

Identitate și limbaj – abordări din perspectiva psihologiei sociale

Conf. univ. dr. Cristina-Corina BENȚEA
Departamentul pentru Pregătirea Personalului Didactic,
Universitatea Dunărea de Jos din Galați

***Abstract:** The present paper aims to present the most important contributions of social psychology in explaining of linguistic behaviours from the perspective of social processes of group appartenance. Starting from the theoretical principles of the social identity theory (Tajfel&Turner, 1986), have been analysed the significant contributions of theeth nolinguisitic identity theory (Giles, Bourhis& Taylor, 1977)and speech accommodation theory (Giles, Mulac, Bradacand Johnson, 1987). In the conceptual frameworkof these theories the liguistic behaviours can be transposed in terms of intergroups relations.*

***Keyword:** linguistic behaviour, social identity, intergroup relations, ethnolinguisitic identity, group vitality.*

Comunicarea este un fenomen social care are loc între indivizi, apartenenți ai unor grupuri sociale, care este reglată de reguli și norme care sunt produsul unei comunități, explicarea acestui fenomen prin apelul la factori sociali, nu doar la cei individuali, fiind necesară și justificată. Abordările privitoare la comportamentele de comunicare, atât cele verbale, cât și la aspectele paraverbale, respectiv nonverbale ale acestora, în diferitele contexte sociale, au vizat explicarea variabilității acestor comportamente în funcție de anumite caracteristici individuale (vârstă, sex) și sociale (clasă socială, apartenență etnică). Fiecare individ dispune de un repertoriu de coduri de limbaj diferite pe carele utilizează diferențiat în funcție de situație, alegând acele stiluri lingvistice pe care le consideră eficiente și cu un impact mai mare asupra interlocutorului. De exemplu, comunicăm în maniere diferite cu prietenii, cu familia, cu colegii, cu copiii sau cu studenții utilizând coduri lingvistice distincte în funcție de cadrul oficial sau neoficial al comunicării. Dacă în ocaziile oficiale se utilizează, de regulă, forma standard a unei limbi, stil care este promovat în instituțiile publice și identificat cu prestigiul, educația și puterea [Clement & Noels, 1997: 181], în ocaziile neoficiale sunt utilizate mai multe forme. Faptul că forma standard este aleasă ca etalon este explicată predominant prin puterea politică a celor care o utilizează decât prin superioritatea acestei

forme[Giles, Bourhis& Davies, 1979 *apud* Clement &Noels, 1997: 181]. De asemenea, codul lingvistic utilizat într-o situație oficială va fi diferit sub aspect sintactic și lexical de codurile verbale folosite în situații familiale, informale.

Psihologia socială a limbajului este cea care a investigat fenomenul comunicării din perspectiva proceselor sociale reprezentate de apartenența la grup și de relațiile dintre grupuri.Paradigma de bază pe care s-au fundamentat cercetările empirice în acest domeniu este reprezentată de teoria identității sociale completată de teoria autocategorizării, pornind de la care s-au conturat alte două abordări: teoria adaptării comunicării și ceateoria identității etnolingvistice.Considerată una dintre teoriile de mare impact în domeniul psihologiei sociale, *teoria identității sociale*,dezvoltată de Henri Tajfel (1974),depășește limitările teoriilor psihosociologice individualiste, demonstrându-și aplicabilitatea pentru un număr mare de fenomene psihosociale, inclusiv pentru comportamentele de limbaj. Concept cheie al acestei teorii, identitatea socială reprezintă acea„parte a eului individual care decurge din... conștiința de membru al grupului social (sau grupurilor) împreună cu semnificația emoțională și axiologică asociată faptului de a fi membru al acestuia” [Tajfel, 1978: 63 *apud* Chelcea, 2002: 139]. Ca structură psihologică de legăturăîntre individ și grup, identitatea socială reprezintă o dimensiune a conceptului de sine a persoanei derivată din perceperea apartenenței sale la diferitele grupuri sau categorii sociale [Hogg&Vaughan, 2002]. Cu alte cuvinte, identitatea socială este rezultatul internalizării apartenenței individului la anumite grupuri sau categorii sociale (de vârstă, profesionale, etnice, culturale etc.), fiind distinctă de identitatea personală referitoare la concepția persoanei despre diferitele attribute și caracteristici proprii.

