

Космацька Н. В.,
кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри теорії, практики та перекладу французької мови
Національного технічного університету України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

ФРАНЦУЗЬКА СОЦІАЛЬНО-ОРІЄНТОВАНА ЛЕКСИКА В ПУБЛІЦИСТИЧНИХ І ХУДОЖНІХ ТЕКСТАХ

Анотація. Статтю присвячено соціально-маркованим лексичним одиницям французької мови, що функціонують у публіцистичних і художніх текстах. Соціально-орієнтована лексика сприяє визначенню місця мовця та його співбесідника/ів у суспільстві загалом і в окремій комунікативній ситуації. Вона також слугує орієнтиром для ідентифікації різних варіантів мови.

Ключові слова: соціально-орієнтована лексика, розмовне, арго, норма, публіцистичний.

Постановка проблеми. Інтенсивний розвиток таких наук, як соціологія і психологія, застосування прогресивних методик для вивчення суспільної психології, новітні підходи до дослідження мов у контексті глобалізації й міжкультурного обміну – усе це активно сприяє переходу лінгвістичних досліджень із суто мовознавчого контексту до соціальної, психологічної та культурної сфер. Вивчення мови як самостійної, абстрагованої системи вже не задовольняє потреб сучасної лінгвістики: вона прагне віднайти закономірність механізмів взаємовпливу психологічних і соціальних чинників та особливостей мовленнєвої поведінки людини. У зв'язку з цим на часі є напрацювання соціолінгвістики, етнолінгвістики, психолінгвістики, соціодіалектології, які намагаються прослідкувати й пояснити зв'язки між суспільною та індивідуальною природою мовлення, між історичними й соціальними аспектами розвитку мов, між культурними й соціальними факторами їх застосування.

У контексті суспільно зумовленого дослідження мови широку та неоднорідну категорію мовних одиниць становить соціально-орієнтована лексика, яка водночас із деякими іншими характеристиками мовлення людини слугує орієнтиром для ідентифікації різних варіантів мови. Постає потреба з'ясувати, які слова можна зачислити до соціально-орієнтованої лексики та в яких саме випадках ця лексика реалізує свою диференційну функцію. Саме цим і визначаємо актуальність дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сьогодні ґрунтовно представлено функціонування соціально-орієнтованої лексики в художній літературі (Е. Береговська, А. Білас), у мові преси (А. Семів, А. Соловйова), доволі розлого описано французькі жаргон та арго (Л. Сенеан, Д. Делаплас, П. Гіро, Л.-Ж. Кальве, П. Мерль, Ф. Гаде, М. Сурдо, А. Семів, А. Білас), а також окремі питання структури, семантики, стилістики й функцій соціальної лексики (А. Семів, К. Нужна, Г. Фінчук, О. Овчиннікова). Разом із тим значний обсяг матеріалу залишається ще недостатньо опрацьованим. Не існує й єдиного терміна на позначення соціально-орієнтованої лексики.

Мета статті полягає у виокремленні французької соціально-орієнтованої лексики шляхом опису соціально-маркованих мовних одиниць як лінгвокультурного явища. Об'єктом дослідження є нестандартна лексика, яку застосовують у французьких публіцистичних (газетних статтях, коментарях на веб-сайтах) і художніх текстах.

Під соціально-орієнтованою лексикою ми розуміємо неоднорідну за складом і походженням систему номінативних мовних одиниць, які експліцитно або імпліцитно, повністю або частково відсилають до тих понять об'єктивної дійсності, що характеризують місце мовця та його співбесідника/ів у суспільстві загалом (вік, освіта, рід діяльності, рівень та умови життя, віросповідання, залученість до родинного й соціального життя, доступ до влади та інформації) та в актуальній комунікативній ситуації зокрема (її мета, рівень офіційності, локально-хронологічні характеристики).

