

глаголичний рукопис, що містить 133 аркуша пергамена. Датується X століттям, містить здебільшого требник (збори молитв і особливих церковних чинів з різних приводів). Знайдені в 1975 році листи опубліковані Й. Тарнанідісом. У статті винесені дані про лексико-семантичні дублети, зареєстровані у слов'янських списках давньоболгарського Чину Великого Водосвяття на Богоявлення. У цій роботі дублети в новознайдених Богоявленських текстах вперше публікуються повністю.

**Ключові слова:** евхологічні рукописи, Чинопослідування Великого Освячення Води на Богоявлення, лексико-семантичні дублети.

### Summary

Euchologium Sinaiticum is a Glagolitic Old-Bulgarian manuscript containing 133 sheets of parchment paper. It dates back to the X century and contains mainly a prayer-book (a collection of prayers and special divine services for different occasions). The parchment papers found in 1975 were published by J. Tarnanidis. This article presents lexical-semantic doublets registered in the Slavonic copies of the Old-Bulgarian Blessing of the Waters in the Eve of Epiphany. Here, for the first time, are published the doublets in the new-found texts of the Blessing of the Waters in the Eve of Epiphany.

**Keywords:** Euchological manuscripts, Blessing of the Waters in the Eve of Epiphany, lexical-semantic doublets.

УДК 81.411.2-22

**Турчак О. М.,**  
кандидат філологічних наук,  
Дніпропетровський університет  
імені Альфреда Нобеля

## **ЕКСТРАЛІНГВАЛЬНІ ТА ІНТРАЛІНГВАЛЬНІ ЧИННИКИ ВИНИКНЕННЯ ОКАЗІОНАЛІЗМІВ У МОВІ ПЕРІОДИКИ КІНЦЯ ХХ СТОЛІТТЯ**

Сьогодні надзвичайно зросла роль засобів масової інформації, зокрема преси. Це пояснюється тим, що вона щодня інформує про новини в різних галузях життя, науки, політики, виробництва. Періодичні видання є тим джерелом, для якого характерна поява нових слів і нових значень слів.

Останнім часом найбільшу увагу дослідників привертають питання щодо причин появи нових слів у мові та рушійних сил, які зумовлюють еволюцію мови. Це питання намагалися з'ясувати багато дослідників. Переважно мовознавці звертали увагу на екстралінгвальну зумовленість появи нових слів. Серед них Л. І. Баранникова, Ю. М. Гордєєв, Є. В. Розен. Менше, хоч і досить активно, досліджувалися внутрішні чинники розвитку нових лексем. Їм присвятили праці такі дослідники, як У. Ш. Байчура, С. С. Волков, О. В. Сенько, Д. М. Шмельов. Слід зауважити, що більшість мовознавців мають традиційний погляд на розвиток мови та появу нових слів. Вони переконані, що нові лексеми виникають як під впливом екстралінгвальних, так й інтралінгвальних чинників у їхній взаємодії. Подібної думки дотримуються О. С. Ахманова, П. А. Будагов, В. К. Журавльов, Л. П. Крисін, В. З. Панфілов, Є. Д. Поліванов.

Характерною особливістю мови української періодики кінця ХХ століття є активізація мовленнєвих новотворів – okazionalizmiv. Збільшення кількості okazionalizmiv у мові газет та журналів пов'язане з тим, що українська мова

переживала якісно новий етап розвитку, спричинений демократизацією та лібералізацією суспільства.

Питання щодо причин появи okazіоналізмів у мовленні не були предметом спеціального дослідження. До розв'язання цієї проблеми зверталися Г. Богданович [2], О. Стишов [6], Л. Ферм [8]. Мовознавці переважно досліджували екстралінгвальні чинники, оскільки їхній вплив на появу okazіоналізмів виражений досить чітко. Питання щодо виникнення okazіоналізмів під дією інтралінгвальних чинників частково розглядалося О. Стишовим [7]. Майже не досліджувалася проблема взаємодії зовнішніх і внутрішніх чинників та їхній вплив на розвиток okazіональної лексики. Окремі зауваження щодо розгляду цього питання можна знайти у дослідженнях О. Стишова [7].

Отже, **мета статті** – дослідити особливості виникнення okazіональних одиниць у мові періодики кінця ХХ століття.

