

- Гамперц Дж. Типы языковых обществ // Новое в лингвистике. Вып. 7. Социолингвистика. М., 1975. С. 182–198.
- Поливанов Е. Д. За марксистское языкознание. М.: Федерация, 1931.
- Поливанов Е. Д. Стук по блату // Поливанов Е. Д. За марксистское языкознание. М.: Федерация, 1931. С. 152–160.
- Поливанов Е. Д. Статьи по общему языкознанию. М., 1968а.
- Поливанов Е. Д. О фонетических признаках социально-групповых диалектов... // Поливанов Е. Д. Статьи по общему языкознанию. М., 1968б. С. 206–224.
- Поливанов Е. Д. Фонетика интеллигентского языка // Там же. 1968в. С. 225–234.
- Хаймс Д. Этнография речи // Новое в лингвистике. Вып. 7. Социолингвистика. М., 1975. С. 42–95.
- Fasold R. The Sociolinguistics of Society: Introduction to Sociolinguistics. Oxford UK; Cambridge USA: Blackwell, 1995 [1984]⁵. Vol. 1. P. 34–57 (Ch. «Diglossia»).
- Hudson R. A. Sociolinguistics. Cambridge: Cambridge Univ. Press, 1990. P. 1–12.

Дополнительная литература

- Алпатов В. М. История одного мифа. Марр и марризм. М., 1991. [Введение] // Русский язык по данным массового обследования: Опыт социально-лингвистического изучения. М., 1974. С. 5–28.
- Карцевский С. И. Халтура // Карцевский С. И. Из лингвистического наследия. М., 2000. С. 210–214.
- Леонтьев А. А. и др. [Предисловие]. Жизнь и деятельность Е. Д. Поливанова // Поливанов Е. Д. Статьи по общему языкознанию. М., 1968. С. 7–30.
- Сумерки лингвистики: из истории отечественного языкознания. М., 2001. С. 425–558 (Разд. 6. Как это было: воспоминания [О. М. Фрейденберг, И. Е. Аничков, А. С. Чикобава, С. Б. Бернштейн и др.]).

⁵ Здесь и далее в аналогичных случаях в квадратных скобках указан год первой публикации работы.

Глава 1

ЯЗЫК И ОБЩЕСТВО

В этой главе рассматривается вопрос о соотношении языка и общества, о том, какова роль языка для членов коллектива, которые говорят на нем. Очевидно, что механическая схема, которая выстраивает одно-однозначное соответствие между неким коллективом людей (группой любого размера — от нескольких сотен человек до большого государства), одним языком, одной территорией и одной национальностью, не соответствует реальности. Ключевыми здесь являются понятия этничности (национальности), этнического самосознания (идентичности) и многоязычия.

ПОНЯТИЕ ЭТНИЧНОСТИ. ЭТНИЧЕСКАЯ ГРУППА

Значения терминов рус. ‘национальность’, англ. ‘ethnicity’, ‘nationality’, нем. ‘Volk’ перекрывают друг друга и плохо поддаются переводу. Греческое слово ‘ethnoi’ (множеств. число) обозначало племена и народы Древнего мира, не относящиеся к эллинам. Англ. ‘ethnos’ — группа, живущая на определенной территории, члены которой объединены языком и культурой. Американские исследователи часто пишут о большей или меньшей степени этничности, имея в виду большее или меньшее отклонение этнических проявлений (поведения, привычек, традиций) от некоего условного «среднеамериканского стандарта».

Термин «этничность» использовался в прошлом для обозначения коллектива, членство в котором определяет-

ся в терминах происхождения: считалось, что этничность получают от родителей. Этот взгляд в значительной степени устарел и не соответствует уровню современных знаний. «Прорыв» в этой области связан с именем Ф. Барта (см.: Barth 1996); его концепция обсуждается в многочисленных работах (см., например: Jenkins 1994; Jenkins 1997; см. также: Anthropology of Ethnicity 1994).

Прежде всего, этничность, по Барту, — неизменный набор культурных черт, которые нужно лишь перечислить для того, чтобы отнести того или иного человека к этнической категории X или Y или чтобы выявить границу между этническими группами. Барт подчеркивает обменную, конвенциональную, договорную природу этничности: этничность определяется ситуативно, порождается в процессе социального обмена (*transaction*), происходящего на этнической границе и через нее, и по ходу дела создающего эту границу. Этнические границы, следовательно, подвижны.

«Обмен» на этнической границе может быть двух видов. Во-первых, существуют процессы *внутреннего определения* (*internal definition*): акторы сообщают членам как своей группы, так и внешних групп самоопределение своей этнической идентичности. Этот процесс может быть как индивидуальным, так и колективным. Кроме того, существуют процессы *внешнего определения*, когда человек или группа людей определяет другого (других) этнически как X или Y. Этничность, следовательно, может определяться по-разному изнутри группы и извне. Различие внешнего и внутреннего определения — не более чем аналитический прием: одно постоянно предполагает другое. Этничность, по Барту, — это двусторонний процесс, который происходит на границе между «нами» и «ими». Если воспользоваться английским термином, то можно сказать, что этничность по сути своей является «предметом договора» (*negotiable*), т. е. она обсуждается и определяется в диалоге между группой и ее окружением: самоопределение группы зависит не только от внутренних причин в пределах группы, но и от ее взаимоотношений с окружением.

Критерии *приписывания* (*ascription*) этничности какой-либо общности и *самоприписывания* (*subscription*) этничности этой общностью различаются по своей природе. Барт вводит понятия *категории* и *группы*. Категория — это класс, природа и состав которого определяется теми, кто определяет категорию, т. е. извне; она противопоставлена *группе*, определяемой исходя из природы отношений между ее членами, т. е. изнутри. Социальная группа определяет себя сама, определяет свое название, природу и границы; социальная категория устанавливается, определяется и ограничивается другими. Обе стороны оппозиции подразумевают друг друга; социальная идентичность есть результат соединения этих процессов внутреннего и внешнего определения.

Идея «самоопределения» этнической группы не новая. В вышедшей в 1859 году статье два немецких ученых — психолог Лазарус и лингвист Штейнталль — писали:

...то, что делает народ именно этим народом, лежит... не в известных объективных отношениях, как происхождение, язык и т. д... а исключительно в субъективном усмотрении членов народа, которые все вместе смотрят на себя как на один народ. Понятие «народ» покоится на субъективном мнении самих членов народа о самих себе, о своем сходстве и сопринаадлежности. <...> Народ есть некоторая совокупность людей, которые смотрят на себя как на один народ, причисляют себя к одному народу. (Staintahl, Lazarus. Вводная статья к первому номеру журнала Zeitschrift fuer Voelkerpsychologie und Sprachwissenschaft. 1859, — цит. по: Шпет 1996: 35).