Виклад основного матеріалу. У працях дослідників різних мов ми виділили такі терміноназви: соціальні діалектизми, жаргонна лексика, арготична лексика, соціолекти, сленг, просторічна лексика, лексика розмовної мови, субстандартна лексика [1; 2; 6; 10; 12]. Багатовекторними є й трактування цього прошарку мовних одиниць. Зауважимо, що неузгодженість у понятійній системі нестандартної лексики, яку спостерігаємо в працях французьких мовознавців і вітчизняному лінгвістичному середовищі, становить суттєву перешкоду для досліджень у цій царині. Водночас із наявних дефініцій можна вивести загальне для всіх положення про те, що соціальна лексика має передусім імплікувати відхилення від стандарту, мовної норми, а їх уживання покликане дестандартизувати мовлення, зробити його або експресивнішим, або оригінальнішим, або ж спрямувати його на конкретний осередок застосування. Тобто будь-яке відхилення від норм морфології (словотворення), стилістики, правопису, фонетики, прагматики вживання тощо свідчить про належність лексеми до одного із соціальних варіантів мови. Отже, поняття ненормативності доречно застосовувати до всього обсягу соціально-орієнтованої лексики. Ідеться передусім про відхилення від літературної норми мови, яке стає дедалі системнішим у всіх мовах світу.

Соціально-орієнтоване мовлення зумовлюється побутовими, психологічними та культурно-світоглядними особливостями певного мовного етносу з урахуванням експресивності, емоційності, історичного підтексту тощо. Як найчутливіший до змін у суспільстві, цей прошарок лексики є одним із найдинамічніших, найнестабільніших і найнеоднозначніших. Як стверджує вітчизняна україністка Л. Мацько, будь-яке нововведення спочатку визначають як порушення мовної норми, проте «якщо воно має художньо-естетичну чи логічну мотивацію», то такий «пошук нетривіальних шляхів, способів і прийомів мововираження» може з часом стати підґрунтям для утвердження нової норми, що базується на узусі [8, с. 322–323].

Соціально-орієнтоване мовлення зумовлюється побутовими, психологічними та культурно-світоглядними особливостями певного мовного етносу з урахуванням експресивності, емоційності, історичного підтексту тощо. Як найчутливіший до змін у суспільстві, цей прошарок лексики є одним із найдинамічніших, найнестабільніших і найнеоднозначніших. Як стверджує вітчизняна україністка Л. Мацько, будь-яке нововведення спочатку визначають як порушення мовної норми, проте «якщо воно має художньо-естетичну чи логічну мотивацію», то такий «пошук нетривіальних шляхів, способів і прийомів мововираження» може з часом стати підґрунтям для утвердження нової норми, що базується на узусі [8, с. 322–323].

Аналіз наявної теоретичної та довідкової літератури й текстів різних жанрів дає змогу стверджувати, що встановленню належності слова до соціально-орієнтованої лексики сприяють передусім спеціальні ремарки у відповідній статті тлумачного, двомовного, галузевого, термінологічного словників, а також у довідниках, глосаріях та енциклопедіях. Це, зокрема, такі помітки, як просторічне, розмовне, арготичне, діалектичне, архаїчне, літературне, книжне, архітектурне, філософське тощо.

Ураховуючи історичне походження, країну виникнення, суспільні передумови, деякі науковці зазначають, що одні поняття є вужчими за інші, і намагаються відмежувати їх за певною ієрархією. У статті української дослідниці Н. Шульжук знаходимо думку, що найширшим за значенням є поняття жаргону, бо тоді як арготизм має насамперед соціальну віднесеність, а сленг є найефективнішим з погляду мовної експресивності, «жаргон акумулює в собі й соціальну, і виражальну (експресивну) функції» [14, с. 106]. І. Соболева пропонує відмовитися від понять «жаргон» та «арго», оскільки через певні історичні реалії вони мають пейоративний відтінок. Натомість дослідниця пропонує об'єднати таку лексику під спільний термін «соціолект», вважає його нейтральнішим та універсальнішим [10, с. 26]. Інші науковці вживають терміни «жаргон», «сленг» та «арго» синонімічно, окремо виділяють «діалектизми» і «професіоналізми» [6]. Сучасний український лінгвіст О. Селіванова визначає сленг як «нелітературну додаткову лексичну систему», «різновид соціолекту», а соціолект, відповідно, як «соціально марковану лексику певної суспільної групи (професійної, вікової тощо) у межах національної мови»; сленг може бути «молодіжним», «студентським», що значно звужує його сферу застосування [11, с. 548]. Арго вчена дефініцією як «соціальний різновид мовлення, лексикон відносно замкнених професійних і соціальних груп, призначений для конспіративних потреб відокремлення групи від суспільного загалу» [11, с. 38–39]. Особистий практичний досвід, набутий під час стажування в Університеті м. Леман (Франція), здійсненого в рамках програми ATLAS у 2017 р., доводить, що пересічні французи, сформовані в контексті застосування арготичної лексики з дитинства, володіють цими мовними одиницями, засобами їх творення й ситуаціями вживання на рівні загальноживаної лексики. У сучасних працях також зустрічаємо думку, що специфіка арготичної системи як таємничої й табуованої з демократизацією суспільства й суспільних відносин утратила сьогодні свою актуальність [7, с. 65; 9, с. 130; 13, с. 94]. Арго перейняло на себе функцію передачі ставлення до мови як такої, до мови як системи, до мови як «норми, а отже, і до суспільства» загалом [15, р. 9].