Conform acestei teorii, apartenența la grup este semnificativă pentru definirea identității de sine a persoanei. Oamenii tind să se perceapă pe sine ca apartenenți ai diferitelor grupuri, grație unui mecanism de autocategorizare. Ca membri apartenenți ai unor grupuri, indivizii caută să își câștige o stimă de sine pozitivă. Apartenența la anumite grupuri sociale este însoțită de aprecieri pozitive sau negative alegrupurilor, evaluările asociate grupului din care face parte individul conducând la definirea unei identități sociale pozitive sau negative. Evaluarea propriului grup are loc în urma proceselor de comparare socială între aceștiași alte grupuri specifice, pe anumite caracteristici valorizate,iar rezultatul favorabil sau defavorabil al comparației cu alte grupuri are ca rezultat creșterea sau diminuarea prestigiului grupului de apartenență. O diferențiere pozitivă între grupul

de apartenență și alte grupuri generează o identitate socială crescută, la fel cum diferențierea negativă produce o identitate socială scăzută [Tajfel, 1982: 16; Tajfel&Turner, 1986]. Tajfel și Turner (1986) sintetizează rezultatele cercetărilor sub forma a trei principii teoretice: 1. oamenii tind să își crească sau să își mențină o identitate socială pozitivă; 2. identitatea socială pozitivă se bazează pe comparațiile favorabile între grupul de apartenență și alte grupuri specifice, oamenii manifestând simultan tendința de a-și percepe pozitiv propriul grup, ca distinct de alte grupuri și de a maximiza diferențele dintre acesta și alte grupuri; 3. oamenii tind să își mențină apartenența la un grup dacă aceasta conduce la o identitate socială satisfăcătoare, în caz contrar manifestând tendința fie de a părăsi grupul pentru a se integra într-un alt grup apreciat mai pozitiv, fie de a-și evidenția propriul grup într-un mod mai pozitiv [Tajfel&Turner, 1986: 16].

Paradigma identității sociale articulează astfel problematica identității cu cea a categorizării sociale, în baza căreia identitatea individului este ancorată în apartenența socială la anumite clase sau categorii, iar afirmarea acestei identități se realizează prin diferențierea între propriul grup și celelalte grupuri pe dimensiunile care favorizează grupul de apartenență (in-group). Încercarea de distinctivitate înseamnă că sentimentul oamenilor cu privire la cine sunt ei este definit preponderent în termeni de „noi și ei” mai degrabă decât „eu și celălalt”. Turner and Tajfel (1986) au dezvoltat așa numita „paradigmă a grupului minimal” demonstrând experimental că autocategorizarea și identificarea cu grupul de apartenență are drept consecințe tendința de a favoriza într-o mai mare măsură propriul grup în detrimentul altor grupuri generând discriminarea acestora. Variabilele care contribuie la favorizarea propriului grup și la discriminarea intergrupuri sunt: 1. măsura în care individul a internalizat apartenența sa la un anumit grup ca un aspect al conceptului de sine, 2. măsura în care situația socială oferă cadrul necesar unei comparații între grupuri, 3. perceperea situației de comparație intergrupuri ca fiind relevantă pentru propriului grup în funcție de anumite atribute. Cu cât două grupuri vor fi mai semănătoare, mai apropiate, cu atât posibilitatea de comparare va fi mai mare [Tajfel&Turner, 1979 *apud* Doise, Deschamp&Mugny, 1996: 43]. În comparația făcută între grupul de apartenență și alte grupuri specifice, indivizii își manifestă nevoia de evaluare pozitivă ancorând-o în apartenența la un grup însoțită de tendința de diferențiere favorabile a propriului grup pentru a-și asigura o identitate socială pozitivă. Când identitatea socială este apreciată ca nesatisfăcătoare, oamenii tind să se integreze în alte grupuri apreciate mai pozitiv,

părăsindu-și propriul grup sau se mobilizează în căutarea unei identități pozitive de sine tinzând să reinterpreteze și să acționeze astfel încât propriul grup să fie perceput într-un mod mult mai favorabil.