Эта мысль для своего времени была революционной. Она опровергала идею, что национальность («народ» в старых терминах, «этничность» в новых) можно определить извне, по объективным признакам, и провозглашала новый подход: этничность определяется самой группой, изнутри. Теория Барта делает следующий шаг: постулирует *диалогичность* определения этничности, интерактивность этого акта, в котором двумя сторонами выступает группа и ее окружение.

В современной науке существует три принципиально разных подхода к объяснению феномена этничности: *примордиализм* — этничность базируется на природном, исконном чувстве духовной близости людей (E. Shils); *ситуационизм* — индивид самоприписывается и одновременно его приписывают к определенной этнической группе в определенной ситуации; группа возникает через создание границ (F. Barth); *конструктивизм* — этничность создается (конструируется) в результате новаторского акта творческого воображения, создается элитой в своих интересах на основе изобретенных (сконструированных) традиций, якобы имевших место (B. Anderson) (см.: Винер 1998: 3–26).

Упомянутые подходы к этничности базируются на двух основных идеях. Согласно идее «изначальной этничности» (*primordial ethnicity*, ‘этничность в сердце’), этничность — врожденное свойство человеческой личности, фундаментальный, безусловный и неизменный аспект. Этничность не вытекает из социальных, экономических или иных отношений, а корениится в очень древних ощущениях родства.

Согласно идее «инструментальной этничности» (‘этничность в голове’: «ситуационизм» и «конструктивизм»), этническое самосознание — это артефакт, создаваемый индивидами или группами с целью объединения и/или для выполнения каких-то иных задач. Этничность в этом случае оказывается зависимой от социальных обстоятельств — внешних и внутренних, в которых оказался индивид. Этничность — это средство в коллективном стремлении к материальному преимуществу, репертуарная роль, сознательно или неосознанно выбранная индивидом или группой.

Сторонники различных подходов упрекают оппонентов в недостаточной объяснительной силе их теории. Инструменталисты говорят, что теория примордиалистов, объясняющая устойчивость этничности, не способна объяснить ее изменчивость. И наоборот: примордиалисты утверждают, что инструментализм способен объяснить изменения этничности, но не умеет объяснить ее устойчивость. (Бо-

лее подробный разбор этой проблематики можно найти в специальных работах; см., например, библиографию в работе Н. Г. Скворцова (Скворцов 1996).)

ПОНЯТИЕ СОЦИАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ. ЯЗЫКОВЫЕ ВАРИАНТЫ

Этническая группа может быть включена в большую социальную единицу разными способами: этнической группой могут быть иммигранты; это может быть часть населения, которая оказалась в пределах какого-либо государства в результате изменения границ и т. п. Бурные исторические события — войны, захваты, создание и крушение государств, миграции населения, образование и распад империй — привели к тому, что практически все государства мира сегодня этнически разнообразны.

Границы этнической и языковой группы, как правило, не совпадают. В пределах одной этничности могут существовать разные языковые варианты, и, наоборот, на одном языке могут говорить разные этнические группы. При этом этничность — это только один из аспектов, одно из измерений более сложного понятия *социальная идентичность* (*social identity*), или *самосознание*, или *самоотождествление*. Социальная идентичность — это то, кем человек себя осознает (и то, кем его осознают другие), с кем он себя отождествляет и от кого отделяет в социальном плане. Кроме этничности, она включает и другие аспекты, такие как пол, возраст, поколение, социальный класс, место жительства, профессия, уровень образования и т. п.

В любом коллективе, даже небольшом, существует несколько языковых вариантов. В некоторых коллективах есть чистые случаи двуязычия: два разных языка, между которыми говорящие выбирают в зависимости от ситуации (ср. понятие диглоссии). Однако такие чистые примеры — это просто более явные, но тем не менее частные случаи

более общего явления переключения с варианта на вариант (с языка на язык) и выбора того или иного языка или варианта. Ни один нормальный человек и ни одно нормальное общество не ограничиваются одним языковым вариантом¹.

Во многих многоязычных обществах выбор между языками имеет ту же функцию, что и выбор между разными лексическими вариантами одного языка в одноязычных обществах (Gumperz 1968).

НАЦИОНАЛЬНОСТЬ И НАЦИЯ. МНОГОНАЦИОНАЛЬНЫЕ ГОСУДАРСТВА И МНОГОЭТНИЧНЫЕ НАЦИИ

Для прояснения соотношения между языками, языковыми вариантами и этническими группами существенно понятие национальности и нации. Этот вопрос применительно к социолингвистике разработан в трудах Дж. Фишмана (в частности, в книге «Language and Nationalism», 1972). Автор определяет *нацию* как

социокультурную единицу, которая развилась и вышла за пределы первоначальных локальных самоопределившихся единиц, за пределы локальных проблем и внутренних связей. ...[это] любая политico-территориальная единица, которая находится в заметной или возрастающей степени под контролем одной конкретной национальности (Fishman 1972c: 5).

Следуя традициям американской социолингвистики, Дж. Фишман использует термины «национальность» и «этничность» не как противопоставленные друг другу понятия, а скорее как крайние точки шкалы: во многих случаях нельзя сказать, национальность перед нами или этническая группа, но часто можно сказать, что какая-то группа «в большей степени национальность», а другая — «в боль-

¹ См. обзор работ по двуязычию: Wald 1974.

шей степени этническая группа». Этничность, по Фишману, — принципиально то же, что и национальность, но на более простом, низком, локальном, практическом уровне.

Терминология Фишмана позволяет, таким образом, говорить о многонациональных государствах и о многоэтнических нациях. Многонациональные государства менее стабильны, чем многоэтнические нации. Многонациональное государство нестабильно, если в пределах его оказываются социокультурные группы, которые ощущают себя национальностями, оказавшимися под чужим контролем. Если же члены социокультурных групп чувствуют, что они одновременно и граждане нации, к которой принадлежат, и члены своей этнической группы, — тогда страна близка к многоэтнической нации и, следовательно, более стабильна.

НАЦИОНАЛИЗМ. ГОСУДАРСТВЕННОСТЬ. ЯЗЫК

Дж. Фишман выделяет два понятия: *национализм* (nationalism) — чувство, которое развивается из национальности и поддерживает ее, «чувство своей национальности», и *государственность* (nationism) — т. е. практические проблемы государственного управления. Потребности, диктуемые национализмом и государственными интересами, могут входить в противоречие друг с другом в том, что касается языка.

