

Н.И. КОРОБКИНА
(Волгоград)

НЕКОТОРЫЕ ФУНКЦИИ СОВРЕМЕННЫХ КОМПРЕССИВНЫХ ОККАЗИОНАЛИЗМОВ КАК ОТРАЖЕНИЯ ЯЗЫКОВОЙ ЭКОНОМИИ

Характеризуются подходы к определению окказионализма, предлагается его понимание как отражения языковой экономии и компрессии. Описывается прагматический и когнитивный потенциал современных компрессивных окказионализмов, выделяются игровая и апеллятивная функции таких новообразований.

Ключевые слова: окказионализм, языковая экономия, компрессия, прагматический и когнитивный потенциал окказионализма, концептуальная интеграция, языковая игра, апеллятивная функция окказионализма.

Антропоцентрический подход к анализу языковых и речевых явлений, усиление интереса к языковой личности, ее лингвокреативной деятельности и игровой функции языка, высокая степень свободы самовыражения, стремление украсить игровыми моментами повседневность, поиск новых эффективных средств для более емкой, выразительной и экспрессивной передачи мыслей, эмоций и чувств человека, бесспорно, являются важнейшими детерминантами в развитии современного общества и коммуникативного пространства языка. Кроме того, интенсивный темп жизни ставит человека в такие условия, когда становится необходимым в более сжатые сроки воспринять и осмыслить больший объем новой информации, поступающей извне с целью восполнения имеющихся коммуникативных лакун, в том числе и эмотивных.

Замечено, что в последнее время такая новейшая информация обрамляется в форму окказионализмов, когда словообразование представляет собой творческий процесс создания нетривиальных номинативных единиц, оказывающих воздействие на реципиентов своей структурой, семантикой, эмоциональным, когнитивным и прагматическим потенциалом. Именно поэтому проблема определения окказионализма, в том числе формирование единого взгляда на основные характеристики и дифференциальные признаки окказиональных новообразований, на протяжении многих лет остающаяся дискуссионным вопросом теории языка, в настоящее время становится особенно актуальной и привлекательной для исследователей.

Приведем некоторые существующие в науке точки зрения на данную проблему. По мнению А.Г. Лыкова, окказиональные слова обладают следующими признаками: принадлежностью к речи, творимостью (невоспроизводимостью), словообразовательной производностью, ненормативностью, функциональной одноразовостью, экспрессивностью, номинативной факультативностью, синхронно-диахронной диффузностью, индивидуальной принадлежностью [10, с. 11–35]. Еще один взгляд на природу окказионализма говорит о том, что традиционно под окказионализмами понимаются слова, образованные по непродуктивной модели, используемые только в условиях данного контекста [12], или, например, любые авторские новообразования, отсутствующие в узусе, независимо от модели производства, способные оказать прагматическое воздействие на адресата [1, с. 5]. Иначе говоря, окказионализмы оказываются жестко привязанными к определенной коммуникативной ситуации и говорящему лицу. Они, даже выходя за пределы конкретных условий порождения, сохраняют свой одноразовый индивидуальный характер [9, с. 17], поскольку представляют собой экспрессивные авторские образования, не кодифицируемые словарями [11, с. 9].

Систематизация вышеприведенных подходов и дополнение их собственными идеями позволяют нам предложить релевантное для данной статьи понимание окказионализма: не существовавшее ранее слово или словосочетание авторского характера, появляющееся и проявляемое в речи, с присущей ему постоянной новизной с течением времени и вне условий порождения, обладающее формой, значением и выражающее определенное понятие. Окказионализм *на момент своего рождения* характеризуется появлением в конкретной коммуникативной ситуации (включающей в себя цель, тему, участни-

ков, хронотоп, сферу, мотив, прагматику), созданием по случаю и отсутствием широкого (частотного) ситуативного функционирования: *новотека* (*новостная* + *библиотека*) (Новотека) – ‘значительное по количеству собрание главных новостей дня’ (здесь и далее при отсутствии ссылки на источник семантика окказионализма формулируется нами. – Н.К.); *games maker* (The Telegraph. 2012. 13 Nov.) – ‘волонтер, помогающий в организации Олимпийских игр’ и др.