Comportamentele de limbaj pot fi transpuse în planul relațiilor intergrupuri. Diferitele stiluri de vorbire sunt asociate diferitelor grupuri sociale care sunt, la rândul lor, evaluate pozitiv sau negativ în variatele contexte de interacțiune între grupuri. În societățile multiculturale există un grup majoritar a cărui limbă este decretată drept limbă oficială și care este perceput ca grup dominant, cu un statut crescut, la fel cum există diferite alte grupuri etnice minoritare, cu un statut mai redus. Între diferitele grupuri lingvistice au loc comparații sociale pe anumite dimensiuni caracteristice în funcție de care membrii grupurilor își structurează identitatea în încercarea de a ajunge sau de a-și menține o identitate socială pozitivă. Maas, Salvi, Arcuri & Semin (1989) au demonstrat experimental că imaginea membrilor propriului grup în detrimentul imaginii membrilor altor grupuri este descrisă prin trăsături mai stabile și redade prin termeni mai abstracti care favorizează atribuirii ale cauzelor comportamentelor la nivelul dispozițiilor interne. Invers, utilizarea de verbe mai puțin abstracte pentru descrierea comportamentului oferă informații despre circumstanțele verificabile ale producerii comportamentului, atribuind acelui comportament cauze externe. Astfel, evaluarea se realiza prin verbalizări mai abstracte pentru comportamentele pozitive ale *in-group*-ului și negative ale *out-group*-ului în timp ce termenii mai concreți și mai clari pentru a descrie situația sau contextul acțiunii erau utilizați pentru comportamentele negative ale *in-group*-ului și cele pozitive ale *out-group*-ului [Clement & Noels, 1997: 182].

Teoria identității etnolingvistice a fost dezvoltată de H. Giles, R.Y. Bourhis și D. Taylor (1977) având la bază cadrul conceptual oferit de teoria identității sociale elaborată de H. Tajfel (1978) și aplicată comportamentelor de limbaj. Teoria s-a dezvoltat în interiorul cadrului conceptual al teoriei adaptării comunicării pentru a explica strategiile utilizate cu scopul de a obține o identitate etnolingvistică pozitivă și distinctă, precum și consecințele utilizării acestor strategii pe plan social [Giles, Bourhis & Taylor, 1977]. Conceptul de identitate etnolingvistică, utilizat frecvent în psihologia socială a limbajului, face referire la relația dintre limba vorbită și apartenența etnică. Limba sau stilul de vorbire indică identitatea etnică, diferitele aspecte lingvistice și paralingvistice ale comunicării, cum ar fi vocabularul utilizat, accentul specific, ritmul vorbirii etc., putând oferi indicii în baza cărora vorbitorul este perceput (categorizat) ca aparținând al

