

На правах рукописи



СОЛОВЬЕВА Анна Андреевна

**СОЦИОЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ЗАКОНОМЕРНОСТИ  
ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ РЕЧЕВОГО ЭТИКЕТА ПРИ ДВУЯЗЫЧИИ  
(НА МАТЕРИАЛЕ РЕГИОНОВ КАТАЛОНИИ И СЕВЕРНОЙ ИНДИИ)**

10.02.19 – теория языка

**АВТОРЕФЕРАТ**

диссертации на соискание ученой степени

кандидата филологических наук

Москва 2022



## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

**Актуальность и степень разработанности темы.** Интерес к изучению этикетных выражений на разных языках в условиях двуязычия объясняется высокой значимостью для теории языка понимания закономерностей языкового выбора. Такие закономерности можно выявить, объясняя их с точки зрения самой системы языка, а также с помощью внеязыковых факторов. Социолингвистика рассматривает языковые явления как результат влияния социального контекста, состоящего из различных социальных параметров и факторов, играющих разную роль в выборе той или иной языковой единицы в каждой конкретной языковой ситуации.

Выбор конкретной единицы из всего языкового репертуара присутствует как в одноязычных, так и в двуязычных языковых ситуациях, однако при двуязычии существует проблема выбора не только единицы, но и выбора между языками.

При этом на двуязычную ситуацию так же, как и на одноязычную, продолжают воздействовать элементы социального контекста.

**Актуальность** научной проблемы в данном исследовании представляет вопрос о взаимосвязи выбора языка в двуязычной языковой ситуации и элементов социального контекста, а также рассмотрение этого процесса как атрибута существования особой билингвальной языковой системы.

При этом изучение языкового выбора неразрывно связано с исследованием языковых единиц, отражающий данный выбор. Одними из таких единиц являются этикетные выражения. Рассмотрение этикета не только как языковой категории самой по себе, но как категории, связанной с социолингвистическим контекстом, опирается на ряд отечественных и зарубежных исследований.

В отечественном языкознании единицы речевого этикета получают описание в работах В.Г.Костомарова<sup>1</sup>, который выделяет этикетные выражения согласно типам ситуаций: «Приветствие», «Прощание», «Извинение», «Благодарность» и т. д. и вводит общее название для данного типа языковых единиц – «формула вежливости»<sup>2</sup>.

Н. И. Формановская, вслед за В. Г. Костомаровым, выделяет тематические группы этикетных выражений, такие как «Обращение и привлечение внимания», «Приветствие», «Знакомство», «Прощание», «Извинение», «Благодарность», «Поздравление», «Пожелание», и т. д.<sup>3</sup> и определяет их сферу употребления, не предлагая при этом полного списка тематических групп, подчеркивая его принципиальную незамкнутость.

На современном этапе изучения этикетных выражений существует ряд подходов, соответствующих целям исследования: функциональный, прагматический и социолингвистический.

---

<sup>1</sup> Костомаров В. Г. Русский речевой этикет // Русский язык за рубежом, М.: 1967, 1, С. 56 – 62.

<sup>2</sup> Там же.

<sup>3</sup> Формановская Н. И. Русский речевой этикет: Лингвистические и методические аспекты. – М.: «URSS», 2008. – 160 с.

Функциональный подход позволяет определить назначение этикетных выражений в языке, отделить их функции от функций других выражений и, таким образом, исследовать данные единицы как отдельную категорию. Р.О.Якобсон полагал, что одна из основных функций этикета в любом языке – фатическая, отмечая, что «фатическая функция, осуществляется посредством обмена ритуальными формулами или даже целыми диалогами, единственная цель которых – поддержание коммуникации»<sup>4</sup>. Основное назначение сообщений, обладающих этой функцией, состоит в том, чтобы «установить, продолжить или прервать коммуникацию, проверить, работает ли канал связи, привлечь внимание собеседника или убедиться, что он слушает внимательно»<sup>5</sup>.

В прагматике этикетные выражения рассматриваются как часть особой коммуникативной категории – категории вежливости. Т. В. Ларина предлагает трактовать вежливость как «национально-специфическую коммуникативную категорию, содержанием которой является система ритуализованных стратегий коммуникативного поведения (языкового и неязыкового), направленных на гармоничное, бесконфликтное общение и соблюдение общественно-принятых норм при интеракциональной коммуникации (установлении, поддержании и завершении межличностного контакта) и определяющих выбор наиболее оптимальных коммуникативных средств»<sup>6</sup>. Несмотря на то, что представления о вежливом и невежливом коммуникативном поведении целиком и полностью зависят от конкретной культуры, ряд исследователей выступают за универсальность этой категории<sup>7</sup>. Т.В.Ларина предлагает разделять категории «вежливость» и «этикет»<sup>8</sup>, отмечая, что «этикет – это внешнее проявление вежливости»<sup>9</sup>. Преимуществом данного подхода является опора на связь языковых единиц с внеязыковой действительностью, а также ориентация на широкий прагматический контекст, а именно – на адресата, что непосредственно связано с задачами исследования по анализу языкового выбора при разных типах адресата. Таким образом в контексте социолингвистического исследования представляет интерес понимание вежливости прежде всего как социальной нормы, этической и прагматической категории и оценки статуса человека.

О социальной природе этикетных формул пишет также исследовательница этикета пакистанского урду С. Толиби, утверждая, что «формулы речевого этикета зависят от таких социальных факторов, как:

---

<sup>4</sup> Jakobson R. Closing Statement: Linguistics and Poetics. Style in Language / Ed. by Thomas A. Sebeok. – Cambridge, Mass.; New York; London: The Technology Press of Massachusetts Institute of Technology; John Wiley & Sons, Inc., 1960. – 470 p., p. 67.

<sup>5</sup> Там же.

<sup>6</sup> Ларина Т. В. Категория вежливости в аспекте межкультурной коммуникации (на материале английской и русской коммуникативных культур), Дисс. на соискание степени д. ф. н., – М.: РУДН, 2003. С.18.

<sup>7</sup> Brown P., Levinson St. D. Politeness: Some universals in language usage. – Cambridge: Cambridge University Press, 1987. – 345 p.

<sup>8</sup> Ларина Т. В. Категория вежливости в аспекте межкультурной коммуникации (на материале английской и русской коммуникативных культур), Дисс. на соискание степени д. ф. н., – М.: РУДН, 2003. С.21.

<sup>9</sup> Там же, С.22.

ситуация общения, пол, возраст, социальный статус, характер личных и родственных отношений, степень образованности общающихся...»<sup>10</sup>.

Особый интерес вызывает у исследователей изучение этикетных выражений при двуязычии, что обусловлено необходимостью создания теоретических моделей, объясняющих выбор языковых единиц в контексте конкретных языковых ситуаций двуязычия, сложившихся, например, в Северной Индии и Каталонии.

Одной из социолингвистических работ по индийской языковой ситуации, посвященной анализу особенностей взаимоотношений североиндийского хинди и английского языка, является «Язык и общество» Бх.Сингха<sup>11</sup> [सिंह], где описываются речевые ситуации, в которых говорящие используют переключение кодов (английский-хинди).

Существуют также исследования испанско-каталанского билингвизма. В частности, в основу настоящей работы легло исследование М. Галиндо<sup>12</sup> [Galindo i Solé] об испанско-каталанском двуязычии в каталонской школе, где показано, в каких именно ситуациях происходит смена языкового кода.