Поява okazіоналізмів, як і будь-яких новотворів, зумовлюється низкою чинників екстралінгвального та інтралінгвального характеру, що здебільшого перебувають у тісній взаємодії. Досить часто важко з'ясувати, результатом впливу яких чинників зумовлене виникнення тих чи інших okazіоналізмів.

Екстралінгвальні чинники – це чинники, які перебувають поза межами мови. Під екстралінгвальними чинниками розуміють усю “сукупність надзвичайно різноманітних імпульсів, що йдуть із навколишнього середовища й пов'язані насамперед з особливостями історичного розвитку суспільства, переселеннями та міграціями, об'єднанням і розпадом мовних колективів, змінами форми спілкування, прогресом культури та техніки тощо” [4, 220]. Для їхнього позначення в мовознавчій літературі є ціла низка термінів: екстралінгвальний чинник, екстралінгвальний детермінант, екстралінгвальний стимул, екстралінгвальний параметр, зовнішній імпульс, зовнішня причина, комунікативний стимул та деякі інші. Найбільш вживаним серед них є термін “екстралінгвальний чинник”.

Серед екстралінгвальних чинників, які сприяють появі okazіоналізмів у мові преси, можна виділити соціальні, історичні, культурні, естетичні, виробничі, тобто чинники, що визначають специфіку розвитку науки, техніки, культури, специфіку політичних стосунків, тобто й специфіку розвитку всього суспільства. Вплив екстралінгвальних чинників на розвиток мови особливо яскраво проявляється в періоди соціальних зрушень. Для України – це утворення незалежної держави й пов'язані з цим соціальні, економічні, політичні та культурні перетворення, які відбуваються в суспільстві в епоху становлення та розбудови молодій української держави. Насамперед слід звернути увагу на демократизацію усіх галузей суспільного життя в Україні та початок і подальше поширення процесів державного будівництва, відродження української мови як мови української нації та її утвердження як державної мови. Здобуття державою незалежності, набуття українською мовою державного статусу, поява багатопартійності стали тією рушійною силою, яка призвела до змін на всіх рівнях соціального життя. З'явилася можливість повідомляти й відкрито обговорювати не лише події, які відбувалися в минулому, а й сучасні перетворення в політиці та економіці країни.

Звісно, подібні зміни не могли не позначитися на розвитку мови, насамперед на її лексичному складі, оскільки мова живе й змінюється з розвитком суспільства, вона не тільки підпорядковується йому, а й впливає на нього.

Період 90-х років ХХ століття характеризується зміною мовних смаків носіїв мови, які відзначаються відмовою від певних стереотипів та штампів і прагненням відшукати нові засоби вираження, насичені образністю, емоційністю й відповідною тональністю. Про це свідчать сучасні процеси у сфері номінації, які свідчать про істотну активізацію виражальних можливостей української мови як дієвого засобу мобілізації творчої енергії суспільства. Цим можна пояснити появу оказіональної лексики, яка є засобом інформаційного впливу не лише на емоції читачів, їхню психіку, а й на їхнє інтелектуальне сприйняття, на їхню світоглядну та громадську позицію, яка виявляється в ставленні до певних осіб, фактів та подій суспільного життя: **велосипедизація, екс-СРСР, зюгановець, лідерчукізм, лукашенківщина, постчорнобиль, по-пустовойтенківськи, суперзірковість, тризубація, югославізація, Юхимгейт** тощо. Наприклад: *Видно, що КВКавці перейшли кордони й, окрім внутрішніх проблем, їх стали хвилювати зовнішні, оскільки до біллоклінтонівського секс-скандалу різні команди зверталися неодноразово* (День, 02.03.99).

Екстралінгвальні чинники нерівноцінні за своїм характером, інтенсивністю та результатами дії. Найбільше та найкраще досліджено мовознавцями соціальні чинники, оскільки вони пов'язані із суспільною діяльністю людини, змінами у світі явищ, речей, роботою людського розуму, результатами пізнавального процесу людини, її соціальною свідомістю. Суспільство може існувати, функціонувати й розвиватися лиш за умови соціальної взаємодії між його членами, оскільки тільки так може відбуватися взаємний обмін інформацією, який сприяє розвитку й удосконаленню суспільства. У зв'язку з цим будь-які події потребують свого відображення в мові.