Представляется очевидным, что подобные современные окказиональные номинации, появляющиеся в различных коммуникативных сферах, представляют собой отражение языковой экономии и механизма ее реализации – компрессии. Не вызывает сомнения тот факт, что языковая экономия – это один из важнейших внутренних законов развития языка, один из движущих факторов эволюции языковой системы, заключающийся в отборе наиболее рациональных и кратких для целей коммуникации единиц. Например, на фонетическом уровне экономия проявляется в том, что при произнесении некоторых слов сводятся к минимуму затрачиваемые на это акустические усилия: *здасьте* вместо *здравствуйте*, *дожь* вместо *дождь*, *вада* вместо *вода* и пр. Лексическая экономия удачно представлена следующим примером. Главная часть компьютера называется *системный блок*, но в обиход, как мы знаем, вошел краткий вариант данной лексической единицы – *системник*. С точки зрения семиотики слово сжимается («экономится») в своем плане выражения, но сохраняет при этом план содержания, что свидетельствует о таком механизме реализации языковой экономии и формальной характеристике новообразования, как компрессия. Графически экономия может достигаться редуцированием орфографических символов, что позволяет говорить о новом способе словообразования – словостяжении: *околокремля* (ежегодная акция «Слово года») – ‘в корыстных целях слишком близко к государственной власти, что позволяет быть с ней в очень тесном сотрудничестве’; *сашатаня* (телеканал ТНТ) – ‘название сериала’; *newwavejunior* (телевизионная реклама на телеканале «Россия 1») – ‘дети – участники конкурса «Новая волна»’; *newvestars* (телевизионная реклама на телеканале «Россия 1») – ‘взрослые – участники конкурса «Новая волна»’ и др. (подробнее об этом способе образования современных компрессивных окказионализмов см.: [6]).

Вероятно, тенденция к экономии формируется под влиянием экстралингвистических факторов, среди которых особую роль играет интенсивное развитие многих сфер жизнедеятельности современного общества, сопровождаемое научно-техническим прогрессом. Все это приводит к увеличению информативности за счет минимизации усилий, времени и количества используемых в языке / речи единиц. Именно поэтому в рамках коммуникативной парадигмы языкознания такая тенденция сводится к принципу, который должен стать, на наш взгляд, общеметодологическим: общение людей за счет экономии языковых средств, усиления семантики появляющихся новых номинаций должно стать более экономичным и более прагматичным, т.е. более экспрессивным.

В подтверждение данного тезиса рассмотрим следующие окказиональные номинации: *бутик-отель* (*бутик* + *отель*) (MTV, телепередача «Орел & Решка», 14 марта 2013 г.) – ‘очень маленькая, но шикарная гостиница с дизайнерским интерьером’; *вялое декольте* («Первый», телепередача «Модный приговор», 13 марта 2013 г.) – ‘невыразительное, неясное, нечеткое декольте’; *grandfriend* (*grandmother* + *girlfriend*) (ТНТ, телепередача «Универ. Новая общага», серия № 68) – ‘возлюбленная молодого человека, которая годится ему в бабушки’; *freakonomics* (*freak* + *economics*) (Steven D. Levitt, Stephen J. Dubner. *Freakonomics: a rogue economist explores the hidden side of everything* (2005)) – ‘современная экономическая наука, занимающаяся изучением различных загадок повседневной жизни, результаты которого нередко ставят общепринятую точку зрения с ног на голову’ и др. План содержания подобных окказиональных новообразований в совокупности с компрессией их плана выражения явно усиливает экспрессивный характер той ситуации, в которой они рождаются и функционируют. Это добавляет самим словам коннотативную (эмотивную) окраску и экспрессивный оттенок, наделяет их, таким образом, эмотивной семантикой, позволяющей отнести эти номинации, согласно лингвистической теории эмоций (подробнее см.: [14]), к типу эмотивной лексики в статусе коннотатива.

Вышесказанное подтверждает тот факт, что основной целью создания современных компрессивных окказионализмов, анализируемых в данной статье, является языковая экономия. Вместе с тем средства достижения обозначенной цели могут быть различными, что объясняет наличие разнообразных функций современных компрессивных окказионализмов, реализуемых с целью достижения языковой экономии кластерно (прагматическая, когнитивная, игровая, апеллятивная). Однако представляется возможным выделить среди них доминантные, выходящие в зависимости от коммуникативной ситуации на первый план.