Кроме того, ряд исследований посвящен сравнению социальных ситуаций в разных регионах.

В социологии примером подобного сравнения является работа социолога О. Льюиса<sup>13</sup>, в которой, в частности, сопоставляется социальная жизнь индийской и мексиканской деревень.

Таким образом, настоящая диссертационная работа объединяет исследования речевого этикета и билингвизма, что позволяет установить связь между выбором языка и социолингвистическим параметром или фактором, отвечающим за этот выбор.

**Научная новизна.** В отличие от исследований, где рассматривается социолингвистический аспект выбора этикетных выражений на примере одного языка, настоящее исследование ставит целью выявить связь между этикетом и двуязычием, так как это позволяет рассматривать языковой выбор как способ реакции на социальный контекст, так как в двуязычной языковой ситуации, в отличие от одноязычной, перед говорящим стоит сложная задача: в зависимости от речевой ситуации ему нужно сначала выбрать язык, на котором он будет использовать этикетную единицу, а затем единицу этикета.

Кроме того, новым в исследовании является сравнение ситуаций, где регулярно совершается выбор языка этикетных выражений. Это позволяет предположить типичность существования закономерностей такого выбора для любой ситуации двуязычия, и, следовательно, изучить такие закономерности, что было бы недоступно ни в ситуации с одним языком, ни в ситуации

---

<sup>10</sup> Толиби С. Речевой этикет в урду Пакистана: Социолингвистический анализ: Дисс. на соиск. уч. ст. к.ф.н. – М., 1996.

<sup>11</sup> सिंह भरत, भाषा और समाज (हिन्दी भाषा के समाज शास्त्रीय अध्ययन के संबंध में, अलेख प्रकाशन, प्रथम संस्करण, दिल्ली: «आलेख», 2002.

<sup>12</sup> Galindo i Solé M. Llengües a l'hora del pati. Usos lingüístics en les converses dels infants de Primària a Catalunya, Barcelona, 2006.

<sup>13</sup> Mandelbaum David G. Society in India, Vol. 1, Reprinted in 2011, Popular Prakashan, 666 p, pp. 161-162.

двуязычия без сравнения с другой ситуацией двуязычия. Понимание закономерностей языкового выбора также было бы невозможно без наличия общей для двух ситуаций двуязычия категории, связанной непосредственно с социальным контекстом, каковой является речевой этикет.

Также новой является попытка сопоставления двух на первый взгляд не похожих двуязычных ситуаций, что позволяет шире взглянуть на возможности сопоставительного метода как инструмента исследования языка.

С точки зрения подхода новым является то, что для решения поставленных задач данное исследование вынуждено объединить три направления лингвистических исследований: социолингвистические исследования, исследования речевого этикета и исследования ситуаций двуязычия.

Таким образом, с помощью исследований речевого этикета в ситуациях, где перед говорящими стоит проблема выбора из двух языков, становится возможным выйти на новый уровень понимания роли социальных параметров и факторов в языке.

**Цель и задачи.** Цель исследования состоит в том, чтобы выявить социолингвистические закономерности выбора языка этикетных выражений в двуязычных языковых ситуациях.

Для осуществления поставленной цели предстояло решить несколько **задач**, а именно:

- 1) собрать данные об используемых этикетных выражениях и сформировать эмпирическую базу исследования, а именно произвести опрос носителей языка об используемых ими этикетных выражениях в различных речевых ситуациях;
- 2) описать и сопоставить языковые ситуации в Каталонии и Северной Индии в социолингвистической перспективе;
- 3) изучить выбор языка в репертуаре этикетных выражений в исследуемых регионах с помощью социолингвистического эксперимента в форме диагностического анкетирования;
- 4) провести анализ контента видеоматериалов;
- 5) разработать теоретическую модель функционирования этикетных единиц в ситуации двуязычия в зависимости от социальных факторов.

**Методология и методы исследования.** Для решения поставленных задач на разных этапах исследования используется комбинация социолингвистических методов невключенного наблюдения, анкетирования, описания с элементами контент-анализа и метод теоретического моделирования.

На первом этапе работы производился сбор единиц речевого этикета с помощью невключенного наблюдения за носителями в языковой среде (Каталония и Северная Индия).

Задачей второго этапа было выявить общие черты двух языковых ситуаций и найти основания для сопоставления, что обуславливает

необходимость использовать методы описания и сравнения особенностей социалингвистических ситуаций.

На третьем этапе исследования ставилась задача выявления общего и отличающегося в двух языковых ситуациях с точки зрения говорящих. Для этого потребовалось провести опрос с применением методов диагностического анкетирования в форме социалингвистического эксперимента.

На четвертом этапе произведен анализ видеоматериалов, который, в свою очередь, потребовал выявления и изучения компонентов языкового и социального контекстов, что потребовало использование метода описания с элементами качественного контент-анализа.

На основании данных предыдущих этапов на пятом этапе были построены теоретические модели, основанные на принципе бинарных оппозиций. На данном этапе применялся метод теоретического моделирования.

**Объект исследования.** В качестве объекта исследования были взяты случаи употребления 5 групп этикетных выражений: (приветствие, прощание, извинение, благодарность, обращение), зафиксированных в Северной Индии (2011-2012 гг.) и Каталонии (2013-2014 гг.).

**Предметом исследования** стал принцип выбора языка этикетных выражений в исследуемых языковых ситуациях.

**Материалом** послужили данные анкетирования носителей и видеоматериалы с фиксацией использования исследуемых единиц. Материал для анкетирования был собран в процессе стажировок в исследуемых регионах в ходе невключенного наблюдения за носителями языков, а также в личных беседах с информантами.

В сумме было получено 3819 ответов об использовании 104 единиц этикетных выражений в Северной Индии и 2676 ответов об использовании 85 единиц в Каталонии.

Видеоматериалы были отобраны в соответствии принципом спонтанности реакций говорящих (уличные интервью, видеоблоги в формате стрима, пранки, социальные эксперименты со съемкой скрытой камерой).

### **Основные положения, выносимые на защиту:**

1. Существуют общие принципы, по которым осуществляется выбор языка этикетных выражений в ситуациях двуязычия.
2. Двуязычная языковая ситуация – это не просто сосуществование языков, а особая система, сохраняющая как принципы входящих в неё компонентов, так и принципы взаимодействия этих компонентов между собой ( $1+1>2$ ).
3. Исследуемый способ существования двуязычных систем строится с учетом элементов экстралингвистического контекста, а именно социальных параметров («Свой» / «Чужой», социальный статус, пол и количество адресатов) и социальных факторов (языковая лояльность и престиж языка).

4. Языковую принадлежность при двуязычии логично рассматривать как особую функцию, свойственную системам, оперирующим более, чем одним языком, а выбор языка при этом – как реализацию данной функции.

**Теоретическая значимость работы.** В работе получили развитие теоретические представления, связанные с анализом степени влияния социолингвистических параметров («Свой» / «Чужой», социальный статус, пол и количество адресатов) и социолингвистических факторов (престиж и языковая лояльность) на выбор языка речевого этикета в двуязычных языковых ситуациях Каталонии и Северной Индии.

Исследование также предлагает рассматривать маркирование единиц в социальном контексте через призму языковой принадлежности единицы, а также представить языковой выбор не как внутриязыковой процесс, но как особенность взаимодействия единиц внутри билингвальной языковой системы.