Найбільш динамічним шаром мови є лексика, саме тому вона увібрала в себе характеристику всіх змін, що відбулися в Україні наприкінці ХХ століття. Відношення між сферою екстралінгвістичних явищ і сферою лексики не завжди складаються досить легко, чітко й зрозуміло. Інколи екстралінгвальний вплив може бути встановлений лише в загальному вигляді, тому що деякі зміни мовної системи потребують багато часу, щоб бути помітними.

Вплив екстралінгвальних соціальних чинників проявляється в зміні продуктивності та актуалізації певних словотвірних типів. Це зумовлюється соціальною потребою, тобто потребою носіїв мови в тих чи інших лексичних одиницях з тією чи іншою семантикою словотвірних елементів. Наприклад, високою продуктивністю відзначаються суфікси **-ець, -івець** зі значенням "послідовник або прихильник кого-небудь чи чого-небудь" або "особа за приналежністю до організації, політичного угруповання, тощо": **вітренківець, лук'яненківець, приватбанківець, рухівець, удовенківець**; суфікси **-изації, -ізації** на означення опредмечених процесів: **африканізація, узбекизація, чеченізація, югославізація**; суфікс **-щин-**, що позначає сукупність рис,

властивих окремії людині: **жириновщина, мєшковщина, чародєєвщина**. Малопродуктивними є суфікси **-изм, -ізм**, що позначають схильність до чогось: **блондинізм, лукашизм**; суфікс **-іад**: **гетьманіада, кучміада, Суворіада**; суфікси **-ан** (орфографічно **-ян**), **-ик**: **злагодянин, рутянин, фестивалістика**.

Серед префіксів особливою продуктивністю відзначається, наприклад, префікс **супер-** зі значенням "особливий, надзвичайний" або "найбільший за розмірами": **суперактор, супервагон, супертоп-модель, супер-шоп**. Непродуктивними або малопродуктивними є префікси **без-, не-, недо-**: **безкучміст, неангел, нелюбител, недоратифікація**.

Отже, для того, щоб зрозуміти у зв'язку з чим виникає продуктивність тих або інших засобів словотвору, слід зрозуміти природу та характер "соціального замовлення" [1], яке викликало до життя той чи інший okazіоналізм, проникнути в його основу.

Ще одним екстралінгвальним чинником виникнення okazіоналізмів є комунікативний. Його розуміємо як суспільну потребу в чіткій, лаконічній та інформативній комунікації, яка б надавала експресивного відтінку й мала відповідну силу впливу. Цей чинник зумовлений недостатньою насиченістю мови словами у зв'язку з прискоренням сучасного ритму життя та інтенсивністю процесів, що відбуваються в ньому. Відповідно до цього з'являються такі okazіоналізми як **двіртер'єр, дзюдоярка, ньюукраїнець, стрес-новини, фейсконтроль, хіт-журнал** тощо. Вони виникають для більшого зацікавлення читача, а також для влучності та дотепності вислову. Наприклад: **Фейсконтроль перед вагоном** (Україна молода, 20.07.00).

До екстралінгвальних чинників належать також і психологічні, оскільки здатність усвідомлювати та оцінювати позитивні та негативні якості є одним із глибоких соціально-психологічних мотивів поведінки особистості. Різде розмежування мовних засобів на позитивнооцінні й негативнооцінні, закріплення їх саме в цій функції становить характерну прикмету публіцистичного стилю. Наприклад: **Отже, небезпечний не Жириновський, а "жириновщина"** – як спосіб одурманення людей простотою й видимою очевидністю рішень (Україна молода, 14.04.95).

До психологічних чинників, крім бажання висловити суб'єктивні почуття, належить прагнення до перебільшення, тобто до гіперболізації, прагнення висловити певні іронічні зауваження тощо. Наприклад: **У донедавню епоху "Хайживізму" всі ми до кожної більш-менш помітної події в суспільному житті готували "славні та вагомі" подарунки** (Вечірній Київ, 18.06.94). Психологічні чинники можна назвати логіко-психологічними, тому що поділ на позитивне та негативне завжди містить у собі логічне обґрунтування.

Поява okazіоналізмів залежить не лише від впливу екстралінгвальних чинників, вона спричинена також дією внутрішніх факторів розвитку мови. На відміну від зовнішніх чинників, дія яких проявляється досить виразно, внутрішні чинники та перетворення, зумовлені ними, є менш помітними.