Есть две области, где язык становится государственной проблемой: государственное управление и образование. Процесс управления требует, чтобы была возможна коммуникация между правительственными учреждениями и между правительством и населением. Для этого должен быть выбран какой-либо язык. С точки зрения государственных интересов, наилучшим является тот язык, который наилучшим образом выполняет эти функции. Точно так же образование требует такого языка, на котором

знания могут быть наилучшим образом переданы детям. Для «государственности» свойственно выбирать тот язык, который лучше и дешевле выполняет эти функции.

Для национализма же язык, наряду с религией, культурой и историей, является его главным основанием. Язык — это связующее звено между национальностью и ее «аутентичностью». Это понятие абстрактное и эмоциональное; как пишет Фишман, материнский язык — это часть души, сущность национальности. Другая, не менее важная функция языка для национальности — быть средством «контрастивного самосознания» (*contrastive identity*). Люди, говорящие на одном языке, чувствуют свое единство и одновременно свое отличие от других людей.

Важным индикатором состояния группы является то, в какой мере она поддерживает и сознательно пропагандирует свой язык — или, напротив, в какой мере она готова от него отказаться. Это понятие *языковой лояльности* (*language loyalty*); на русский язык его можно перевести еще и как «приверженность языку».

МНОГОЯЗЫЧИЕ

Очевидно, что государства/нации, в которых существует не один язык, стоят перед куда более сложными проблемами, чем одноязычные нации. Многоязычные государства нуждаются в объединяющей идее, в общей *identity* (самосознание; идентичность). Они могут попытаться создать эту идентичность не на языковой основе (а, например, на основе религии), однако без участия языка это часто бывает сложно. Это приводит к проблеме выбора общенационального языка — ведь ни один язык не является родным для всего населения. И если для «государственности» проблема выбора — чисто pragматическая, то для национализма она часто эмоциональна и болезненна. Например, с pragматической точки зрения, для недавно образовавшегося

бывшего колониального государства наилучшим может оказаться язык бывшей метрополии, язык колонизаторов. Но для национализма выбор старого колониального языка как языка новой нации неприемлем.

В области образования также существуют проблемы. В идеале школа должна использовать в преподавании языки разных этнических групп. Эти языки дети уже знают как родные, и можно начинать обучение, не дожидаясь, пока они освоят другой (национальный) язык. Однако эта стратегия опасна с точки зрения национализма: роль этнических языков, если их использовать в образовании, может возрасти, и они могут стать символами более мелких «национализмов».

Впрочем, рассматривать многоязычие только как проблему было бы неправомерно. Здесь существует и другой аспект: многоязычие — это еще и культурный ресурс. На индивидуальном уровне многоязычие — это мощный ресурс, позволяющий людям более эффективно взаимодействовать. Двуязычные индивиды в двуязычной среде получают в свое распоряжение (по крайней мере, потенциально) более выразительные и богатые средства общения, чем одноязычные.

Многоязычные нации составляют подавляющее большинство государств мира; трудности возникают, когда нужно найти пример одноязычной нации:

Число языков в стране	Число таких стран	Отношение к общему числу стран, %
1	6	4
2	22	14
3–5	27	18
6–10	24	16
11–50	46	30
Более 50	28	18

Практически во всех европейских странах имеются лингвистические меньшинства. П. Традгил (Trudgill 1995: 123–124) приводит список европейских языков с указанием стран (помимо основной), в которых есть говорящие на этом языке. Например:

немецкий язык — Дания, Бельгия, Франция, Италия, Словения, Сербия, Румыния, Россия, Украина, Казахстан, Венгрия, Чехия, Польша;

турецкий язык — Греция, Македония, Болгария, Румыния, Молдова, Украина;

греческий язык — Италия, Македония, Албания, Болгария, Румыния, Украина, Турция.

ГОСУДАРСТВЕННЫЙ, ОФИЦИАЛЬНЫЙ, ТИТУЛЬНЫЙ ЯЗЫКИ. СТАТУС ЯЗЫКА

Для многоязычных государств существенны понятия государственного и официального языка. Эти понятия часто смешивают, хотя терминологически они строго разделены. Определений этих понятий существует несколько; для примера можно взять определения, предложенные еще в 1953 году экспертами ЮНЕСКО.

Государственный язык — язык, выполняющий интеграционную функцию в рамках данного государства в политической, социальной и культурной сферах, выступающий в качестве символа данного государства.

Официальный язык — язык государственного управления, законодательства, судопроизводства.

Титульный язык — язык, название которого совпадает (соотносится) с именем этноса, по которому названо национально-государственное или национально-территориальное образование.

Статус языка — его правовое положение в социальной системе, определяемое и закрепляемое законом, а также его социальное положение, определяемое функциональными характеристиками.

В Конституции РФ (ст. 68, п. 1) записано: «Государственным языком Российской Федерации на всей территории является русский язык»; в п. 2 той же статьи подтверждается право республик в составе РФ наделять свои титульные языки статусом государственных.

Говоря о проблеме государственного, официального, национального языка, обычно приводят пример Швейцарии. Здесь четыре государственных, юридически равноправных языка: немецкий (64 % говорящих на нем), французский (18), итальянский (10) и ретороманский (0.8). Все четыре языка в равной степени используются в государственном управлении, в армии, в суде, в учебных заведениях, в средствах массовой информации.

Признать существование какого-либо языка — для государства часто означает признать и существование соответствующей национальности. Это не всегда желательно по политическим и экономическим соображениям.

ЯЗЫК И ДИАЛЕКТ

Существует классическое шутливое определение У. Вайнрайха: «Язык — это диалект, у которого есть армия и флот» (и который может, следовательно, заставить других считать себя языком).

Для обыденного сознания различие между языком и диалектом двояко. С одной стороны, они с очевидностью отличаются друг от друга размером: язык больше диалекта. Это не обязательно так: например, английский — это язык, в который входит вся совокупность всех слов, признаков и особенностей его диалектов, при этом стандартный английский наряду со многими другими (йоркширский английский, английский Индии и др.) окажется диалектом. С другой стороны, в обыденном употреблении обычно противопоставляют язык и диалект с точки зрения престижа: язык более престижен, чем диалект. Если воспользоваться этим критерием, то стандартный английский окажется языком, а остальные варианты, которые не отражаются в письменной форме, — диалектами.