Рассмотрим эти функции подробнее. Реализация *прагматической функции* современных компрессивных окказионализмов как отражения языковой экономии проявляется в их выразительности, в оказываемом ими на говорящего / слушающего перлокутивном эффекте неожиданности и удивления, в их воздействии на чувственную сферу говорящего / слушающего, в намерении вербальной номинации неназванного [3, с. 26–27]. Приведем пример. В последнее время в ряде телевизионных передач и сериалов, а также в сфере интернет-коммуникации все чаще появляются компрессивные окказиональные номинации: *венерологический покер* (ТНТ, телесериал «Интерны», сезон 3, эпизод 28) ‘игра в покер бланками анализов пациентов венерологического отделения больницы’; *килогоды* (*килограммы + годы*) («Первый», телепередача «Пусть говорят», 19 февраля 2013 г.) ‘прибавка веса с годами жизни человека’; *котакалендарь* (*кот + о + календарь*) («Живой Журнал», пользователь volha-l, запись от 1 марта 2013 г.) ‘календарь с изображениями кошек’; *мексиканский епандос* (ТНТ, телесериал «Деффчонки», сезон 2, серия № 16) ‘фитнес-тренер из Мексики; мопс (порода собаки)’; *пати-бас* (*пати* (от англ. *party*) + *бас* (от англ. *bus*)) (MTV, телепередача «Орел & Решка», 4 апреля 2013 г.) ‘автобус, переделанный под ночной клуб на колесах (г. Сан-Паулу)’ и др. Все эти окказиональные коммуникативные новинки, создаваемые с целью языковой экономии, одновременно с этим оказывают и небеспристрастное воздействие на реципиентов своим прагматическим потенциалом.

Во-первых, компрессивный план выражения данных окказионализмов содержит определенные элементы выразительности и красоты, т.е. способствует эвокации эстетического удовольствия от обновления речи. Во-вторых, эти окказионализмы, скорее всего, ранее не встречались большинству телезрителей и пользователей Интернета, поэтому со стороны говорящего обладают перлокутивным эффектом неожиданности и провоцируют удивление слушающего. В-третьих, в данных окказиональных словах и словосочетаниях явно присутствует намерение вербальной номинации неназванного, т.е. они используются для номинации не существовавших до момента их появления реалий. Все вышесказанное свидетельствует о том, что рассматриваемые компрессивные окказионализмы, несомненно, оказывают эмоциональное воздействие на коммуникантов, что тоже является составляющей прагматического потенциала, делающей общение такими номинациями, с одной стороны, более экспрессивным, а с другой – более экономичным.

Связь современных компрессивных окказионализмов с познанием окружающего мира, с сохранением и передачей накопленной информации от поколения к поколению, с концептуализацией и категоризацией различных реалий, отражение синкретичного процесса мышления коммуникантов составляют реализацию *когнитивной функции* таких новых номинаций. В первом случае свидетельством реализации когнитивной функции могут быть следующие компрессивные окказиональные номинации, зафиксированные в произведениях художественной литературы в период творчества известных писателей и поэтов и дошедшие до наших дней: *неустаюноша* (*неустающий + юноша*) (Е.А. Евтушенко. Не уставай) – ‘не испытывающий усталость молодой человек’; *рвиски* (*рвать + виски*) (Г.В. Сапгир. Паренек и герлески) – ‘сильно резкими движениями употреблять крепкий алкогольный напиток’; *свинтурист* (*свинья + турист*) (Г.В. Сапгир. Паренек и герлески) – ‘грязный и неопрятный турист с низменными привычками, возможно, ведущий себя грубо’. Кроме того, в процессе создания современных компрессивных окказионализмов как отражения языковой экономии происходят ментальное конструирование мира и системное оформление полученного знания, неотъемлемыми «спутниками» чего яв-

ляются процессы сравнения и классифицирования явлений, распределения их по разным классам, рядам и категориям, получившие название категоризации [4, с. 144].