Внутрішні та зовнішні чинники розвитку okazіональної лексики тісно між

собою пов'язані. Цю думку можна підтвердити словами С. С. Волкова та О. В. Сенько, висловлені ними щодо неологізмів. Вони вважають, що "автономні процеси, які відбуваються всередині лексичної підсистеми мови та спрямовані на удосконалення системи позначень, урешті-решт опосередковані зовнішнім стимулом, зокрема актуалізацією яких-небудь суспільних явищ, понять. Останнє запускає мовний механізм, який прагне дати вже відомому поняттю зручне для цього стану мовної системи позначення, яке відповідає тим або іншим тенденціям у її сучасному розвитку. Таким чином, зовнішні стимули як би "оформляють" внутрішньомовні чинники" [3, 45]. Отже, внутрішньосистемні перетворення в мові переважно завжди соціально зумовлені.

Мовні процеси виникнення okazіonalізмів спричинені двома найбільш загальними внутрішніми чинниками. Це тенденція до регулярності й тенденція до експресивності. Такої думки дотримується більшість мовознавців. Перша з них – тенденція до регулярності – проявляється в утворенні похідних слів, тобто кореневе слово ніби "обростає" вторинними утвореннями. Отже, тенденція до регулярності сприяє системній організації мови, яка є одним із визначальних чинників внутрішньомовного характеру. При цьому системність проявляється по-різному, тобто можна говорити про різні групування лексики. Одне із них – це групування лексики навколо певних коренів або основ. Наприклад, від прізвища **Лукашенко** утворюються слова **лукашизм, по-лукашенківськи, лукашенківство, лукашенківський**. Іменник "**сало**" є мотивуючою основою для утворення okazіonalізмів **саловіншування, салородоє, салоспіви, Салослав Салов'яненко**. Крім того, групування лексики може відбуватися за певною словотвірною моделлю, за подібністю структури або будови, за спільним семантичним значенням. Так, суфікс **-ник** може утворювати okazіonalізми зі значенням: 1) назви осіб за суспільною орієнтацією, за приналежністю до політичного та ідеологічного напрямку: **асамблейник, декретник, індустріальник**; 2) назви осіб за певними рисами їхнього характеру чи світосприйняття: **заохочувальник, клопотальник, обіцяльник**.

Прагнення до експресивності пов'язане з навмисним порушенням мовного стандарту, з виходом за його межі. Це призводить до певної надлишковості, яка виникає за рахунок появи okazіonalізмів як певних еквівалентів до вже наявних у мові слів, тобто з'являється бажання "освіжити" мову після певного її "остандартнення". З цією метою мовці досить часто намагаються оновити значення відомих слів, тобто виникає okazіonalізмне значення або okazіonalізмне вживання слів, використання яких забезпечує свіжість і виразність мовного спілкування. Наприклад, металістами називають крадіїв металу: *Темна нічка місто вкрила завдяки невгамовним "металістам"* (Україна молода, 25.07.00), а реалістами – футболістів мадридського "Реалу": *...Вартість усіх "реалістів" складає фантастичні 237 млн. доларів* (Україна молода, 03.08.00).

На відміну від системної організації мови, тенденція до експресивності, зокрема до виникнення okazіonalізмних значень слів, порушує регулярність організаційної структури мовної системи. Але подібні утворення є об'єктивним

і закономірним явищем, яке спричиняється дією експресивної функції мовного механізму.

Оказіоналізми можуть бути результатом дії тенденції до економії знакових засобів вираження, яка є одним з основних інтралінгвальних чинників. У мовознавстві тенденція до економії отримала назву “мовної економії”, за О. Есперсеном, або “закон економії мовних зусиль”, за А. Мартіне. Цей інтралінгвальний чинник найбільш характерний саме для газети, тому що мова газети прагне до лаконічності та чіткості завдяки своїй великій інформативності. Це відповідає прагненню сучасного суспільства збільшити інформативність тексту за рахунок його скорочення, а також економії площі друкарської продукції та часу усних повідомлень.

