (быстрый) → fast (быстро).

Конверсия может быть полной или частичной: полная конверсия предполагает, что слово полностью меняет категорию и принимает все грамматические характеристики новой части речи; частичная – слово сохраняет некоторые свойства исходной формы, например, the rich (богатые), the wounded (раненые).

Конверсия позволяет сделать текст лаконичным, выразительным и понятным. Она особенно востребована в цифровой среде, рекламе и новостях. В медиатекстах часто наблюдается тенденция к образованию новых слов с помощью конверсии. Можно привести следующие примеры конверсии в медиатекстах:

То hashtag – существительное “hashtag” (хештег) превращается в глагол, обозначающий размещение отметки в виде знака решётки и ключевого слова или нескольких слов в качестве ссылки к появившейся тенденции в интернете или в попытке создать такую тенденцию.

То friend – в соцсетях слово “friend” (друг) стало глаголом, обозначающим добавление в список друзей.

То impact – существительное “impact” (влияние) стало глаголом “to impact” (оказывать влияние).

То access – из существительного “access” (доступ) образовался глагол “to access” (получить доступ).

То email – из существительного “email” (электронная почта) образовался глагол “to email” (отправить письмо).

Влияние конверсии на структуру медиатекстов заключается в следующем:

1. Экономия языковых средств – замена сложных конструкций одним словом.
2. Создание динамичного текста – текст становится более живым и выразительным.
3. Адаптация к технологическим изменениям – появление новых терминов и удобство их использования.
4. Обогащение лексического запаса – расширение количества возможных значений одного слова. Конверсия – это мощный инструмент словообразования, позволяющий языку быстро адаптироваться к изменениям.

В английском языке конверсия играет важную роль в развитии лексики и обогащении словарного состава. В медиадискурсе она особенно востребована благодаря своей гибкости, лаконичности и выразительности. Тенденция к использованию конверсии в речи будет только усиливаться, особенно в условиях цифровой эры.

Источники и литература

- 1) Kiss, K., Polcz, K., Valoczi, M. WhatsApp Me or the role of word conversion in the language of social media // Porta Lingua. 2024. No 1. P. 49-66.