Работа имеет также **практическую значимость**, состоящую в том, что ее результаты могут найти применение в курсе общего языкознания, курсах по выбору по социолингвистике, языковым контактам, проблемам билингвизма и языкового варьирования, а также в практических курсах каталанского языка и языка хинди.

Полученные материалы могут быть использованы в лексикографической практике для составления билингвальных корпусов, методических и учебных пособий, при написании исследовательских работ по смежной тематике.

**Апробация результатов.** Основные результаты исследования были представлены в форме научных докладов на Международных конференциях студентов, аспирантов и молодых ученых «Ломоносов» в 2010, 2011, 2013 и в 2015 гг., а также на международной научно-практической конференции «Пересекая границы: межкультурная коммуникация в глобальном контексте» в 2018 году.

6 статей по теме исследования опубликованы в рецензируемых научных журналах из списка журналов, рекомендованных ВАК для публикации основных научных результатов диссертаций на соискание ученых степеней кандидата и доктора наук.

**Структура работы.** Работа состоит из Введения, трех глав, Заключения, Библиографии и Приложения.

## ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

**Во Введении** определяются цели и задачи исследования, обосновывается актуальность и новизна заявленной темы, указывается степень изученности проблемы, а также предмет, объект и материалы исследований; представлены также теоретическая, практическая значимость, положения, выносимые на защиту, и апробация результатов.

**В первой главе «Теоретические аспекты исследования»** рассмотрена история изучения социальных функций языка, особенности терминологического аппарата социолингвистики, базовые понятия социолингвистической теории, необходимые для построения теоретической базы исследования. Затронута роль билингвизма в социолингвистике. Здесь также описывается история изучения и классификация этикетных выражений как в России, так и в исследуемых регионах.

Особое внимание в каждой из частей главы уделено описанию языковой и культурной ситуации в каждом из регионов и сравнению этих ситуаций с точки зрения социолингвистики, рассмотрению специфики этикетных выражений, а также возможности сопоставления в регионах функций языков этикетных выражений.

Глава содержит три части, в каждой из которых рассмотрен отдельный теоретический аспект в порядке от общих социолингвистических категорий к их конкретному воплощению в языке.

**В первой части «Социолингвистический аспект исследования»** уделяется внимание компонентам социального контекста, способным повлиять на языковой выбор в речевых ситуациях. Рассматриваются как общие параметры (социальный статус, социальная дистанция, пол, количество адресатов), так и речевые ситуации, где данные параметры могут найти своё конкретное языковое воплощение.

Описывается иерархия параметров, исходя из состояния исследуемых языковых ситуаций. Под параметрами понимаются элементы социального контекста, непосредственно связанные с социальными ролями говорящего и слушающего, выраженными в типе адресата. Тип адресата в данном случае понимается как потенциальный слушающий, обладающий набором социологических характеристик, известных говорящему, и ассоциирующийся у говорящего с определенной стереотипной речевой ситуацией, а также с определенной социальной ролью адресата.

При анализе значимости указанных параметров устанавливается, что в Индии возникает двоякая ситуация: при всей «чужеродности» английского языка он способен быть как маркером «своего», также входящего в т.н. элиту или, наоборот, стать средством общения с «чужими» типами адресатов.

В Каталонии параметр «Свой» / «Чужой» на момент исследования нес политическую нагрузку: каталанский язык так же, как английский в Индии, выступал в качестве «пароля» (см. исследования У. Вайнрайха<sup>14</sup>), но не элиты, а каталанского национализма: язык стал объединяющим фактором для сторонников идеи независимой Каталонии.

**Во второй части «Теоретические и практические аспекты изучения билингвизма/двуязычия»** описывается явление двуязычия как особого типа языковых ситуаций, в которых говорящие всякий раз вынуждены совершать выбор языка общения. Отражены также соотносительные роли языков в каждом их регионов на момент исследования. Рассматриваются типы

---

<sup>14</sup> Вайнрайх У. Одноязычие и двуязычие // Новое в лингвистике, Выпуск VI, М.: «Прогресс», 1972.

языкового смешения и типы языковых контекстов, в которых могут функционировать исследуемые языковые единицы, а также факторы социального контекста (престиж и языковая лояльность).

Вторая часть включает 2 раздела. В первом разделе второй части рассмотрены теоретические аспекты, связанные с исследованиями билингвизма/двуязычия, а именно: подходы к пониманию терминов, особенности функционирования языков в двуязычной языковой ситуации, типы контекста.

Анализируются психологический и социолингвистический подходы к пониманию термина «билингвизм». Делается вывод о целесообразности использования данного термина в его широком социолингвистическом понимании, при этом «двуязычие» понимается как синоним «билингвизма». Также разграничиваются термины «билингвизм», «дисглоссия» и «языковое разнообразие». Оговариваются особенности функционирования двуязычной языковой системы с точки зрения социолингвистики. Особое внимание уделяется роли факторов социального контекста – престижу и языковой лояльности.

Во втором разделе рассматриваются характеристики исследуемых языковых ситуаций на предмет соответствия их вышеуказанным особенностям билингвизма, выявляются их сходства и различия.

В Индии в исследуемом регионе речь идет об англо-хинди билингвизме, существующем в условиях языкового разнообразия, или «надличностного билингвизма», что является предпосылкой для разделения функций для единиц разных языков, в том числе для этикетных выражений.

В Каталонии также можно констатировать ситуацию двуязычия, однако она обладает рядом особенностей.

Х. Клосс на момент 1966 года относил каталанскую ситуацию к типу билингвизма, при котором правительство и одна часть населения одноязычны, вторая часть общества – билингвы<sup>15</sup>.

Если обратиться к юридическому статусу каталанского языка на момент исследования, то обнаружится, что, согласно Каталонскому Статуту (в редакции 2006 года), каталанский – официальный язык Каталонии, наравне с испанским. При этом каталанскому отдается предпочтение в сфере административного управления и образования<sup>16</sup>. Таким образом, сфера использования, а, следовательно, и влияния регионального языка в Каталонии на законодательном уровне выше, чем испанского языка.

Относительно фактической ситуации С. Перпиньян пишет, что значимость языков в Каталонии варьируется от «доминирующей роли одного языка и пассивной роли второго до более сбалансированного билингвизма»<sup>17</sup>.

---

<sup>15</sup> Kloss H. Types of Multilingual Communities: A Discussion of Ten Variables // Sociological Inquiry, 1966, Т. 36(2), С.141.

<sup>16</sup> Artículo 6 (2) // Estatuto de autonomía de Cataluña. Barcelona : Parlament de Catalunya, 2013.

<sup>17</sup> Perpiñán S. On Convergence, Ongoing Language Change, and Crosslinguistic Influence in Direct Object Expression in Catalan–Spanish Bilingualism // Languages, 2018, Т. 3(2), 14. С. 1.

**В третьей части «Этикетные выражения»** данные единицы рассмотрены как вербальное отражение языкового выбора. Обозначена роль этикетных выражений в языке в категории вежливости и описаны их основные функции. Выявлено, с какими категориями социального контекста связана каждая группа этикетных выражений – «Приветствие», «Прощание», «Извинение», «Благодарность», «Обращение», а также даны списки выражений для каждой группы на двух языках.