Законом “мовної експресії” зумовлені різні скорочення, абрєвіатури та складні слова, бо вони дозволяють передати певне поняття у формі одного знака, який відповідає синонімічній описовій конструкції. Наприклад, працівник Приватбанку – **приватбанківець**, член партії “Громада” – **громадівець**, співак гурту “Океан Ельзи” – **океанець**, людина, що належить до секти “Біле братство” – **білобратчик**, працівник газети “Молодь Україна” – **молодоукраїнець**, член футбольного клубу “Металург” – **металургівець**, прихильник релігійної течії “Рідна українська національна віра” – **рунвірівець**. Вважається, що принцип економії лінгвальних засобів, а відтак і мовної енергії є одним з лінгвістичних законів розвитку лексики, який відображає “рух від розчленованої форми споконвічного найменування до більш або менш монолітного, нерозчленованого найменування... Ця тенденція приводить до згущення семантичного змісту в межах одного слова...” [5, 57].

Серед оказіоналізмів закон економії мовної енергії переважно проявляється за допомогою словоскладання, оскільки складні слова “компактні за формою, і водночас семантика їхня легко сприймається, внутрішня форма прозора, що й зумовлює їхню перевагу перед словосполученнями” [3, 47]: **енерголеді, енергоострів, кіноідол, наркоздобич, оскароносець, технорозум**. Вони відіграють важливу роль у сучасному публіцистичному стилі, оскільки для нього характерне прагнення до оперативності викладу. Наприклад: *Зате “оскароносець” Мел Гібсон не затуманює собі голову забаганками дружини, а дарує їй досить природні і бажані для кожної жінки подарунки – дітей* (Україна молода, 05.07.00).

Разом із принципом економії лінгвальних засобів діє тенденція до обмеження складності лінгвальної інформації. Ці інтралінгвальні чинники тісно між собою пов’язані, вони взаємодіють один з одним і є логічним доповненням один одного. Протилежною до закону економії мовної енергії та прагнення до обмеження складності інформації серед інтралінгвальних чинників розвитку оказіональної лексики є тенденція до ускладнення, збагачення мовної структури іншими словами. Вона спрямована на посилення “матеріальної частини” оказіональних слів, пов’язаної з посиленням їхнього значення: **Гаврош-навпак, вандал-прапороносець, інтелігент-ведмежатник, лихо-епідемія, людино-**

### **звірство, лютий-лютець, напівпустеля-напівоаза, пустун-Амур.**

Як і закон економії лінгвальних засобів та прагнення до обмеження складності лінгвальної інформації, так і тенденція до ускладнення мають єдину мету – збільшити експресивність оказіональних утворень. Вони належать до тих протилежних явищ, які виключають одне одного й можуть бути зрозумілими в аспекті “антиномії” “мовець – слухач”, згідно з якою розвиток мови здійснюється то на користь мовця, який прагне спростити висловлювання, то на користь слухача, в інтересах якого – найбільш розгорнута формула, яка полегшує сприйняття висловленого” [3, 50].

Тенденція до інтеграції, що діє одночасно з тенденцією до диференціації елементів мови, є ще одним інтралінгвальним чинником розвитку оказіональної лексики. Тенденція до диференціації є протилежною до тенденції регулярності й спрямована на певну ієрархію всередині смислового поля. Він прагне дати окрему назву кожному предмету або явищу, процесу чи поняттю. З дією тенденції до диференціації виникають нові слова, переважно складні, які уточнюють відомі раніше загальні поняття: **вершина-мрія, квітка-розвідник, птах-“поверненець”, терорист-жартівник.**

Серед інтралінгвальних чинників можна виділити також дію до аналогії. Аналогії виникають під тиском системи, вони мають більше логічний характер, ніж лінгвістичний, оскільки є результатом мислення. Наприклад, оказіоналізми **Гонгадзегейт, касетгейт, Кучмагейт, Мороз-гейт** виникли за аналогією до **ірангейт, Моніка-гейт**, а оказіоналізм **Кучмономіка** – до **рейганоміка.**

Отже, перетворення, що спричинили активізацію процесів розвитку оказіональної лексики, становлять складне явище як системного, так і асистемного характеру й викликають підвищений інтерес лінгвістів до мови періодики кінця ХХ століття.

Проведений аналіз дає можливість стверджувати, що оказіоналізми в мові преси 90-х років ХХ століття виникають як під дією екстралінгвальних, так й інтралінгвальних чинників. Дослідження спростовує думку тих мовознавців, які надають перевагу екстралінгвальним чинникам. Твердження цих мовознавців є неправомірним, оскільки внутрішньомовні процеси проявляються досить активно й впливають на появу оказіональних одиниць у мовленні.