Отражение синкретичного процесса мышления современного человека как автора и пользователя компрессивных окказионализмов также является одной из составляющих когнитивной функции таких новообразований. В содержательном отношении современный синкретизм представляет собой совершенно новый уровень своего развития, отличающийся от примитивного синкретизма древних людей: процесс создания новых компрессивных окказионализмов опирается на уже существующий в языке строительный материал в виде узуальных лексических единиц. Примерами таких недавно появившихся коммуникативно-потенциальных окказионализмов могут быть следующие слова: *вампоэкономика* (*вамп* + *о* + *экономика*) (Комс. правда. 2013. 14 марта) – ‘экономика, находящаяся в состоянии глубокой стагнации и существующая за счет постоянных вливаний извне’; *шубтур* (*шубный* + *тур*) (MTV, телепередача «Орел & Решка», 15 февраля 2013 г.) – ‘поездка за границу с целью покупки шубы или других меховых изделий, когда магазин покрывает расходы на проезд и предоставляет хорошую скидку на выбранный товар (г. Афины)’; *arabellion* (*Arab* + *rebellion*) (Вся Европа. 2012. Вып. 1(62)) – ‘революции и перемены, произошедшие в арабских странах’; *Frankenstorm* (*Frankenstein* + *storm*) (The Global Language Monitor) – ‘придуманное американскими синоптиками разговорное название для урагана «Сэнди» – мощного тропического циклона, образовавшегося в конце октября 2012 г. и затронувшего Ямайку, Кубу, Багамские острова, Гаити, побережье Флориды, а впоследствии северо-восток США и восточную Канаду’ и др. Эти компрессивные окказионализмы и их семантические дефиниции подтверждают, что речь идет о стремлении мышления современного человека к синкретизму, т.е. о его ментальной способности максимально сжато и емко выражать мысль в речи. Несмотря на это, план выражения данных номинаций в результате сложных ментальных операций, осуществляемых человеком, становится компрессивным, а план содержания не теряет своей емкости в сравнении с аналитическими прототипами (семантическими дефинициями). На основании этого можно предположить, что тенденция к синкретизму становится опережающей. Это приводит к появлению новой языковой личности, способной выражать свои мысли более кратко, т.е. более экономично с точки зрения артикуляционных усилий и вмещения большего объема семантики в сжатую внешнюю форму. Такая новая языковая личность обладает особым лаконичным способом мышления и особым лаконичным коммуникативным поведением, поэтому имеет несколько иное языковое представление об объективном мире, т.е. несколько иную его языковую картину.

Когнитивный потенциал современных компрессивных окказионализмов и, следовательно, реализация ими когнитивной функции проявляются еще и в том, что на ментальном уровне эти новообразования представляют собой результат концептуальной интеграции, суть которой излагается в одноименной теории Ж. Фоконье и М. Тернера [15]. Согласно данной теории, на уровне мышления человека происходит смешение двух пространств, что объясняет появление особого ментального конструкта – концептуального бленда. Представим данный феномен на примере недавно появившейся компрессивной окказиональной номинации *weddiquette* (*wedding* + *etiquette*). С позиций концептуальной интеграции ментальный коррелят данного компрессивного окказионализма состоит из двух исходных ментальных пространств – *wedding* и *etiquette*. Общими для данных исходных пространств могут быть следующие элементы: *formal situation* (формальная / официальная обстановка) и *presence of public* (присутствие общественности). Набор специфических элементов пространства *wedding* может включать в себя *ceremony* (церемония), *bride* (невеста), *groom* (жених), *party* (вечеринка) и др., в то время как специфическими элементами пространства *etiquette* являются *rules* (правила), *polite behaviour* (вежливое поведение) и др. Процесс концептуальной интеграции этих двух исходных пространств приводит к тому, что их общие элементы в результате сложных ментальных операций образуют концептуальный бленд *weddiquette*. Семантика вербального коррелята данного концептуального бленда – компрессивного окказионализма *weddiquette* – становится независимой от исходных пространств: *правила поведения, манеры, приличествующие такому событию, как свадьба* [2, с. 14].

Интересно, что в основе некоторых современных компрессивных окказионализмов лежит процесс языковой игры, способствующий реализации *игровой функции* новой номинации. По справедливому замечанию С.В. Ильясовой, на сегодняшний день в отечественном языкознании можно выделить два основных подхода к пониманию сути языковой игры: представители первого связывают языковую игру с сознательным нарушением нормы, вторые видят в языковой игре отклонение от определенных правил, но в пределах нормы [5, с. 32].