При различении языка и диалекта часто используют критерий взаимопонятности. Однако обилие контрприме-

ров делает этот критерий ненадежным. Кроме того, понимание или непонимание — это не абсолютные понятия, а относительные: всегда существует степень понимания. В какой точке шкалы между полным пониманием и полным непониманием должны находиться два варианта, чтобы их признали языками? Далее, варианты могут располагаться в диалектной цепи: смежные варианты взаимопонятны в высокой степени, крайние — непонятны. Наконец, взаимопонятность характеризует не отношения между вариантами, а отношения между людьми. Степень взаимопонятности зависит не столько от реальной близости вариантов, сколько от желания говорящих понять друг друга, т. е. от мотивации. Мотивация, в свою очередь, зависит от множества субъективных факторов.

Таким образом, можно сделать вывод, что граница между языком и диалектом является в значительной степени условной и существует только с социолингвистической, но не с чисто лингвистической точки зрения.

СТАНДАРТНЫЙ ЛИТЕРАТУРНЫЙ ЯЗЫК

Как правило, *стандартный литературный язык*, как самый престижный, всегда признается языком, а не диалектом. Для типичного стандартного языка характерны следующие этапы становления.

Отбор. Один из вариантов по тем или иным причинам выбирается в качестве стандартного. Выбор такого языка — дело большой политической важности: этот вариант немедленно становится престижным, а вместе с ним вырастает и престиж тех, кто говорит на нем от рождения.

Кодификация. Некий институт, например Академия, должен составить словари и грамматики, зафиксировать язык, с тем чтобы все могли свериться с этими кодифицированными изданиями и установить, что правильно, «стандартно», а что нет. Как только кодификация состоялась, люди,

претендующие на высокий социальный статус, вынуждены учить этот вариант, чтобы писать и говорить «правильно».

Развитие функций. Кодифицированный вариант должен обслуживать все функции государства — управление, законодательство, бюрократию, науку, образование. Это предполагает создание (и кодификацию в словарях) множества новых терминов.

Признание. Вариант должен быть признан достаточной частью населения как стандартный вариант — обычно как национальный язык.

ДИАЛЕКТ И РЕГИСТР

Понятие «регистр» широко используется в социолингвистике. В отличие от диалекта — «варианта по пользователю» под регистром понимается «вариант по использованию». Вариант по использованию — это вариант, который используется в данной коммуникативной ситуации. Вариант по пользователю — это тот вариант, который наиболее естественно использовать данному говорящему. Каждый раз, говоря что-либо, человек помещает себя, сознательно или бессознательно, в определенную точку сложнейшей многомерной социальной матрицы — в соответствии с той картиной общества, которая сложилась в сознании человека. Слегка упрощая, можно сказать, что ваш диалект показывает, кто вы есть, а ваш регистр — в какой роли вы выступаете или хотите выступать.

М. Халлидей (Halliday 1978) различает три измерения, в пределах которых происходит коммуникация и выбор регистра:

область (field)	модус (mode)	настрой (tenor)
«почему и о чем»	«как»	«кому»

Область — это цель и предмет коммуникации; модус — средства коммуникации (устная или письменная речь); на-

строй — отношения между участниками коммуникации. Данный набор параметров, влияющих на выбор регистра, достаточно приблизителен и не является ни окончательным, ни единственным. Так, например, в работе Д. Хаймса (Hymes 1972c) предложена другая схема, которая включает 13 переменных, характеризующих выбор регистра.

МАТЕРИНСКИЙ ЯЗЫК. РОДНОЙ ЯЗЫК. ПЕРВЫЙ ЯЗЫК

Очевидность и прозрачность этих понятий обманчива: необходимо помнить, что языки, обозначаемые этими терминами, не всегда совпадают: материнский язык — не обязательно родной, родной язык — не обязательно первый.

Материнский язык — это язык матери, который ребенок осваивает незаметно с младенческого возраста и до 5–6 лет благодаря тому, что он постоянно находится на руках у матери или рядом с ней. *Родной язык*, как правило, совпадает с материнским, однако в ряде случаев люди могут называть родным язык, который они знают плохо или даже вообще не знают². *Первый язык* — это язык, который ребенок выучивает первым; он, как правило, совпадает с материнским, однако и здесь существуют случаи, когда родным языком человека становится не тот, который он выучил первым.

ПОНЯТИЕ ЯЗЫКОВОЙ СИТУАЦИИ

Это — одно из главных понятий социолингвистики, которое также зачастую используется неточно. Языковая ситуация всегда привязана к определенной территории и может быть определена как

² См. статью (Тишков 2003), в которой обсуждается применимость понятия «родной язык» в переписях населения; см. также: Беликов, Крысин 2001: 236–238.

совокупность форм существования одного языка или совокупность нескольких языков в их социальном и функциональном взаимодействии в пределах определенных территорий: регионов или административно-политических образований.

При описании языковых ситуаций используют три ряда признаков: количественные, качественные и оценочные. *Количественные* признаки включают: число идиомов (языков, диалектов, говоров, вариантов) на данной территории, число говорящих на каждом из них, число коммуникативных областей, обслуживаемых каждым идиомом. *Качественные* признаки языковой ситуации характеризуют соотношение идиомов (родственные или неродственные, разновидности одного языка или разные языки и т. п.), функциональную равнозначность или неравнозначность идиомов, характер доминирующего идиома. *Оценочные* признаки — это внешние и внутренние оценки идиомов по разным параметрам: коммуникативная пригодность, престижность, эстетическая ценность и т. п. Совокупность оценок языковым коллективом своего идиома составляет уже упоминавшуюся *language loyalty* — языковую приверженность коллектива. На основе этих признаков можно строить типологии языковых ситуаций.

По количественным признакам различаются одно- и многокомпонентные языковые ситуации; определяются демографическая и коммуникативная мощность каждого идиома. Демографическая и коммуникативная мощности часто не совпадают. По этому признаку выделяют *равновесные* (коммуникативная и демографическая мощности совпадают) и *неравновесные* (мощности не совпадают) языковые ситуации. В неравновесных ситуациях отдельные языки могут быть доминирующими, и по этому признаку их классифицируют как *одноголосные* и *многоголосные*.

По качественным признакам выделяются одноязычные или многоязычные ситуации; ситуации, включающие родственные и типологически сходные или не родственные и типологически не сходные идиомы; гармонические и дисгармоничные; эндоглоссные и экзоглоссные ситуации.

РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная литература

- Агаев А. Г.* Функции языка как этнического признака // Язык и общество. М., 1968. С. 124–138.
- Вайнрайх У.* Одноязычие и многоязычие // Новое в лингвистике. Вып. 6. Языковые контакты. М., 1972. С. 25–60.
- Табуре-Келлер А.* К изучению двуязычия в социологическом плане // Там же. С. 170–182.
- Fasold R.* The Sociolinguistics of Society. Oxford UK; Cambridge USA: Blackwell, 1995. P. 2–12.
- Le Page R. B., Tabouret-Keller A.* Acts of Identity: Creole-based Approaches to Ethnicity and Language. Cambridge: Cambridge Univ. Press, 1985. P. 1–15 (Introduction).