*Таблица 1. Примеры исследуемых этикетных выражений из 5 групп на хинди, английском (Северная Индия), испанском и каталанском (Каталония).*

Группа выражений	Примеры исследуемых этикетных выражений			
	Индия		Каталония	
	Хинди (L1)	Английский (L2)	Каталанский (L1)	Испанский (L2)
Приветствие	Намасте (नमस्ते) (Здравствуйте)	Hi (Привет)	Bon dia (Доброе утро)	Buenas días (Доброе утро)
Прощание	Намасте (नमस्ते) (До свидания)	See you (Увидимся)	Adéu (До свидания)	Adiós (До свидания)
Извинение	Мааф киджие (माफ़ कीसजए) (Извините)	Sorry (Извините)	Perdó (Извините)	Perdón (Извините)
Благодарность	Шукрия (शुसिया) (Спасибо)	Thank you (Спасибо)	Moltes gràcies (Спасибо)	Muchas gracias (Спасибо)
Обращение	Бхаисахаб (भाईसाहब) (Господин старший брат)	Sir (Гоподин)	Senyor (Господин)	Señor (Господин)

**Во второй главе «Методология исследования»** обсуждаются основные методологические вопросы исследования: приводится обоснование выбранных методов и описывается процесс сбора и систематизации полученных данных, а также особенности выбора видеоматериалов. В частности, приводится обоснование выбора метода с критическим анализом его описательной силы и ограничений. также аргументирован порядок применения каждого из выбранных методов на 5 этапах исследования:

- 1) невключенное наблюдение,
- 2) описание языковых ситуаций
- 3) анкетирование

- 4) описание с элементами качественного контент-анализа,
- 5) сравнение
- 6) теоретическое моделирование.

Особое внимание уделено второму этапу, который предполагал проведение диагностического опроса информантов. Выделяются несколько критериев, которым должна была соответствовать исследуемая референциальная группа:

- 1) Однородность социокультурных характеристик информантов
- 2) Территориальная репрезентированность
- 3) Доступность для контакта
- 4) Способность к фиксации языковых инноваций

Студенты университетов и институтов соответствуют всем вышеописанным критериям.

Во-первых, можно считать среду высших учебных заведений однородной, так как учебные заведения соответствуют образовательным стандартам в каждой из стран и предполагают определенный уровень подготовки, который обеспечивает обладание общим для каждого из членов целевой группы набором знаний.

Во-вторых, университеты распространены повсеместно и в любом регионе существуют студенческие группы, объединенные общностью социальных и культурных характеристик.

В-третьих, студенты университетов в большинстве своем охотно участвуют в экспериментах и опросах, что соответствует критерию доступности для контакта, они также часто публикуют видео в социальных сетях.

Наконец, язык представителей молодого поколения способен гибко фиксировать изменения, вызванные различными социальными факторами<sup>18</sup>.

В диагностическом опросе участвовали молодые люди от 16 до 35 лет. В Индии опрос проводился в 2011-2012 гг., в Каталонии – в 2013-2014 гг.

В опросе в Северной Индии участвовал 31 информант, что представляется достаточным для уровня диагностического опроса. Всего было получено 3819 ответов об использовании 104 единиц из 5 групп этикетных выражений.

В Каталонии было опрошено 16 информантов, что также соответствует критериям диагностического опроса. Всего было получено 2676 ответов об использовании 85 единиц из 5 групп этикетных выражений. Глава также содержит описание анкеты и опросного листа.

---

<sup>18</sup> Evans Wagner S. Age Grading in Sociolinguistic Theory // Language and Linguistics Compass 6/6, «Edwin Battistella and Natalie Schilling», 2012. – p. 379.



«Чужой», параметр социального статуса, пола и количества адресатов с целью проанализировать степень влияния выделенных параметров на закономерности языкового выбора. Для каждого параметра были проанализированы связанные с ним типы адресата. Как показало исследование, наличие последовательного выбора одного из языков по отношению к исследуемым типам адресатов является свидетельством наличия в представлении говорящих связи между заявленным параметром и выбором языка, а непоследовательность в выборе языка этикетных выражений – признак отсутствия такой связи.

Таблица 3. Распределение количества реакций информантов на речевые ситуации, охарактеризованные по параметру «Свой» / «Чужой» в Северной Индии и Каталонии

Параметр «Свой» / «Чужой»			
Северная Индия			
Тип адресата		L1 (количество реакций)	L2 (количество реакций)
Свой	Родители	169	128
	Бабушки и дедушки	192	89
	Деревенский житель	146	27
<b>Итого</b>		<b>507</b>	<b>244</b>
Чужой	Мусульманин	96	65
	Сикх	72	60
	Незнакомец	170	151
<b>Итого</b>		<b>296</b>	<b>211</b>

Каталония			
Тип адресата		L1 (количество реакций)	L2 (количество реакций)
Свой	Родители	119	67
	Бабушки и дедушки	83	64
	Деревенский житель	94	80
<b>Итого</b>		<b>338</b>	<b>276</b>
Чужой	Иностранец	49	88
	Незнакомец	98	78
<b>Итого</b>		<b>147</b>	<b>166</b>

На третьем этапе исследования приводится обоснование отбора видеоматериалов (блоги, пранки, социальных эксперименты) на основании принципа спонтанности.

В работе разработаны механизмы фиксации языковых единиц. Фактически был создан мини-корпус этикетных выражений на базе видеоматериалов. Характеристики корпуса – устный, специфический, синхронический. Корпус включал около 1000 слов и 100 вхождений этикетных выражений в каждой их стран.

Таблица 4. Пример фиксации единиц речевого этикета в мини-корпусе

	Ссылка	№ говорящего	Тип текста	Тип адресата	Место	Время в ролике	Ситуация	Группа Этикетных выражений	Контекст	Перевод
1	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=qSOf210UoDo">https://www.youtube.com/watch?v=qSOf210UoDo</a>	1	Интервью	Незнакомец, женщина	Дели	0:45 1:20 1:36	Мужчина-репортер обращается к женщине на улице Возраст: молодые	Обращение	<b>(Репортер): Madam,</b> what is the worst experience while travelling on the streets of Delhi?	<b>Мэм,</b> что самого ужасного с Вами случилось во время перемещений по улицам Дели?

В работе анализируются два типа контекста – языковой и социальный.

Задачей анализа языкового контекста было выявить, существует ли опосредованная связь между языком этикетного выражения и языком контекста. Для этого проверки данного предположения требовалось обнаружить ситуации, где язык этикета и язык контекста не совпадают.

Анализ социального контекста включает последовательное рассмотрение каждого из 4-х параметров («Свой» / «Чужой», социальный статус, пол и количество) в их влиянии на выбор языка к релевантным типам адресата в каждом из регионов.

Для этого подсчитывается количество ситуаций использования L1 и L2<sup>19</sup> для типов адресата по каждому из параметров.

Анализ также учитывает степень влияния социальных факторов престижа и языковой лояльности в зависимости от языковой ситуации и типа адресата.

Ниже приведен пример анализа влияния параметра социального статуса на выбор языка, обладающего престижем (английский в Индии).

Таблица 5. Соотношение языков этикетных выражений на примере параметра социального статуса

	Равный статус	Статус адресата выше
L1 (количество примеров)	10	1
L2 (количество примеров)	10	15

Диаграмма 1. Соотношение языков этикетных выражений на примере параметра социального статуса



Далее для собранного материала была разработана методика интерпретации данных в рамках контент-анализа, примеры которой приведены ниже:

<sup>19</sup> Здесь и далее каталанский и хинди – L1, испанский и английский – L2.