Щодо жаргону, то він залишається прошарком, доступним і відкритим для сприйняття, проте зрозумілим переважно вузькому колу людей, яких він стосується з огляду на їх суспільну, передусім професійну, належність. Тлумачний словник французької мови *Larousse* визначає жаргон як «неправильна» або «незрозуміла мова», «словник певної професії, дисципліни» [16, р. 571]. Французький лінгвіст Л.-Ж. Кальве зазначає, що для позначення «мов» різних професій варто застосовувати термін «жаргон» [15, р. 12]. Про це пише й український науковець А. Білас, стверджуючи, що арго вживають задля «гри семантики слова», а жаргон – для підсилення й поглиблення спеціальних понять [1, с. 229].

У праці, присвяченій арго, Л.-Ж. Кальве стверджує, що «арго стало соціолектом», мовним «регістром», іноді близьким до просторіччя, з функціями ідентифікації, емблематичності радше, ніж кодування [15, р. 5]. Отже, жаргонізми, просторіччя й арго можна зарахувати до звичайної розмовної мови, адже в сучасному суспільстві такі лексеми носії однієї й тієї самої мови використовують незалежно від їхнього соціального статусу чи походження, їх застосування зумовлено радше необхідністю висловити емоцію, привернути увагу, зробити мовлення доступнішим, експресивнішим [3; 4; 9; 15], тобто слугує джерелом емотивно-експресивного вираження думки або почуттів. Отже, соціальна орієнтованість мовних одиниць із соціально-класового контексту переходить до сфери питань експресивності мовлення, його прагматичних цілей залежно не від того, хто використовує ту чи іншу лексичну одиницю, а від того, з якою метою та за яких обставин він це робить. Саме прагматичний і стилістичний аспект використання різних лексичних одиниць зумовлює соціальну орієнтованість мовлення сучасних носіїв французької мови. Не можна, звісно, забувати про професійні пласти лексики, такі як, наприклад, професійне арго. Проте в цьому випадку вживання специфічної лексики зумовлено не прагматичними цілями, а суто практичною необхідністю.

Французька, як і всі розвинені мови, володіє арсеналом з багатою традицією усно-розмовного вживання різностильових елементів, не цурається фамільяризмів і просторіччя, які формують ще один прошарок лексики, що викликає зацікавлення з погляду її соціального складника. Так само, як й арго, фамільяризми сьогодні ввійшли до загального вжитку носіїв національної французької мови та не розглядаються як порушення естетичних, соціальних і культурних норм, а тому заслуговують на окреме дослідження. Як зазначає О. Чередниченко, помітки *pop.* («populaire») змінюють на *fam.* («familier»), а це свідчить на користь «облагородження» нижчого стильового прошарку [13, с. 94]. Науковець також фокусує увагу на неоднорідності лексичного складу зниженої розмовної мови. Дотримуємося погляду, що динаміка суспільного розвитку й соціальних взаємовідносин навряд чи дасть змогу чітко окреслити та відокремити один лексичний варіант мови від іншого.

Фамільяризми й просторіччя виконують у мовленні експресивно-комунікативні функції. Вони слугують для передачі автором емоційної оцінки об'єкта мовлення, для відтворення особливостей характеру та/або настрою мовців у певній комунікативній ситуації: гумор, іронію, невдоволення, несерйозність тощо. Автори публіцистичних текстів удаються до вживання фамільярної лексики для кращого налагодження контакту з читачами, привернення їхньої уваги шляхом відмови від академічних мовних канонів, для здійснення впливу, створення враження неординарності, безглуздості, недоречності описуваних явищ чи подій. Наприклад, у реченні «*Quelques expressions et tournures de phrases de cette critique vont faire tiquer l'écrivain et journaliste Yann Moix, plutôt coutumier de la polémique*» [21] дієслово *tiquer* ужито не в його першому і прямому значенні («страждати тиком», мимовільним скороченням певних м'язів), а в його розмовному варіанті значення – «виявляти невдоволення, морщитися, кривитися від невдоволення» [17].