Дополнительная литература

- Крысин Л. П.* Владение разными подсистемами языка как явление диглоссии // Социально-лингвистические исследования. М., 1976. С. 62–69.
- Серго П.* Этнос и демос: дискурсивное построение коллективной идентичности // Этничность. Национальные движения. Социальная практика. СПб., 1995. С. 51–59.
- Barth F.* Ethnic Groups and Boundaries: The Social Organization of Culture Difference [1969] // Theories of Ethnicity: A classical reader / Ed. by W. Sollors. London, etc.: MacMillan Press, 1996.
- Fishman J.* Varieties of Ethnicity and Varieties of Language Consciousness // Georgetown University Round Table. Selected Papers on Linguistics, 1961–1965. Washington DC: Georgetown Univ. Press, 1968. P. 91–101.
- Jenkins R.* Rethinking Ethnicity: Identity, Categorization and Power // Ethnic and Racial Studies. 1994. Vol. 17, N 2. P. 197–223.
- Stewart W. A.* A Sociolinguistic Typology for Describing National Multilingualism // Readings in the Sociology of Language / Ed. by J. Fishman. The Hague; Paris: Mouton de Gruyter, 1968. P. 531–545.

Глава 2 СОЦИАЛЬНЫЕ ДИАЛЕКТЫ

Одним из ключевых направлений в социолингвистике является изучение языковой вариативности, обусловленной структурой общества, т. е. изучение социальных вариантов речи — того, как говорят разные по социальному положению, образованию, полу, возрасту люди в одной и той же ситуации¹.

СОЦИАЛЬНАЯ И ЯЗЫКОВАЯ ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ

Известно, что в пределах национального языка существуют *территориальные диалекты*: так, люди, родившиеся в южной России, говорят не так, как в северных областях;

¹ Здесь пойдет речь именно о социальных диалектах, а не о собственно языковых средствах выражения социальных отношений. Известно, что в любом языке существуют специальные средства, которые характеризуют социальные признаки одного из участников — говорящего или слушающего, а также отношения между ними. Этой стороной проблемы занимается *этнография коммуникации* (см. прежде всего: Хаймс 1975; см. также обзор: Baumann, Sherzer 1975). Так, язык индейцев коасати (Луизиана) имеет специальные регулярные глагольные формы для говорящих-мужчин и говорящих-женщин (подробнее см.: Haas 1964). Ср. также известный пример Э. Сепира: в языке индейцев нутка (остров Ванкувер) есть формы, которые используются, когда говорят о людях (или с людьми), имеющих какой-либо дефект или ненормальность, например о детях, об очень полных людях, о взрослых необычно высокого или маленького роста, о людях с ущербным зрением, слухом, хромых, левшах, кастраатах (см.: Сепир 1993а).

очень большое диалектное разнообразие можно встретить и в других странах — например в Германии или Англии. Однако географическое положение — не единственный фактор диалектного варьирования: речь людей различается и в зависимости от их принадлежности к разным социальным группам. Разные социальные группы используют разные варианты, и мы, как опытные члены этой речевой общности, умеем классифицировать людей по их речи. Эти варианты носят название социальных диалектов.

Социальный диалект, или *социолект*, как его определяет Р. И. Макдэвид, — это

принятый в данном сообществе субвариант речи, который благодаря действию определенных общественных сил является характерным для определенных этнических, религиозных и экономических групп или групп индивидов с определенным уровнем и типом образования (Макдэвид 1975: 365).

Под это определение подпадают диалекты не только социальных, но и этнических, религиозных и иных групп. Многие исследователи пользуются более узким термином — *social-class dialects* (букв. ‘диалекты общественных классов’).

Диалектологи давно заметили, что для описания диалектов существенны два параметра: 1) барьеры, или границы; 2) расстояние, или дистанция. Региональные границы часто совпадают с географическими — горные цепи, болота, реки. Чем резче граница и чем больше географическое расстояние между двумя диалектами, тем они дальше с лингвистической точки зрения.

Различие социальных диалектов можно объяснить с помощью сходных понятий: *социальные границы* и *социальное расстояние* (дистанция). Распространение в языке какого-либо изменения (нового слова, изменения какого-либо фрагмента грамматики, фонетическая инновация и т. п.) может тормозиться наличием границ между социальными классами, поколениями, расами, религиозными группами и т. п. Какая-либо языковая инновация, зародившаяся среди верхних классов общества, достигнет самых

нижних групп нескоро, если вообще достигнет. И наоборот: нечто, зародившееся «внизу», может вообще не достигнуть верхних классов. Это и есть социальное расстояние.

Социальная стратификация присуща любому обществу. В развитых государствах Запада она приняла форму социальных групп. Не вдаваясь пока в проблему определения социальной группы или социального класса, скажем лишь, что *социальный класс* — это совокупность людей, имеющих сходные социальные и/или экономические характеристики. Социальная стратификация различна в разных обществах. Простой пример — фиксированные, раз и навсегда заданные общественные группы, например индийские касты; для социолингвиста значительно легче изучать кастовые диалекты, чем классовые, так как касты более строго определены, стабильны, четче отделены одна от другой². В работе П. Традгилла (Trudgill 1995: 25) приведен пример кастовых различий в языке; интересно, что воздействие географических факторов на язык и в том и в другом случаях оказывается слабее, чем социальное воздействие.

Каста и провинция	Показатель инфинитива	Показатель причастия	Глагол «сидеть»
Брахманы Дхарвар Бангалор	-likke	-o	kut- kut-
	-ok	-o	
Не-брахманы Дхарвар Бангалор	-ak	-a	kunt- kunt-
	-ak	-a	

В странах, где говорят по-английски, по-испански, по-русски, социальная стратификация более подвижна и менее определена, чем в Индии. Границы между социальными классами неотчетливы и проницаемы: существует так

² Это, конечно, упрощение: в реальности ситуация сложнее (см., например, обзор: Irvine 1985: 563–566).

называемая вертикальная мобильность — возможность подняться или опуститься по социальной лестнице. Это делает задачу лингвистов достаточно сложной, так как чем разнообразнее общество, тем разнообразнее его языковые варианты.