unei anumit grup social. care poate fi fie grupul majoritar, dominant și contribuind la afirmarea identității sale sociale. În comparațiile dintre grupuri, indivizii aparținând diferitelor grupuri lingvistice tind să își accentueze sau să își păstreze o identitate etnolingvistică pozitivă folosind câteva strategii sau combinații ale acestora. Prima strategie este cea de mobilitate individuală concretizată în tendința de diferențiere de grupul de apartenență (*in-group*) cu prestigiu inferior pentru a se asocia cu un alt grup (*out-group*) care dispune de un statut superior. În această situație, prin comportamentele de limbaj utilizate indivizii realizează o valorizare a *out-group*-ului față de *in-group* ale cărui caracteristici lingvistice de limbă, accent, stil etc. sunt atenuate în favoarea caracteristicilor *out-group*-ului. Astfel, distanța dintre cele două grupuri se va reduce, cel puțin pe plan social. Cea de-a doua strategie este cea de creativitate socială care constă în reformularea parametrilor de comparație dintre grupuri cu scopul valorizării *in-group*-ului. Tajfel (1982) a identificat cel puțin trei modalități de creativitate socială prin care membrii grupurilor cu un statut scăzut pot lupta împotriva devalorizării *in-group*-ului: prin schimbarea țintei care constituie obiectul comparației sociale, prin atașarea unui înțeles nou și pozitiv atributelor devalorizate ale *in-group*-ului, precum și prin căutarea unei dimensiuni noi prin care *in-group*-ul se poate distinge semnificativ de toate celelalte grupuri într-o manieră avantajoasă. Ca și în cazul mobilității sociale, creativitatea socială riscă să fie asociată mai curând cu folosirea tot mai frecventă a limbii *out-group*-ului în cadrul contactelor cu acesta. Cea de-a treia strategie este cea de competiție socială care constă în inversarea statutului *in-group*-ului cu cel al *out-group*-ului cu scopul favorizării celui dintâi. Astfel, într-o societate bilingvă membrii unui grup minoritar realizând că structura de putere este ilegală, vor încerca să corecteze situația prin acțiuni de protecție a utilizării limbii propriului grup, prin solicitări de reforme lingvistice, ca și prin acțiuni de încurajare a utilizării frecvente a limbii *in-group*-ului într-o diversitate de situații, publice și particulare, cu scopul de a asigura o mai bună reprezentare la nivel instituțional, politic și economic. Pe plan individual, comportamentul de limbaj adoptat de membrii grupului minoritar va avea ca scop accentuarea diferențelor față de *out-group*. Toate aceste strategii prezentate sunt potențial generatoare de schimbare socială doar atunci când identitatea etnolingvistică va constitui un aspect important al unei situații date de comparație între grupuri. Utilizarea strategiilor descrise este însă afectată de trei factori. În primul rând, permeabilitatea percepută a granițelor dintre grupuri, dată de frecvența cu care indivizii trec dintr-un grup în altul, va

influența mobilitatea indivizilor de la un grup la altul. Frontierele dintre un grup etnic minoritar și grupul majoritar sunt percepute ca permeabile atunci când membrii *in-group*-ului trec ușor într-un *out-group*, sunt acceptați de membrii grupului majoritar fără dificultate se confundă cu *out-group*-ul. Frontierele percepute ca impermeabile de către ambele părți vor influența la membrii grupului etnolingvistic minoritar sentimentele de identificare cu *in-group*-ul, în timp ce frontierele permeabile vor influența mobilitatea individuală. În al doilea rând, sentimentele de apartenență la mai multe grupuri, în afară de *in-group*-ul lingvistic, cum ar fi diferitele grupuri profesionale, de vârstă, religioase etc., vor diminua într-o oarecare măsură importanța identității etnolingvistice și motivația de a recurge la una din strategiile descrise.

Cel de-al treilea factor este reprezentat de vitalitatea etnolingvistică, concept cheie al versiunii originale a teoriei identității etnolingvistice. R.Y. Bourhis, H. Gilles și D. Rosenthal (1981) au utilizat primii acest concept pentru a descrie totalitatea factorilor care fac ca o comunitate etnolingvistică să fie durabilă sub aspect temporal și să se diferențieze de alte grupuri. Vitalitatea etnolingvistică este definită de structura, forța și stabilitatea unei comunități etnolingvistice într-un context intergrupuri dat. Cu cât vitalitatea unui grup este mai puternică, cu atât va fi mai mare tendința de identificare cu acesta. Vitalitatea este determinată de trei dimensiuni: caracteristicile demografice ale grupului, statutul său social și suportul social și instituțional. Caracteristicile demografice ale unui grup sunt date de numărul membrilor săi, de densitatea și distribuția acestora într-o regiune, de rata de natalitate, numărul emigranților și al imigranților, de exogamie etc. Suportul social și instituțional este dat de utilizarea limbii grupului respectiv în instituțiile oficiale (educaționale, culturale, administrative, politice, religioase, de comunicare etc.) și neoficiale. Statutul social al grupului în societate este definit de prestigiul limbii grupului și de caracteristicile economice, sociale și istorice ale acestuia. R. Clement (1980) a demonstrat că există o tendință pentru membrii grupului minoritar, ca membri ai unui grup cu o vitalitate scăzută, să se identifice cu un alt grup lingvistic cu o vitalitate ridicată și să-și piardă identitatea originală, fiind asimilați. Membrii grupului majoritar, cu o vitalitate ridicată, pot dobândi o identitate secundară fără să își piardă identitatea etnică originală prin integrarea grupului minoritar. O vitalitatea etnolingvistică scăzută nu înseamnă însă neapărat că acel grup este asimilat de majoritate și va dispărea. Percepția unei vitalități etnolingvistice scăzute sau în scădere poate stimula grupul etnolingvistic să se mobilizeze etnic