Таблица 6. Пример интерпретации использования этикетных выражений из группы «Приветствие», Северная Индия

Северная Индия
<p>Мусульманка: <i>Excuse me, assalamu aleikum</i> ‘Извините, саялам алейкум’</p> <p>Индианка: <i>Hi</i> ‘Привет’</p> <p>Мусульманка: <i>Namaste</i> ‘Здравствуйте’</p> <p>Индианка: <i>Namaste</i> ‘Здравствуйте’</p> <p>Как можно заметить, спонтанной реакцией на приветствие незнакомой мусульманки было использование нерелигиозного приветствия на L2. Однако в этом же примере есть и приветствие L1, но оно спровоцировано фразой мусульманки и является ответом на приветствие.</p>

Таблица 7. Пример интерпретации использования этикетных выражений из групп «Прощание» и «Благодарность», Каталония

Каталония
<p>С ТА «Деревенский житель» также почти всегда использовались ЭВ на L1. В следующем примере блогер прощается с деревенским жителем и благодарит за уделенное время, используя ЭВ прощания и благодарности на L1 (№ 88, 89) <i>Venga Fidel, que vagi bé, merci!</i> ‘Ладно, Фидель, всего хорошего, спасибо!’</p>

На следующем этапе полученные данные соотносились с результатами анкетирования и предлагалась интерпретация несоответствий результатов.

Заключительным этапом анализа видеоматериалов является сравнение роли компонентов контекста при выборе языка в исследуемых регионах. Полученные результаты легли в основу построения теоретической модели использования этикетных выражений в двуязычных языковых ситуациях.

Отдельно оговорены принципы обобщения и построения теоретических моделей выбора языка этикетных выражений при билингвизме.

**В третьей главе «Практические аспекты исследования»**, посвященной практическому применению выбранных методов, отражены результаты исследования социолингвистических закономерностей функционирования речевого этикета в Северной Индии и Каталонии.

Подводятся итоги диагностического опроса, дающего сведения о представлении говорящих о характере взаимодействия языков в сознании говорящих обеих языковых ситуаций. Обнаруживается, что в обоих регионах существует тенденция ассоциировать язык с определенным типом адресата, что свидетельствует в пользу того, что говорящие осуществляют выбор языка этикетных выражений не хаотично, а ориентируясь на социальные параметры и на свои представления о том, единицы какого языка более уместны для данного типа адресата.

Далее анализируется языковая принадлежность контекста и этикетного выражения, из чего делается вывод, что несоответствие языкового контекста и языка этикетного выражения в большинстве групп – это результат того, что выбор языка определяется не только языковым контекстом, но на такой выбор также могут влиять и параметры социального контекста. И этот вывод справедлив как для Индии, так и для Каталонии, что говорит о похожих общих принципах выбора языка этикета. Однако при определенных условиях социального контекста языковой контекст приобретает особую роль, непосредственно влияющую на выбор языка.

Далее анализируются языковые единицы, полученные из видеоматериалов. Анализ проводится по двум типам контекста – языковому и социальному.

В ситуациях, связанных с параметром «Свой»/ «Чужой» в Индии наблюдается тенденция к большему использованию L1 для общения со «Своими» и L2 – с «Чужим» адресатом. Однако это тенденция, но не строгое правило.

Кроме того, неполное соответствие данных анкетирования и данных анализа видеоматериалов, который показывает более высокую частотность использования L2, чем это постулируют говорящие в опросе, может свидетельствовать о роли фактора языковой лояльности, который влияет на выбор языка в типах адресата, связанных с параметром «Свой» / «Чужой». А именно то, что уровень языковой лояльности достаточен для создания иллюзии использования этикетных выражений на L1 больше, чем на L2, но недостаточен для реального его использования.

В Каталонии расхождения в данных анкет и видеоматериалов могут говорить о разнице между реальным высоким уровнем языковой лояльности и представлениями о ней. Интересен тот факт, что представления о своем языковом выборе этикетных выражений у каталонцев почти совпадает с реальным языковым выбором индийцев, и наоборот.

Несмотря на отраженные в анкетировании представления, в целом тенденция использования этикетных выражений на L2 для чужих больше, чем для своих, присутствует в обоих регионах, но степень её проявления разная, что можно объяснить влиянием других факторов, в частности, престижем L2 (Индия) или же, наоборот, языковой лояльностью к L1 (Каталония).

Говоря о влиянии параметра **социального статуса** в Индии, можно утверждать, что этикетные выражения на L2 чаще выбираются для общения с адресатами, чей статус выше статуса говорящего, даже если языковой контекст полностью на L1, что говорит о значимости такого языкового выбора.

Для каталанской ситуации характерно совпадение языка контекста и языка этикетного выражения в ситуации общения с типом адресата статусом выше, чего не наблюдается в индийской ситуации, где L2 более предпочтителен для этикетных выражений в аналогичных ситуациях независимо от языка контекста.

Таким образом, можно говорить о том, что стремление к стиранию разницы между языками этикетных выражений при равном статусе наблюдается в обоих регионах, как и стремление отдать предпочтение одному языку для типов адресата, статус которых выше статуса адресата.

Разница состоит в том, какой язык используется для передачи статуса. В Индии это L2, в Каталонии – L1. Такая разница между двумя регионами может быть объяснена неодинаковым уровнем языковой лояльности и престижа языка. Так, в Индии престижным будет L2, в то время как в Каталонии высок уровень языковой лояльности к L1.

По параметру **пола** картина выбора языка уточняет данные, полученные в ходе диагностического опроса: L2 в Индии для типа адресата «Незнакомец» при общении с женщинами будет выбираться чаще. При общении с мужчинами этикетные выражения на L1 и L2 будут использоваться в равной степени часто. В Каталонии такой закономерности выявить не удалось.

Для общения с друзьями ни в Индии, ни в Каталонии не удалось выявить какой-либо последовательной стратегии, позволившей бы говорить о связи между выбором языка ЭВ и полом адресата, что совпадает с данными диагностического анкетирования.

Сравнив использование этикетных выражений по отношению к типу адресата «Незнакомец» по параметру **количества адресатов**, обнаруживаем сходство принципа выбора языка – тот язык, который был предпочтителен для одного адресата, будет выбираться для группы. При этом на то, какой именно язык, L1 или L2, будет выбираться, влияет уровень языковой лояльности и престижа языка. В Каталонии, где уровень языковой лояльности высок, выбор