К вышесказанному добавим, что, каким бы ни был взгляд на понимание сути языковой игры, в современной науке методологическим является положение о ее лингвокреативном характере. По мнению В.З. Санникова, языковая игра – это сознательное манипулирование языком, построенное если не на аномальности, то по крайней мере на необычности использования языковых средств [13, с. 17]. Соглашаясь с такой точкой зрения, добавим, что любая новая номинация, содержащая в себе элементы языковой игры, ориентирована на реализацию языком его творческой функции, результатом чего может быть достижение определенного прагматического эффекта: неожиданного, комического, ироничного и др. Посредством такой лингвокреативной деятельности можно обнаружить в языке его скрытые эстетические возможности, обуславливающие не только креативную активность, но и творческую речедетельностную способность языковой личности.

Общеизвестно, что благодаря коммуникативному пространству Интернета стало возможным помещать больший объем информации в тот же объем времени. Данный факт послужил, на наш взгляд, не только толчком к дальнейшему научно-техническому прогрессу и развитию языка и его коммуникативного пространства по пути экономии, но и стимулом для появления языковой игры как базы для образования многих современных компрессивных окказионализмов. В связи с этим права Е.И. Куманицина, утверждающая, что основу новых номинаций составляют «сознательное варьирование языковых знаков и трансформация языковых форм, создающая нетривиальные новые языковые единицы в целях воздействия на социум» [8, с. 4]. Повторим еще раз, что такое воздействие обязательно носит креативный и прагматический характер, поскольку оно, с одной стороны, направлено на эвокацию скрытых творческих потенций языка и его носителя как создателя новых номинаций, а с другой – обращено к эмоциональной сфере их реципиента.

Возьмем, например, такие современные компрессивные окказиональные номинации, как *авастрофа* (*авария* + *катастрофа*) (Муз-ТВ, телепередача «Топ-модель по-американски») и *свекрёща* (*свекровь* + *тёща*) («Юмор FM», из выступления С. Рожковой 18 сентября 2012 г.). Сознательная игровая трансформация исходных языковых форм *авария* и *катастрофа*, *свекровь* и *тёща* в соответствующих компрессивных окказионализмах приводит к созданию необычных номинаций, вызывающих неожиданный эффект со стороны реципиентов. Знакомство с семантикой таких окказионализмов (*авастрофа* – ‘неожиданное событие с неудачными, несчастными, трагическими последствиями, бедственное или безвыходное положение’; *свекрёща* – ‘свекровь и тёща в одном лице’), скорее всего, спровоцирует эвокацию у их реципиентов кластер эмоций со знаком «–». Несмотря на это, присутствие в таких окказионализмах языковой игры, бесспорно, подчеркивает их лингвокреативный характер, способствующий развитию и обогащению языковой системы.

При достижении языковой экономии в телевизионных рекламных роликах доминирующей функцией современных компрессивных окказионализмов является *апеллятивная*, которая призвана оказать максимальное психологическое воздействие на потенциального потребителя, побудить адресата к совершению действия, прогнозируемого автором [7, с. 68]. Так, летом 2012 г. по многим телевизионным каналам транслировалась реклама магазина сотовой связи «Связной», в которой был зафиксирован новый компрессивный окказионализм – *автябрь* (*август* + *сентябрь*). Его появление объясняется, вероятно, стремлением рекламодателей обозначить с помощью данной речевой номинации специальное предложение, действующее для клиентов розничной сети «Связной» в период с 15 августа по 15 сентября 2012 г. Суть данного предложения заключается в предоставлении клиентам беспроцентного кредита на смартфоны Samsung стоимостью свыше 10 тыс. руб. на 12 месяцев. Это специальное предло-

жение рассчитано на широкую аудиторию покупателей (от учащихся до сотрудников офиса и деловых людей), планирующих совершить покупку нового устройства в преддверии нового учебного года и сезона осенней бизнес-активности.

Другими примерами современных «рекламных» компрессивных окказионализмов, создаваемых одновременно и с целью экономии, и с целью апеллятивного воздействия на коммуникантов, являются следующие: *Дынябуз* (*дыня* + *арбуз*) – ‘новая разновидность сока «Добрый», представляющая собой смесь дынного и арбузного сока»; *Согурт* (*сок* + *йогурт*) – ‘напиток, выпускаемый под брендом «Растишка», представляющий собой смесь йогурта и определенного типа сока (гранатовый, яблочный и др.)’ и т.д.