Степень варьирования языка и его социальный статус находятся в обратно пропорциональных отношениях: чем выше статус, тем меньше вариантов. Чем более «сельские», «местные» и низкие варианты используются, тем больше число лексических и грамматических вариантов. Лексический пример: в стандартном английском языке есть слово scarecrow ('огородное пугало'). Ему соответствует в диалектах bogle, flay-crow, mawpin, mawkin, bird-scarer, moggy, shay, guy, bogeyman, shuft, rook-scarer (см.: Trudgill 1995: 29).

Описывать социальные диалекты сложно: методы традиционной сельской диалектологии здесь не подходят. Диалектология города выработала собственные методы; начиная с 1950–1960-х годов эта область стала быстро развиваться, прежде всего благодаря трудам У. Лабова (США) и П. Традгilla (Великобритания).

Мы давно знаем об этих социальных и региональных вариантах, и мы имеем точное описание стандартного произношения. Однако мы не знаем, как именно стандартное произношение и локальные акценты связаны с социальным классом; как далеко простирается стандартное произношение вниз по социальной лестнице в разных регионах; какие говорящие употребляют произношение, стандартное для данного региона; и как, собственно, выглядят эти промежуточные и местные акценты (Trudgill 1995: 31).

МЕТОДЫ ИЗУЧЕНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ ДИАЛЕКТОВ

Здесь речь пойдет о том, как именно работает диалектология города, или социальная диалектология. За сорок

лет ее существования³ были выработаны и проверены на практике различные методы сбора и обработки данных. Однако прежде необходимо коротко упомянуть о другом очень важном аспекте этой работы, который имеет отношение не только к городской диалектологии, но и к любой полевой работе, к любому сбору данных, как социально-антропологических, лингвистических, так и социолингвистических — об этическом аспекте сбора информации.

ЭТИЧЕСКИЕ ПРИНЦИПЫ ПОЛЕВОЙ РАБОТЫ

Этическая сторона полевых исследований в последнее время широко обсуждается, прежде всего потому, что некоторые исследователи в прошлом вольно или невольно настроили многие общности против себя, публикуя то, что публиковать не следует, или добывая данные сомнительными методами (например, с помощью скрытой записи на магнитофон доверительных разговоров).

Существует много вопросов, с которыми так или иначе сталкивается исследователь «в поле». В какой «роли» исследователь имеет право выступать в исследуемой общности? Может ли он сочинить себе «легенду», т. е. притвориться кем-то для получения нужных ему данных? Должен ли исследователь полностью информировать индивидов, с которыми он работает, и группу в целом о целях и методах своего исследования? Всегда ли обязательно говорить информанту, что его речь записывается? Следует ли всегда упоминать имя того, от кого получены те или иные сведения, или, напротив, сохранять анонимность ис-

³ Мы ведем отсчет с первых публикаций У. Лабова, который по праву может считаться отцом современной социальной диалектологии. Однако некоторые интересные работы появлялись и раньше, в том числе и в России; см., например, книгу (Шпильрейн и др. 1928), в которой предложены интересные методики сбора и анализа данных по речи одной из социальных групп — военнослужащих Красной Армии.

Глава 3

ОТНОШЕНИЕ К ЯЗЫКУ. ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ВЫБОР ЯЗЫКА

В этой главе обсуждаются две важные темы социальной лингвистики — проблематика отношения к языку и проблематика языкового выбора; кроме того, описываются некоторые из наиболее известных методик изучения этих явлений. Обе темы выросли в американской социолингвистике из исследований по социальной психологии; многие методы и методики были напрямую перенесены оттуда же. Этот раздел социолингвистики — наиболее социально-психологический.

ОТНОШЕНИЕ К ЯЗЫКУ

В социальной психологии существует два основных методологических подхода: ментализм и бихевиоризм¹. С точки зрения бихевиоризма, любое (не только языковое) отношение есть нечто, непосредственно содержащееся в тех реакциях, которые проявляют люди в социальных ситуациях. Сторонники бихевиоризма утверждают, что психология должна изучать поведение, а не сознание, которое в принципе невозможно наблюдать.

¹ *Бихевиоризм (behaviourism)* — направление психологии и позитивистской социологии, получившее широкое распространение в 1920-е годы в США, сторонники которого считали предметом изучения психологии не сознание, а поведение, рассматриваемое как совокупность реакций на воздействие внешней среды. *Ментализм (mentalism)* — направление в американской (социальной) психологии, сторонники которого рассматривают человеческое поведение как обусловленное ментальными структурами — своеобразным фильтром, лежащим между внешним стимулом и поведенческой реакцией.

С точки зрения ментализма, отношение есть состояние готовности, промежуточная переменная между стимулом, воздействующим на индивида, и его реакцией. Типичное для этой теории определение отношения дает Ф. Вильямс (Williams 1974: 21):

Отношение — это внутреннее состояние, которое активизируется некоторым внешним стимулом и определяет внешнюю реакцию организма.

Упрощая, можно сказать, что отличие бихевиористского подхода от менталистского состоит в непризнании первым промежуточной ступени между стимулом и реакцией.

Предметная область социолингвистики, изучающая отношение к языку, разделяется на два направления. Некоторые исследователи понимают отношение к языку буквально: испытуемого спрашивают, кажется ли ему данный язык красивым или уродливым, богатым или бедным, сладко-звуковым или грубым. Однако чаще отношение к языку понимается шире: сюда включают прежде всего *отношение к говорящему* на этом языке. Отношение к языку (и к говорящим на нем) обычно социально обусловлено. Поскольку существуют социальные диалекты, социальные различия, которые легко обнаруживаются в речи, то возникает вопрос о восприятии этих различий и об отношении людей друг к другу через эти различия.

МЕТОДЫ ИЗУЧЕНИЯ ОТНОШЕНИЯ К ЯЗЫКУ

ПРЯМЫЕ И НЕПРЯМЫЕ МЕТОДИКИ

Методики сбора данных можно разделить на прямые и непрямые. Прямые методики — это фактически простые вопросы (в форме анкеты), имеющие целью выяснить мнение о каком-либо языке или о говорящих на нем. Непрямые методики позволяют получать нужную информацию таким образом, чтобы испытуемый не понял, о чем его спрашивали.