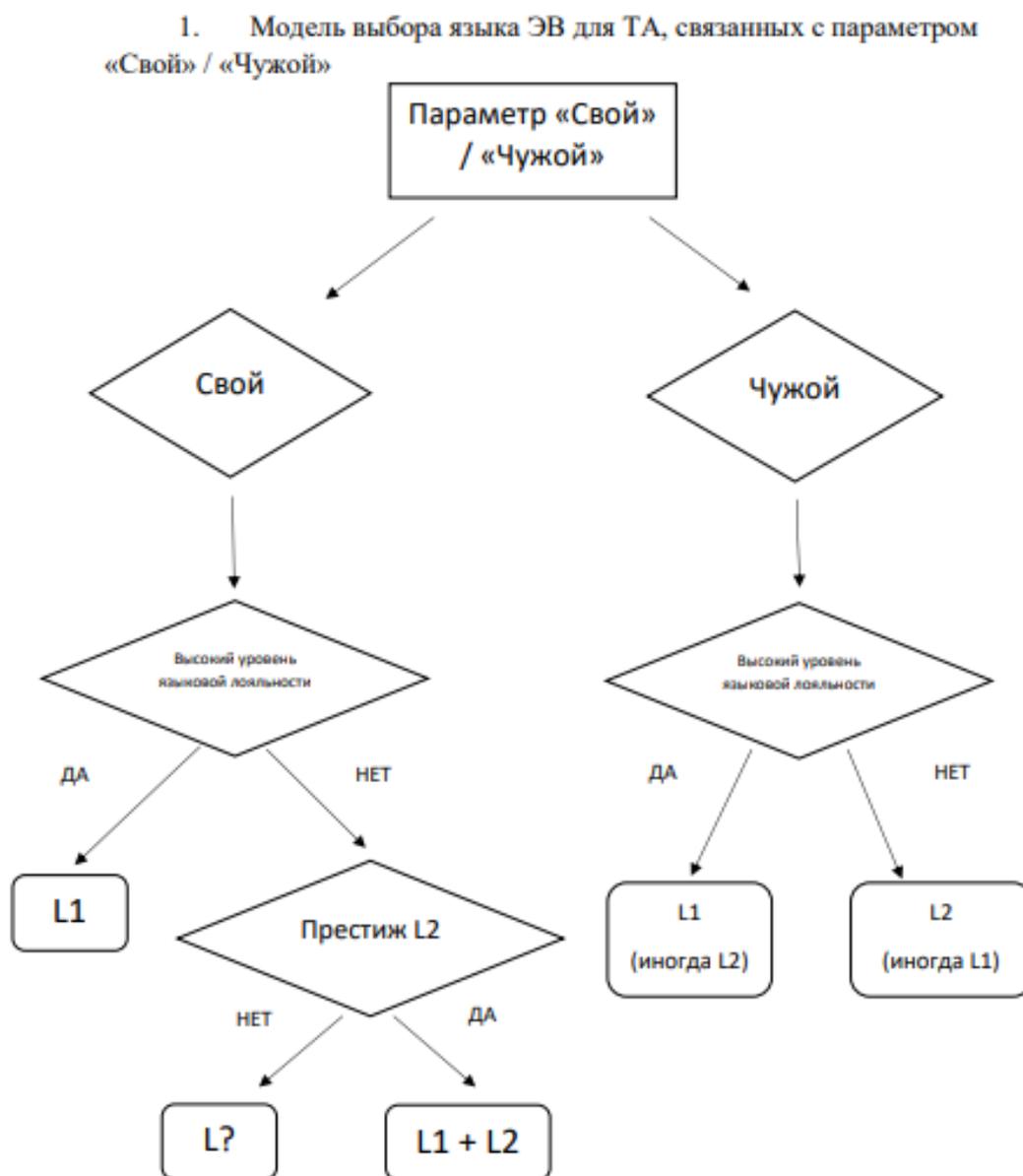
будет в пользу этикета на L1. В Индии, где престижен L2, чаще используется L2.

С типом адресата «Друзья» в Индии L1 используется чаще при общении с одним адресатом. Такая ситуация совпадает с данными анкетирования.

В Каталонии для обращения к одному человеку может быть использован любой язык. Для группы немного чаще будет выбираться L1. Однако в целом нельзя утверждать, что параметр количества адресатов является определяющим при выборе языка этикетного выражения.

В итоге формируются 4 теоретические модели:

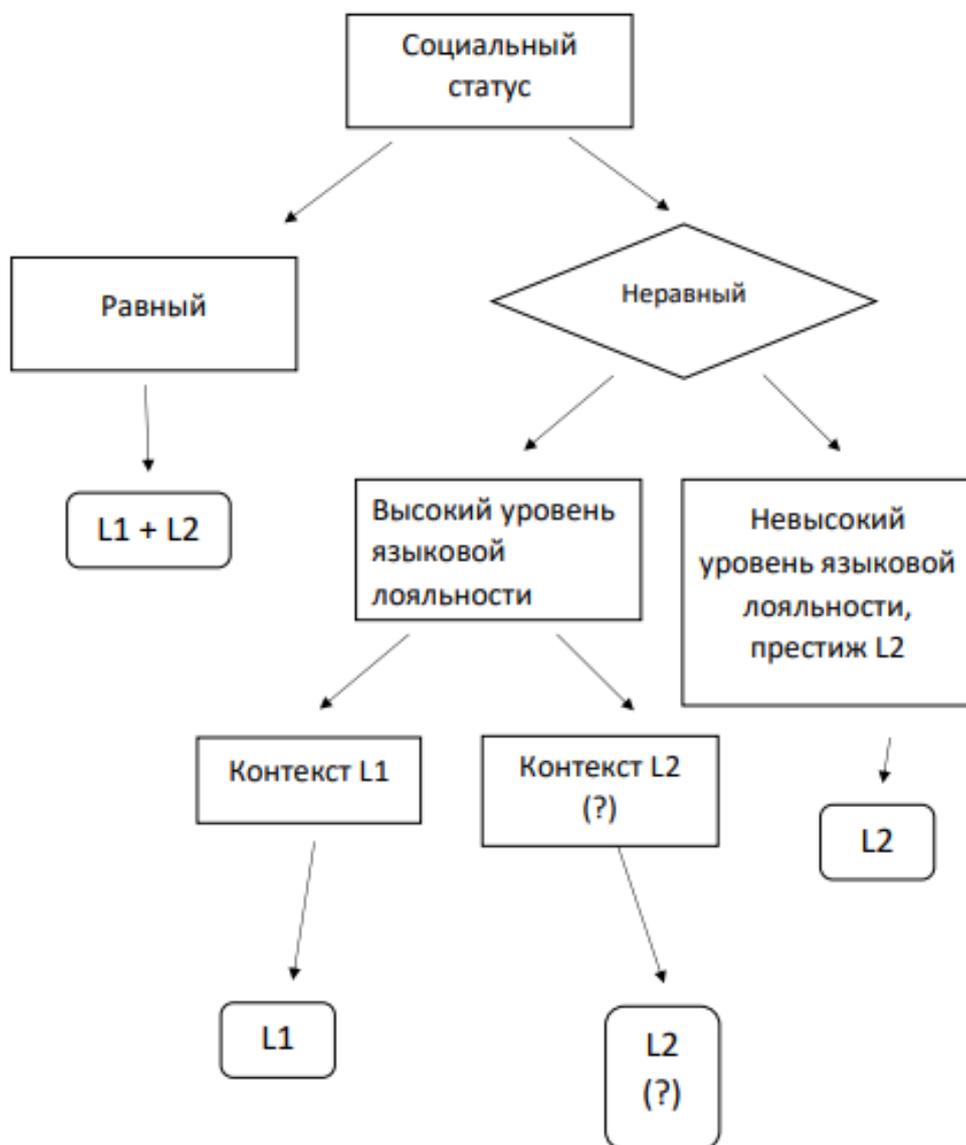
Схема 1.



- 1) Модель выбора языка этикетных выражений для типов адресата, связанных с параметром «Свой» / «Чужой» предполагает, что, если говорящие сталкиваются ситуацией, когда им нужно использовать этикетные выражения для типов адресата, связанных с параметром «Свой» / «Чужой», они сначала соотносятся с уровнем языковой лояльности своего региона. Если перед ними «свой» адресат при высоком уровне языковой лояльности, то высока вероятность выбора этикета на L1. Если уровень языковой лояльности невысокий, но при этом L2 является престижным, то, скорее всего, будут использованы выражения как на одном, так и на другом языке. Если перед говорящими «Чужой» ТА, то при высоком уровне языковой лояльности чаще будет выбираться L1, но это не полностью исключает использование L2. И наоборот, если уровень языковой лояльности невысокий, то в этом случае чаще используются этикетные выражения на L2, выражения на L1 также используются, но реже.