Подведем некоторые итоги. Известный французский философ, физик и писатель Б. Паскаль говорил, что мысль меняется в зависимости от слов, которые ее выражают. Именно поэтому появление новых слов, особенно номинаций окказионального характера, в современном коммуникативном пространстве языка – закономерно обусловленный процесс. Отмечается, что такие окказиональные новообразования не только обогащают лексическую подсистему языка, но и представляют собой отражение языковой экономии и одного из механизмов реализации данного внутреннего закона развития языка – компрессии. При этом современные компрессивные окказионализмы, отражая языковую экономию, могут одновременно с этим выполнять ряд функций, реализуемых кластерно, но с доминированием одной из них в зависимости от коммуникативной ситуации: прагматической, когнитивной, игровой или апеллятивной.

Такой исследовательский подход свидетельствует о том, что в сравнении с узуальными номинациями прагматический эффект, оказываемый на человека посредством новейших компрессивных окказионализмов, является более экспрессивно и эмоционально насыщенным. Объясняется это тем, что любое новое слово, бесспорно, вызывает у коммуниканта определенный интерес. А раз имеет место заинтересованность, то велика вероятность разнообразной гаммы эмоций, возникающей у коммуниканта при визуальном и / или аудиальном знакомстве с новыми окказиональными словами, что представляется, несомненно, перспективным для дальнейшего изучения.

Литература

1. Дорофеева Е.Н. Окказиональное слово в современной русскоязычной газетно-журнальной коммуникации (коммуникативно-прагматический и социокогнитивный аспекты) : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Киев, 2003.
2. Ермоленко Ю.П. Номинативные модели формирования новых слов методом стяжения в современном английском языке : автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2007.
3. Заботкина В.И. Семантика и прагматика нового слова (на материале английского языка) : автореф. дис. ... д-ра филол. наук. М., 1991.
4. Ильинова Е.Ю. Вымысел в языковом сознании и тексте: моногр. Волгоград : Волгогр. науч. изд-во, 2008.
5. Ильясова С.В., Амири Л.П. Языковая игра в коммуникативном пространстве СМИ и рекламы. М. : Флинт, 2009.
6. Коробкина Н.И. Концептуальная интеграция как способ языковой экономии : дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2013.
7. Крюкова И.В. Рекламное имя: рождение, узуализация, восприятие : учеб. пособие по спецкурсу. Волгоград : Перемена, 2003.
8. Куманицина Е.И. Лингвокреативный аспект англоязычной массовой коммуникации: языковая игра в британских и североамериканских масс-медиа : дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2006.
9. Кухаренко В.А. Жанровый аспект окказиональной лексической деривации // Деривация в речевой деятельности (Общие вопросы. Текст. Семантика) : тез. науч.-теорет. конф. (3–6 окт. 1988 г.) / Ин-т языкознания АН СССР; Перм. ун-т. Пермь, 1988. С. 17–18.
10. Лыков А.Г. Современная русская лексикология: Русское окказиональное слово. М. : Просвещение, 1976.
11. Несветайло Ю.Н. Неологизмы и окказионализмы как конституенты лексического макрополя современного английского языка: системный и словообразовательный аспекты : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Ростов н/Д., 2010.
12. Розенталь Д.Э. Словарь лингвистических терминов. URL : http://www.classes.ru/grammar/114.Rosental/10-k/html/unnamed_61.html (дата обращения: 25.06.2012).

13. Санников В.З. Русский язык в зеркале языковой игры. М. : Яз. рус. культуры, 1999.
14. Шаховский В.И. Лингвистическая теория эмоций : моногр. М. : Гнозис, 2008.
15. Fauconnier G., Turner M. Mental spaces: conceptual integration networks // Cognitive linguistics: basic readings / ed. by Dirk Geeraerts. Walter de Gruyter GmbH & Co. KG, 2006. P. 303–371.



Some functions of the modern compressive occasionalisms as the reflection of language economy

There are characterized the approaches to definition of an occasionalism, suggested its comprehension as the reflection of language economy and compression. There is described the pragmatic and cognitive potential of the modern compressive occasionalisms, marked out the playing and appellative functions of such neologisms.

Key words: *occasionalism, language economy, compression, pragmatic and cognitive potential of an occasionalism, conceptual integration, language pun, appellative function of an occasionalism.*