Хороший пример использования непрямой методики — исследование Р. Купера и Дж. Фишмана (Cooper, Fishman 1974). Проверялась гипотеза, касающаяся отношения к ивриту и арабскому у мусульман в Израиле, а именно, что иврит воспринимается арабами как более «подходящий» для формулирования рациональных, «научных» аргументов, а арабский — как более подходящий для эмоциональных, традиционных, «религиозных» доводов. Для проверки была подобрана группа двухязычных мусульман, одинаково свободно говоривших по-арабски и на иврите. Эта группа была разделена на две части. Было подготовлено два текста: *текст А* на иврите — о вреде курения табака, построенный на научной аргументации; и *текст Б* на арабском — о вреде вина, построенный на аргументации, опиравшейся на религиозные ценности. Затем каждый текст был переведен на второй язык, начитан на пленку и предъявлен обеим группам следующим образом:

ГРУППА 1	Текст на иврите о вреде табака	Научная аргументация
	Текст по-арабски о вреде вина	Религиозная аргументация
ГРУППА 2	Текст на иврите о вреде вина	Религиозная аргументация
	Текст по-арабски о вреде табака	Научная аргументация

После прослушивания текстов испытуемым был задан вопрос: «Станете ли Вы поддерживать повышение налога на табак или на вино, чтобы снизить их потребление?»

Разница в ответах показательна: те, кто слушал «научный» текст на иврите, давали положительный ответ («Да, поддержали бы») вдвое чаще, чем те, кто слушал его же по-арабски. Напротив, те, кто слушал «религиозный» текст по-арабски, давали положительный ответ вдвое чаще, чем те, кто слышал тот же текст на иврите. Исходная гипотеза, таким образом, получила подтверждение, но испытуемые

не знали, что исследуется их отношение к языку: они были отвлечены проблемой налогообложения.

Методы получения данных об отношении к языку (и другие социолингвистические методы) можно классифицировать как по типу собираемых данных, так и по способу их получения. По типу интересующих исследователя сведений выделяются количественные и качественные методики; по способу сбора — вопросы, интервью, наблюдения и экспериментальные методики.

КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ И КАЧЕСТВЕННЫЕ МЕТОДЫ

Количественные методы анализа — это совокупность приемов и процедур, направленных на получение цифровых данных, допускающих математическую обработку (как статистическую, так и нестатистическую). С помощью количественных методов могут обрабатываться как экспериментальные данные, так и сведения, получаемые прежде всего в результате заполнения вопросников, а также материалы интервью и даже результаты наблюдений. Типичной количественной методикой является описанная выше обработка результатов экспериментов с использованием семантического дифференциала.

Количественные методы анализа, распространенные в социолингвистике в 1960—1970-е годы, сегодня уступают место **качественным**. Здесь акцент делается не на цифровых данных, а на анализе содержания высказываний респондентов, индивидуальном опыте исследователя, наблюдениях. Примером качественного метода может служить метод лингвистической биографии: дву- или многоязычных информантов расспрашивают о том, как, от кого, в каком возрасте они освоили тот или иной язык, выясняют области, в которых эти языки используются, исследуют их отношение к разным языкам.

Примером качественного исследования, целиком посвященного именно отношению к языку и базирующегося на интервью и наблюдениях, может служить работа Б. Уолда (Wald 1985), в которой изучалось воздействие стандартизации суахили на фактор «отношение к языку» среди группы суахили-говорящих жителей города Момбаса (Кения).

Момбаса — большой портовый город, с пестрым и многоязычным населением. Каждая из многочисленных языковых групп живет компактно; здесь, как и вообще в Восточной Африке, национальность устойчиво ассоциируется с языком. Эта разноязычная, многонациональная масса «склеена» с помощью суахили. Суахили — не родной язык для большинства групп: каждая из них двуязычна, говорит на собственном родном языке и на суахили. Среди этих этнических групп есть одна, для которой суахили — родной. Этую группу автор называет «момбаса суахили».

Говорящие на «момбаса суахили» не отождествляют стандартный суахили и «момбаса суахили». Для них «внешний» суахили — язык средств массовой информации и школы; многие считают его искусственным языком. «Внутренним» суахили гордятся, подчеркивают его особость, не похожесть на «внешний», притом что его реальные отличия от стандартного языка невелики. По словам одного из информантов, «“внешний” суахили — язык, который все понимают, но только настоящие суахили знают “внутренний” суахили». Этот «внутренний» суахили как бы специально, намеренно, искусственно выделен из стандартного суахили, немногочисленные его отличия (автостереотипы)² осознаются и подчеркиваются.

Отношение к вопросу о языке суахили и о национальности суахили очень эмоционально. С одной стороны, стандартный суахили воспринимается как средство и символ

² Автостереотипы — слова, наиболее часто используемые говорящими как примеры при объяснении отличия своего варианта от других, например: «мы» (петербуржцы) говорим *карточка*, а «они» (москвичи) *проездной*; или «мы» (монреальцы) говорим *joual* [ʃwal], а «они» (французы) — *cheval* [ʃ(e)val].

экономического успеха. С другой стороны, «внутренний» суахили — это символ местного самосознания, средство общего самосознания всех членов общности. «Внутренний» суахили, кроме того, — язык поэзии.

Исследования такого типа отличает одна важная черта: обилие цитат из интервью, большое количество подробных описаний наблюдавшихся ситуаций языкового общения. Авторы стараются по возможности дать читателю взглянуть на описываемую ситуацию «своими глазами», как бы без участия автора-посредника, и в то же время стремятся «дать слово» тем, кого они изучают.

Хотя ни один из методов не дает идеального результата, каждый из них имеет свои достоинства, и при помощи сочетания этих методов исследователь может попытаться решить поставленную задачу.

ВОПРОСНИКИ, ИНТЕРВЬЮ, НАБЛЮДЕНИЯ

Вопросники делятся на открытые и закрытые. *Открытые* вопросы содержат вопросы типа: «Опишите Ваше отношение к данному говорящему». Такие вопросы дают респонденту максимум свободы, но тем самым позволяют ему отклоняться от темы и трудны для оценки, обработки и сравнения. *Закрытые* вопросы включают, кроме вопросов типа «семантического дифференциала», еще и вопросы «да—нет», вопросы с множественным выбором и вопросы-схемы по рангу. Эти вопросы легче обрабатывать, на них легче отвечать, но они вынуждают респондентов реагировать в заранее заданных терминах, в заранее навязанном «языке», который целиком определяется исследователем. Оптимальный вариант — провести предварительное исследование по открытому вопроснику, а затем на основе его результатов составить закрытый, используя язык ответов на открытые вопросы.

Интервью. То же, что открытый вопросник, но без письменных вопросов и письменных ответов. Исследова-

тель задает вопросы и записывает ответы, ведет разговор, направляя его и не давая респонденту отклоняться от темы. Основной недостаток — одно интервью занимает столько же времени, сколько заполнение вопросника 50–100 информантами. Основное достоинство — живой разговор, сочетающий плюсы открытых и закрытых вопросников: очень часто в ходе интервью всплывают новые темы, термины, идеи, интересные формулировки, которые не приходили исследователю в голову. Интервью дает наибольший простор интуиции и таланту исследователя.