Схема 2.

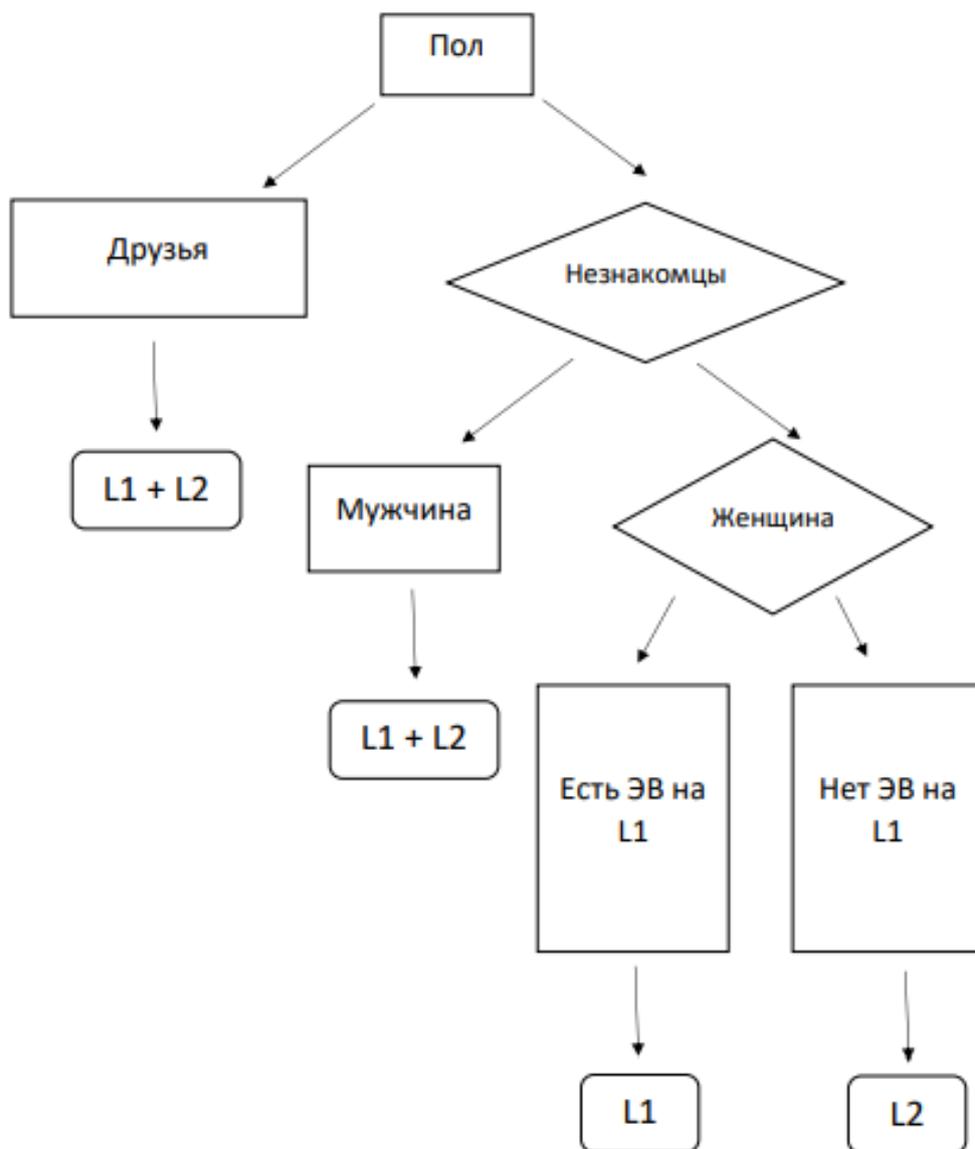
2. Модель выбора языка ЭВ для ТА, связанных с параметром социального статуса



- 2) Согласно модели использования этикетных выражений, связанных с параметром социального статуса, при равном социальном статусе собеседников говорящие не склонны разделять языки этикетных выражений по функциям. При неравном статусе на выбор языка влияет уровень языковой лояльности. При высоком уровне языковой лояльности важным также становится языковой контекст, а этикетные единицы выбираются в зависимости от языка контекста. Нужно также отметить, что в проанализированных материалах было недостаточно примеров с контекстами для L2, однако те, что все же встретились, подтверждали представленную модель. При невысоком уровне языковой лояльности и престиже L2 для собеседника с неравным статусом будут выбираться единицы этикета на L2.

Схема 3.

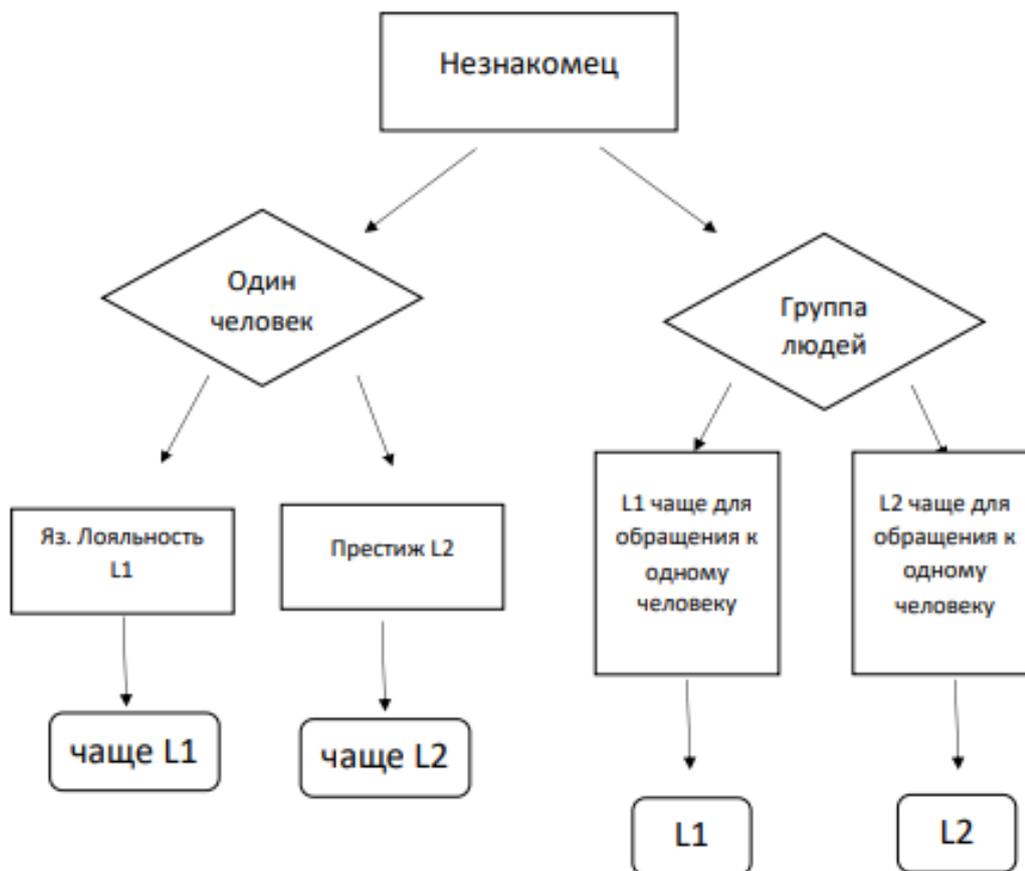
3. Модель выбора языка ЭВ для ТА, связанных с параметром пола адресата.