Питання щодо ролі екстралінгвальних та інтралінгвальних чинників у виникненні та функціонуванні оказіоналізмів постійно потребуватиме подальшого вивчення. Це пов'язано зі змінами, що відбуваються в мові щодня, оскільки вона весь час перебуває в русі, безперервно розвивається та удосконалюється під впливом різних тенденцій, зумовлених потребами суспільства та епохи.

#### **Література**

1. Ахманова О. С., Марченко А. Н. Основные направления в социолингвистике / О. С. Ахманова, А. Н. Марченко // Иностраный язык в школе. – 1971. – № 4. – С. 2–9.
2. Богданович Г. Специфика индивидуально-авторского словообразования (оказиональное словообразование) на страницах газет в постсоветскую эпоху / Г. Богданович // Проблемы взаимодействия языков и культур в посткоммунистических странах Центральной и Восточной Европы. – К. : Рідна мова, 1999. – С. 60–65.

3. Волков С. С. Неологизмы и внутренние стимулы языкового развития / С. С. Волков, Е. В. Сенько // Новые слова и словари новых слов. – Л. : Наука, 1983. – С. 43–57.
4. Общее языкознание : формы существования, функции, история языка / [под общей ред. член-корреспондента АН СССР Б. А. Серебренникова]. – М. : Наука, 1970. – 597 с.
5. Розен Е. В. Новое в лексике немецкого языка / Е. В. Розен. – М. : Просвещение, 1971. – 175 с.
6. Стишов О. Лексичні й стилістичні неологізми в ЗМІ з погляду мовної культури / О. Стишов // Культура слова. – К., 1999. – Вип. 52. – С. 3–12.
7. Стишов О. Новотвори на основі власних назв у мові засобів масової інформації / О. Стишов // Наукові записки. Серія : філологічні науки (мовознавство). – Кіровоград : РВЦ КДПУ ім. В. Винниченка, 2001. – Вип. 31. – С. 51–55.
8. Ферм Л. Особенности развития русской лексики в новейший период (на материале газет) / Л. Ферм. – UPPSALA, 1994. – 245 с.

#### **Анотація**

У статті розглядається концепція двосторонньої залежності утворення оказіоналізмів від екстралінгвальних (зовнішніх) та інтралінгвальних (внутрішніх) чинників, а також характер системних відношень між оказіональними утвореннями як мовленнєвими явищами. Серед екстралінгвальних чинників, що впливають на розвиток оказіоналізмів, виділяють соціальні, історичні, культурні, естетичні та виробничі. На відміну від зовнішніх чинників, дія яких проявляється досить виразно, внутрішні чинники та перетворення, зумовлені ними, є менш помітними. До найбільш активних інтралінгвальних чинників належать тенденція до регулярності, тенденція до експресивності та економія знакових засобів вираження.

**Ключові слова:** оказіоналізм, оказіональна лексема, екстралінгвальні чинники, інтралінгвальні чинники.

#### **Аннотация**

В статье рассматривается концепция двусторонней зависимости образования окказионализмов от экстралингвистических (внешних) и интралингвистических (внутренних) факторов, а также характер системных отношений между окказионализмами как речевыми явлениями. Среди экстралингвистических факторов, влияющих на развитие окказионализмов, выделяют социальные, исторические, культурные, эстетические и производственные. В отличие от внешних факторов, действие которых проявляется достаточно отчетливо, внутренние факторы и преобразования, обусловленные ими, менее заметны. К наиболее активным экстралингвистическим факторам относятся тенденция к регулярности, тенденция к экспрессивности и экономия знаковых средств.

**Ключевые слова:** окказионализм, окказиональная лексема, экстралингвистические факторы, интралингвистические факторы.

#### **Summary**

The article deals with the concept of bilateral dependency formation occasionalisms of extralinguistic (external) and intralingual (internal) factors and the nature of the system of relations between occasionalism as speech phenomena. Among the extralinguistic factors which influence on the development of occasionalisms, isolated social, historical, cultural, aesthetic and production. Unlike external factors, which are manifested quite clearly, internal factors and transformation caused by them is less noticeable. The most active intralingual factors include the tendency to regularity, the trend toward expressive and symbolic economy of expression.

**Keywords:** occasionalism, occasional token, extralinguistic factors intralinguistic factors.