Наблюдение. Этот метод позволяет собрать наиболее точные данные; исследователь просто наблюдает языковое поведение людей. Основные недостатки метода заключаются в том, что наблюдение занимает значительное время и, как следствие, он очень дорог. В то же время наблюдение — единственный более или менее надежный способ получения информации о языковом поведении людей.

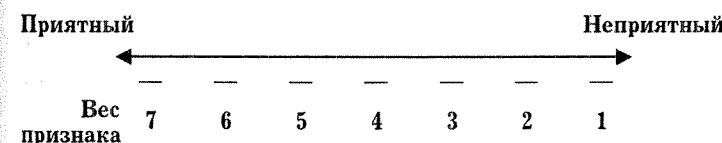
ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНЫЕ МЕТОДЫ: МЕТОДИКА «ПАРНЫХ МАСОК»

В описанном выше эксперименте Р. Купера и Дж. Фишмана (см. разд. «Прямые и непрямые методики») использована одна из модификаций непрямой методики «парных масок» (приблизительный перевод английского названия методики «matched guise»). Это — один из самых популярных методов, разработанных в 1960-е годы У. Ламбертом (см.: Lambert et al. 1968) на базе работ 1950-х годов американского психолога Ч. Огуда.

Методика состоит в следующем. Записывается несколько (от одного до четырех) двуязычных людей, читающих один и тот же текст сначала на одном языке (L_1), потом на другом (L_2). Записанные отрывки компонуются на пленке так, чтобы казалось, что их читали разные люди: диктор А — L_1 , диктор Б — L_2 , диктор В — L_2 , диктор А — L_2 , диктор Б — L_1 и т. п., — т. е. чтобы слушатели думали, что каж-

тый следующий — новый диктор. Затем данная последовательность звучащих отрывков предъявляется группе двуязычных слушателей, которых просят оценить дикторов по разным признакам: образованность, социальный статус, доброта, приятность и т. п. Если один и тот же диктор в разных «масках» (*guises*) оценивается по-разному, то предполагается, что причина этого — в разных языках и в отношении к ним. Признаки «характеристика голоса», «содержание текста» и т. д. не принимаются во внимание, так как это тот же голос и тот же текст, хотя и на другом языке.

Оценка результатов опыта обычно производится по семибалльной шкале (шкала семантического дифференциала) типа:



Число ответов (число раз, когда респондент пометил какую-либо точку шкалы) умножается на номер точки (от 7 до 1); далее выводится общая сумма этих произведений, которая делится на число респондентов. Полученный коэффициент — средняя оценка респондентами данного диктора по данному признаку (см. также: Osgood 1953).

Оценку языка обычно проводят по разным параметрам, которые объединяются в две большие группы: статусные оценки и аффективные оценки (их называют соответственно «шкалой статуса» и «шкалой солидарности»). Под *статусными* оценками понимаются оценки по критериям престижности, степени образованности, степени общественного успеха, общественному и карьерному положению и т. п. Под *аффективными* — оценки по параметрам типа «приятный/неприятный», «добрый/злой», «надежный/ненадежный» и др.

Методика «парных масок» очень популярна в американской социолингвистике; она применялась многими ис-

следователями для изучения самых разных аспектов отношения к языку. В ходе работы были выявлены некоторые особенности и «подводные камни», основными из которых являются следующие.

1) Классический вариант методики предполагает, что на обоих языках читается один и тот же текст. Однако это может привести к тому, что дикторов будут оценивать не как говорящих, а как хороших или плохих чтецов. Поэтому в некоторых экспериментах используются не письменные тексты, а запись умело направляемого разговора на фиксированную тему.

2) Возможна несогласованность между темой разговора (темой текста) и языком, на котором этот текст (разговор) происходит. Так, если в диглоссном коллективе одна из «масок» оказывается «низкой», а вторая — «высокой», то может оказаться, что тема, подходящая для *L1*, не подходит для *L2*. Тогда респонденты могут низко оценить одну из «масок» не потому, что плохо относятся к *L1*, а потому, что считают, что на *L1* нельзя говорить на данную тему (Kimple 1968).

3) Еще одна опасность, связанная с этой методикой, — ее некоторая искусственность. Когда мы просим респондентов оценить людей только по голосу, мы создаем ситуацию, достаточно далекую от реальной жизни. Поскольку методика предполагает, что каждый записанный образец речи идентичен другим по содержанию, есть опасность, что респондент заскучает от постоянных повторений и начнет обращать преувеличенное внимание на различия голосов.

ОБЛАСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ОПИСАННЫХ МЕТОДИК

Изучение отношения к языку само по себе поучительно, но его ценность заключается главным образом в том, что оно многое дает исследователю для понимания социальной роли языка в разных областях.

САМОИДЕНТИФИКАЦИЯ ГРУППЫ (GROUP IDENTITY)

Язык имеет функции обслуживания контрастной самоидентификации группы (*contrastive identity*), необходимой для любой социальной, социокультурной, этнической группы. Именно «общий язык», общие разговорные стратегии создают ощущение удовлетворения: возникает чувство, что собеседники принадлежат к одному кругу (Tannen 1982: 215–231; о том же писал еще в 1930-е годы Э. Сепир (см.: Сепир 1993б: 232). Казалось бы, язык, лучше выполняющий указанные функции, должен оцениваться группой высоко. Однако если для группы характерно наличие диглоссии, то нередки ситуации, когда «высокий» вариант считается «лучше», более чистым и правильным, притом что функцию самоидентификации в большей степени выполняет как раз «низкий» вариант. То есть, парадоксальным образом, основной инструмент, языковой символ самоидентификации оценивается говорящими достаточно низко.

Можно предположить, что в эксперименте по методике «парных масок» в случае, когда респондентам будет предложено оценить говорящего на «родном» языке, оценки по этим двум шкалам разойдутся и мы получим примерно такие результаты: «низкая маска» (*guise*) будет оценена *ниже* по «статусной» шкале, но она же будет оценена *выше* по «аффективным» параметрам.

Исследователи, которые проверяли эту гипотезу, получили неожиданный результат. Изучая отношение к канадскому варианту французского языка по сравнению с европейским французским (d'Anglejan, Tucker 1973: 22), они обнаружили, что речь европейских французов не только воспринимается как более образованная, более «высокая» (это ожидалось), но и *нравится* канадским французам больше, чем канадский вариант. То же оказалось верным и для англо-американцев и мексикано-американцев (Sarganova, Ryan 1975: 99): английский язык оценивался выше