Інтенсивно проникаючи в усі сфери мовленнєвої комунікації, лексика розмовного мовлення все частіше трапляється в рекламних та агітаційних текстах. Не гребують фамільяриз-

мами у виступах і заявах і деякі політики. Як приклад наведемо заголовок французької статті на суспільно-політичну тему: «*Ça va être marrant !*»: un enregistrement témoigne de la désinvolture de Trump» [20]. Миттєвий прагматичний ефект досягається за рахунок контрастного використання лексеми *marrant*, що належить до фамільярної лексики, у політичному контексті.

Водночас політична преса виступає як така, що дотримується більш-менш пуритичного підходу до написання текстів. На противагу їй, тексти, спрямовані на розважально-інформативний ефект, засвідчують частотніше використання розмовної лексики. Найчастіше таку лексику зустрічаємо у блогах, коментарях і рекламних текстах, а також у репортажах чи повідомленнях, що передають пряму мову. Наприклад: *A travers un reportage, j'avais eu l'occasion d'entendre l'enregistrement des conversations échangées entre les contrôleurs aériens et le commandant de bord Chesley Burnett Sullenberger. J'avais alors été bluffé par le calme et la sérénité qui se dégagèrent de la voix du pilote* [18]. На письмі, коли є можливість підібрати мовну одиницю, експресивність лексики можна контролювати. Розмовному ж мовленню, як відомо, характерні спонтанність та імпровізованість, саме тому живе мовлення надає найяскравіші зразки фамільярної лексики. Так, дієслово *bluffer* за словниковою дефініцією є розмовним варіантом слів зі значенням *вражати, дивувати* [17].

Окремо варто виділити категорію слів, експресивно-емоційне навантаження яких має особливо грубий і негативний характер. У словниках таку лексику найчастіше супроводжує помітка *vulg.* (*vulgaire*), що відповідає українському *груб.* (*грубе*). Серед проаналізованих нами лексичних одиниць цієї категорії найчастотнішим є вживання слів, що містять сему ставових стосунків, ставового акту, ставових органів тощо. Навіть якщо вульгаризм є складником фразеологічної одиниці, у словникових статтях майже завжди наявні окремі варіанти вживання, коли слово має саме таке значення. Яскравим прикладом, зокрема, є дієслово *foutre*, яке з високою частотністю зустрічаємо в текстах художньої літератури, публіцистики, але найчастіше в розмовній мові. У словнику Є. Гриневі та Т. Громової «*Dictionnaire du français familier et populaire*» [5, с. 280–281] наведено 8 позицій для статті *foutre*. Головні його значення (*робити, покласти, жбурнути, вліпити, викликати, бути причиною, доводити до якогось стану, давати, наносити, одягати*) подано як елементи розмовного або фамільярного прошарку лексики, тоді як грубі конотації слова, пов'язані з процесом ставового акту, наведено окремо.

Насиченість розмовними мовними одиницями сучасного художньо-літературного тексту виявляємо, зокрема, у такому короткому абзаці з роману Ф. Бегбедера «99 франків»: *Il a embrayé sur une apologie des tests. Ses sous-fifres cravatés continuaient de gribouiller sur leurs blocs-notes* [19]. Виділені лексеми, за словниковою статтею, мають статус фамільярної лексики [16], за рахунок чого текст реалізує прагматичний задум автора: показати зверхнє, неповажливе ставлення до того, про кого він говорить. Розмовне дієслово *embrayer* містить нюанс надлишковості, фанатичності, набридливості й нав'язливості (*зачепитися*). Складником розмовного *sous-fifres* є мовна одиниця з розряду загальної лексики *fifre*, за якою закріплено образ дудки, флейти (пор. укр. «трати під чинось дудку»). Дієслово *gribouiller* має конкретне значення «погано

писати», «малювати каракулі» й також належить до категорії фамільярної лексики. Найпромовистішими взірцями розмовного усно-писемного мовлення, що є першочерговим чинником продукування соціально-орієнтованого мовлення, є оповідь від першої особи, коли автор наче веде діалог із читачем, що дає змогу розглядати текст як живу розмову мову й аналізувати комунікативну ситуацію відповідно.