pentru a-și întări pozițiile și pentru formarea unei identități etnice pozitive. Posibilitatea mobilizării grupului este chiar mai mare dacă vitalitatea etnolingvistică joasă este percepută ca o amenințare. De asemenea, poate să apară și efectul contrar în sensul în care o vitalitate etnolingvistică joasă poate să demoralizeze membrii grupului atât de mult încât aceștia să devină incapabili să se mobilizeze psihologic indiferent la nivel politic, economic, social, cultural pentru a se apăra sau a-și întări poziția. În această situație, o vitalitate etnolingvistică joasă reprezintă primul semn că grupul este în situația de a fi asimilat. H. Gilles și P. Johnson (1981) au distins între vitalitatea etnolingvistică obiectivă și cea subiectivă. Dacă cea dintâi este măsurabilă printr-o serie de indicatori demografici obiectivi, cum sunt cei anterior indicați, vitalitatea subiectivă se referă la perceperea vitalității unui grup de către membrii acestuia. Cercetările au indicat legătura strânsă dintre vitalitatea etnolingvistică subiectivă și vitalitatea etnolingvistică obiectivă și comportamentul de limbaj declarat, vitalitatea etnolingvistică subiectivă influențând într-o mai mare măsură comunicarea dintre grupuri [R.Y. Bourhis, H. Gilles & D. Rosenthal, 1981]. De asemenea, s-a constatat că măsurarea vitalității etnolingvistice subiective este mult mai importantă decât măsurătorile obiective ale atitudinilor, comportamentelor și relațiilor intergrupale, instrumentul propus de R. Landry și R. Allard (1994) fiind utilizat în acest scop.

Teoria adaptării comunicării (Giles, Mulac, Bradac & Johnson, 1987) pune accentul pe procesele psihologice ca factori explicativi pentru variațiile comportamentelor de limbaj în diferitele contexte de comunicare dintre grupuri. Premisa de la care se pornește este că diferitele comportamente de limbaj sunt utilizate în contextul relațiilor interpersonale cu scopul de a apropia sau distanța interlocutorii și indirect grupurile lingvistice cărora aceștia le aparțin [Giles, Bourhis & Taylor, 1977]. Cercetările de început orientate spre identificarea factorilor care determină variațiile în alegerea unui cod lingvistic sau altul, cât și spre înțelegerea modului în care se realizează evaluarea diferitelor stiluri de limbaj au evidențiat ca determinanți ai evaluării o serie de factori externi reprezentați de contextele normative și socio-istorice ale folosirii stilurilor de limbaj diferite. Factorii normativi se referă la normele care reglementează utilizarea unui anumit stil de limbaj considerat ca mai potrivit în anumite situații sociale. Astfel, în situații oficiale, normele prescriu utilizarea unui limbaj standard care tinde să fie evaluat mai pozitiv decât cel non-standard. Evaluarea limbajului interlocutorului se realizează în funcție de normele sociale care dictează și motivează folosirea

unui limbaj considerat ca mai adecvat. Abaterea de la aceste norme are consecințe diferite. De exemplu, utilizarea a două dialecte era evaluată mai favorabil într-o situație neoficială decât în una oficială. Pe parcursul socializării, prin procese de învățare socială indivizii învață nu doar diferitele coduri lingvistice, dar și contextele în care să le folosească astfel încât comunicarea să fie eficientă. Acest tip de explicații normativu sunt consistente în raport cu situațiile în care oamenii utilizează un anumit cod lingvistic care nu contribuie la eficientizarea comunicării.