- 3) Модель выбора языка этикета по параметру пола предполагает, что для типа адресата «Друзья» будут выбираться этикетные выражения на обоих языках в равной степени. Такая же стратегия будет применяться к незнакомому собеседнику, если он мужчина. Для общения с незнакомой женщиной L1 выбирается, если в билингвальной системе существуют этикетные единицы на этом языке. Если таких нет, то используются выражения на L2.

Схема 4.

4. Модель выбора языка ЭВ для ТА, связанных с параметром количества адресатов с ТА «Незнакомец»



4) Алгоритм выбора языка в зависимости от количества адресатов удалось выявить только для типа адресата «Незнакомец». Так, с одним человеком в регионе с высоким уровнем языковой лояльности будет чаще использоваться L1, а с престижным L2 чаще встретятся выражения на L2. В данном типе адресата языки этикета не противопоставлены по параметру количества адресатов. Однако язык для группы будет зависеть от того, какой язык чаще применяется к одному адресату.

В **Заключении** подводятся итоги проделанной работе. Делается вывод, что выбор языка этикетных выражений при билингвизме не случаен, а связан с параметрами и факторами социального контекста. Постулируется, что выбор языка этикетных выражений в ситуациях билингвизма – это функция, связанная с особенностями социального и языкового контекстов. Это, в свою очередь, доказывает, что на уровне выбора языка этикетных выражений ситуация двуязычия функционирует как особая система, образующая собственные, отличные от двух входящих в нее языковых систем, межсистемные механизмы функционирования в социолингвистическом аспекте, что объясняет необходимость дальнейшего изучения данного явления.

В качестве перспективы для последующих исследований предполагается расширение ряда языковых ситуаций, в которых используются

этикетные выражения на двух языках, с целью установления универсальных закономерностей функционирования билингвальных систем в сфере выбора языка речевого этикета.

Важным также является дополнение списка речевых ситуаций, включающих этикетные выражения, такими как «Просьба», «Поздравление» и т. д. Немаловажным для дальнейших исследований было бы включить в анализ новые типы адресатов, отражающих иные конфигурации параметров социального контекста («Брат / Сестра», «Слуга», «Ребенок», «Муж/жена»).

Отдельного изучения заслуживает также гендерный аспект и связанные с ним единицы речевого этикета, в частности, исследование смешения/несмешения гендерных обращений в зависимости от языка и речевой ситуации.

Наиболее далекой, но наукоёмкой представляется перспектива изучения языкового выбора за рамками этикетных выражений. Данный тип исследования необходим в будущем для лучшего понимания принципа влияния социального контекста на языковой выбор как самостоятельного механизма, характерного для двуязычных языковых ситуаций.

**Приложение** состоит из списка информантов и образца анкет и опросных листов, предоставленных информантам для заполнения, а также из расшифровки текстов видеоматериалов.

### **Основные положения диссертации отражены в следующих публикациях автора:**

#### *1. Статьи в изданиях, рекомендованных ВАК при Минобрнауки России*

1. Соловьева, А. А. Применение количественного метода для изучения употребления этикетных выражений в ситуации контакта языков на примере языковых ситуаций Каталонии и Северной Индии / А.А.Соловьева. – Текст: непосредственный // Вестник Брянского государственного университета. – 2015. – №3 (26), – С. 241–244. (0, 23 п. л.)
2. Соловьева, А. А. Социально-культурные факторы и их влияние на выбор языка в речевом этикете (на примере языковых ситуаций Испании и Индии) / А.А.Соловьева. – Текст: непосредственный // Вестник Брянского государственного университета. – 2016. – №1 (27), – С. 280–284 (0, 29 п. л.).
3. Соловьева, А. А. К пониманию некоторых социолингвистических терминов в ситуации многоязычия и контакта языков (на примере этикетных формул Каталонии и Северной Индии) / А.А.Соловьева. – Текст: непосредственный // Вестник Брянского государственного университета. – 2016. – №3 (29), – С. 183–188 (0, 35 п. л.).
4. Соловьева, А. А. Степень влияния параметра социального статуса на выбор речевого этикета при двуязычии / А.А.Соловьева. – Текст:

- непосредственный // Мир науки. Социология, филология, культурология. – 2019. – №1 [Электронный ресурс] (0, 52 п. л.).
5. Соловьева, А. А. Сопоставление влияния параметров социального контекста на выбор единиц речевого этикета в ситуациях двуязычия (на примере Северной Индии и Каталонии) / А.А.Соловьева. – Текст: непосредственный // *Philologos*. – 2019. – №4 (43). – С. 79–85 (0,35 п. л.).
  6. Соловьева, А. А. Влияние параметра «Свой» / «Чужой» на выбор речевого этикета при двуязычии / А.А.Соловьева. – Текст: непосредственный // *Вестник Нижегородского университета имени Н. И. Лобачевского*. – 2020. – № 1. – С. 200–204 (0, 29 п. л.).

## *II. Публикации в других научных изданиях*

7. Соловьева, А. А. Сопоставление использования хинди и английской лексики в индийском речевом этикете (на материале фильма ««Taare zameen par»») / А.А.Соловьева. – Текст: непосредственный // *Материалы Международного молодежного научного форума «ЛОМОНОСОВ-2010»* / Отв. ред. И.А. Алешковский, П.Н. Костылев, А.И. Андреев, А.В. Андриянов. [Электронный ресурс] – М.: МАКС Пресс, 2010. С.266–267 (0, 12 п. л.).
8. Соловьева, А. А. Тенденции распространения английских этикетных формул в языке хинди после обретения Индией независимости (на материале индийских фильмов) / А.А.Соловьева. – Текст: непосредственный // *Материалы Международного молодежного научного форума «ЛОМОНОСОВ-2011»* / Отв. ред. А.И. Андреев, А.В. Андриянов, Е.А. Антипов, М.В. Чистякова. [Электронный ресурс] – М.: МАКС Пресс, 2011 (0, 12 п. л.).
9. Соловьева, А. А. Социолингвистический аспект влияния английских заимствований на современный язык хинди в сфере речевого этикета / А.А.Соловьева. – Текст: непосредственный // *Материалы Международного молодежного научного форума «ЛОМОНОСОВ-2013»* / Отв. ред. А.И. Андреев, А.В. Андриянов, Е.А. Антипов, К.К. Андреев, М.В. Чистякова. [Электронный ресурс] – М.: МАКС Пресс, 2013 (0, 12 п. л.).
10. Соловьева, А. А. Применение количественного метода для определения зависимости между употреблением этикетных выражений в ситуации контакта языков на примере языковых ситуаций Каталонии и Северной Индии // / А.А.Соловьева. – Текст: непосредственный // *Материалы Международного молодежного научного форума «ЛОМОНОСОВ-2015»* / Отв. ред. А.И. Андреев, А.В. Андриянов, Е.А. Антипов. [Электронный ресурс] – М.: МАКС Пресс, 2015 (0, 12 п. л.).