Спеціальну лексику, лексику високого регістру, характерну для вживання окремими категоріями населення в силу професійної діяльності чи сфери позапрофесійної зацікавленості, а також рівня освіченості часто знаходимо на тематичних сторінках видань ЗМІ та в художній літературі. Зокрема, це медична термінологія в описі Джойса: *Atteints de «glaucome, iritis, synéchies», les yeux de Joyce, quasi aveugle, irradiant la nostalgie d'un temps qu'il n'a pas connu* [23] на позначення захворювань ока (*глаукома, запалення райдужної оболонки ока, синехії* [17]). Іншим прикладом може слугувати літературний термін *vénusté* у значенні *вишуканість, елегантність* [16], застосований журналістом для опису вина: *Si on ne saisit pas toute la philosophie des hôtes de Montirius, on passe à côté de l'origine de la vénusté de leurs vins* [22].

Уживання соціально-орієнтованої лексики для творів художньої літератури є невід'ємним інструментом творення образів, відтворення соціальної картини епохи, особливостей суспільного й індивідуального менталітету персонажів. У текстах суспільно-політичного спрямування й у повідомленнях преси розмовну лексику найчастіше застосовують для передачі слів, що фігурують у свідченні очевидця, прямиї мові доповідача/дописувача, або ж для створення на реципієнта необхідного ефекту, викликання в нього конкретної емоції або ставлення до явищ чи подій. Такі лексеми в багатьох випадках мають більше, ніж просто емоційне навантаження, вони відображають світоглядну картину світу, створюють психологічний портрет конкретної людини або цілої групи людей, змушують формувати ставлення, впливають на особливості сприйняття інформації.

Висновки. Отже, соціально-орієнтована лексика є складним неоднорідним прошарком словникового запасу національної мови, яка поступово проникає на різні рівні мовленнєвої діяльності людини. На фоні глобалізації та лібералізації суспільних відносин постійно розширюється коло її користувачів, створюється нова мова, яка формує мову мас-медіа, художньої літератури, ділового й повсякденного спілкування. Майже втративши своє соціально детерміновальне значення, арготичні та інші субстандартні лексеми слугують для надання висловленню виразності, колориту, емоційності. Ресурсами соціальної лексики послуговуються автори різних художніх творів для достовірного й правдивого відтворення реалій міжособистісного спілкування, висловлення власного ставлення до зображуваних явищ і викликання певних почуттів у читачів стосовно твору й описуваних подій. У пресі автори вдаються до соціально-орієнтованих мовних форм для привертання уваги, зацікавлення читачів. Така лексика є невід'ємною частиною репортажів і блогів, що репрезентують спонтанне розмовне мовлення.

Лексика – це лише один із багатьох маркерів соціальної орієнтованості мовлення. Виникає необхідність такого опису соціальної лексики, який дав би змогу виявити її структурні особливості й динамічний потенціал.

Література:

1. Білас А.А. Французьке арго – жаргон – сленг: поняттєво-термінологічні співвідношення. *Вісник Львівського національного університету імені Івана Франка. Серія «Іноземні мови»*. Львів, 2005. Вип. 112. С. 228–232.
2. Бугера О.А. Соціальні діалектизми: історія розвитку та теоретичного опрацювання. *Філологічні студії: Науковий вісник Криворізького державного педагогічного університету*. 2011. Вип. 6. Ч. 2. С. 30–38.
3. Гаврилова Я. Субстандартна лексика у мові преси (на матеріалах періодичних видань Херсонської і Миколаївської областей). *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Лінгвістика»*: зб. наук. праць. 2011. Вип. 14. С. 147–150.
4. Глазова О.П. Жаргон і сленг – як ставитись до них словеснику? *Методичні діалоги*. № 9. С. 37–42. URL: <http://elibrary.kubg.edu.ua/2651/> (дата звернення: 26.09.2018).
5. Гринева Е.В., Громова Т.Н. Словарь разговорной лексики французского языка = Dictionnaire du français familier et populaire: на материале соврем. худ. лит. и прессы. Москва: Цитадель, 1997. 638 с.
6. Лавриненко О.В. Становление понятийно-методологического аппарата науки о жаргонах. *Вісник Дніпропетровського університету. Серія «Мовознавство»*. 2009. Т. 17. Вип. 15 (2). С. 65–72.
7. Линник Н. Вживання зниженої лексики у мові друкованих засобів масової інформації та її вплив на норми літературної мови. *Культура народів Причорномор'я*. 2004. № 49. Т. 2. С. 65–67.
8. Мацько Л.І., Сидоренко О.М., Мацько О.М. Стилїстика української мови: підручник. Київ: Вища школа, 2003. 450 с.
9. Мечковская Н. Демократизация языков: факторы, коллизии и альтернативы. *Acta Neophilologica*. 2006. № VIII. 1 dez. P. 129–138.
10. Соболева И.А. О семантико-понятийной соотнесенности и «конкуренции» понятий арго – жаргон – сленг – социолект. *Вісник ЛНУ імені Тараса Шевченка*. 2013. № 24 (283). С. 24–31.
11. Селіванова О.О. Лінгвістична енциклопедія. Полтава: Довкілля-К, 2010. 844 с.
12. Тараненко О.О. Колоквіалізація, субстандартизація та вульгаризація як характерні явища стилістики сучасної української мови (з кінця 1980-х рр.). *Мовознавство*. 2002. № 4–5. С. 33–39.
13. Чередниченко О.І. Український переклад: з минулого у сьогодення. *Літературна мова у просторі національної культури*. Київ: ВПЦ «Київський університет», 2004. С. 88–97.
14. Шулъжук Н.В. Сленг як нелітературний пласт сучасної української лексики. *Наукові записки. Серія «Філологічна»*. Вип. 21. С. 102–112.
15. Calvet Louis-Jean. L'argot. Presses Universitaires de France, 2007. 128 p. (Que sais-je?).
16. Le Petit Larousse Illustré 1997. Paris: Larousse, 1996. 1784 p.
17. Lingvo 12: АBBYY Lingvo 12. Електронний словник. 2007.

Джерела ілюстративного матеріалу:

18. Allocine. Sully. URL: <http://www.allocine.fr/film/fichefilm-238330/critiques/spectateurs/>
19. Beigbeder Fr. 99 francs. URL: https://knigger.org/beigbeder/99_francs/lang/fr/ (дата звернення: 13.12.2018).
20. «Ça va être marrant!»: un enregistrement témoigne de la désinvolture de Trump. *L'express.fr. Le*. 18/02/2017. URL: https://www.lexpress.fr/actualite/monde/amerique-nord/ca-va-etre-marrant-un-enregistrement-temoigne-de-la-desinvolture-de-trump_1880586.html (дата звернення: 13.12.2018).
21. Les cinémas Utopia attaquent Yann Moix et Le Figaro par Romain Blondeau. *lesinrocks.com. Le*. 16/09/2010. URL: <https://www.lesinrocks.com/2010/09/16/cinema/les-cinemas-utopia-attaquent-yann-moix-et-le-figaro-1125720/> (дата звернення: 13.12.2018).
22. Les vins vibrants de Montirius par C.C. *L'express.fr. Le*. 28/08/2017. URL: https://www.lexpress.fr/tendances/vin-et-alcool/les-vins-vibrants-de-montirius_1934806.html
23. Morlino B. Joyce via le Sahara. *L'express.fr. Le*. 01/11/2001. URL: https://www.lexpress.fr/culture/livre/humour_805077.html (дата звернення: 13.12.2018).

Космацкая Н. В. Французская социально-ориентированная лексика в публицистических и художественных текстах

Аннотация. Стаття посвящена социально-маркированным языковым единицам французского языка, функционирующим в публицистических и художественных текстах. Социально-ориентированная лексика способствует определению места говорящего и его собеседника/ов в обществе в целом и в отдельной коммуникативной ситуации. Она также служит ориентиром для идентификации различных вариантов языка.

Ключевые слова: социально-ориентированная лексика, разговорный, арго, норма, публицистический.

Kosmatska N. French socially-oriented vocabulary in journalistic texts and fiction

Summary. The article is devoted to the description of socially-marked French language units in journalistic texts and fiction. Socially-oriented vocabulary helps to determine the place of the speaker and his/her interlocutor/s in society in general and in a separate communicative situation. It also serves as a guideline for identifying various language variants.

Key words: socially-oriented vocabulary, informal, argot, norm, journalistic.