Teoria adaptării comunicării oferă explicații pentru acest tip de situații de schimbare a codurilor făcând apel la factorii interni, atât cognitivi, cât și motivaționali. Alegerea unui cod lingvistic într-o situație de comunicare este rezultatul unei strategii conștiente prin care codurile pot fi amestecate sau alternate. Dacă prima situație este cea de introducere într-un discurs a unor cuvinte sau expresii împrumutate dintr-un alt cod, alternanța constă într-o schimbare a codului în cadrul unui discurs. Folosirea uneia sau alteia dintre cele două strategii – amestecul sau alternanța codurilor – este strâns legată de natura raporturilor dintre grupuri. În ceea ce privește motivațiile care apar, acestea sunt legate de apartenența individului la anumite grupuri, respectiv de relațiile interpersonale dar și cele dintre grupuri. Prin comportamentul lor lingvistic oamenii urmăresc scopuri diferite: aprobare socială, obținerea unei identități sociale pozitive și creșterea eficienței comunicării. În acest scop, ei aleg din repertoriul lor lingvistic pe acela pe care îl consideră ca cel mai adecvat caracteristicilor interlocutorului și scopurilor urmărite. Astfel, vorbitorii pot adopta același stil verbal ca și ceilalți, modificându-și vocea, accentul, limbajul atunci când se simpatizează sau vor să se facă acceptați [Giles&Coupland, 1991]. Mai mult chiar, într-un mediu bilingv, utilizarea unui anumite limbi ar putea fi interpretată ca un mod de afirmare a identității distincte prin folosirea unui anumit cod lingvistic. Într-o astfel de situație, individul utilizează propriul repertoriu de coduri ca mijloc de construire și de afirmare a propriei identități sociale etnolingvistice. O schimbare de cod în favoarea celui folosit de *out-group*, însoțită însă de un puternic accent specific limbii *in-group*-ului poate fi interpretată ca o intenție de a menține distanța.

Sunt identificate trei strategii dominante de modificare a codului într-o situație de comunicare: convergența lingvistică, divergența lingvistică și menținerea lingvistică. Convergența presupune schimbarea formei sau fondului discursului cu scopul de a-l face mai asemănător cu cel al unui interlocutor [Bourhis&Giles, 1977]. Aceasta produce reacții pozitive

interlocutorului care, la rândul lui va prezenta o tendință spre convergență lingvistică [Giles&Coupland, 1991]. Divergența presupune tendința de schimbare a stilului verbal cu scopul diferențierii de cel al interlocutorului, aspect care se poate realiza în modalități diferite cum ar fi revenirea la limbajul *in-group*-ului[Bourhis&Giles, 1977]. Menținerea constă în tendința de perpetuare și păstrare într-o conversație a unui anumit stil de limbaj, care provoacă la interlocutor o evaluare defavorabilă, dar și o tendință reciprocă de reacție [Bourhis, 1979]. Strategiile de convergență lingvistică, divergență sau menținere servesc așadar mai multor scopuri. Astfel, convergența răspunde nevoii de integrare și aprobare socială a interlocutorilor, aceasta generând o comunicare mai directă, mai clară și mai deschisă, un grad mai mare de apropiere între interlocutori, măbind similaritatea dintre aceștia determinându-i să se aprecieze reciproc mai pozitiv. Teoria adaptării lingvistice consideră convergența ca o parte a schimbului social, proces prin care interlocutorii încearcă să minimizeze costurile și să-și maximizeze recompensele [Năstas, 2006: 71]. Dimpotrivă, divergența și menținerea aceluiași stil de limbaj are alte semnificații care pot merge de la exprimarea dezacordului la intenția de afirmare a apartenenței la un anumit grup caracterizat prin utilizarea aceluși stil de limbaj, caz în care această strategie reprezintă un mijloc de afirmare identitară a *in-group*-ului[Giles&Coupland, 1991]. Efectul variațiilor de limbaj este interpretat diferit în funcție de contextul interpersonal și social în care are loc interacțiunea dintre grupuri, de factorii temporari, interactivi și discursiviatribuirile pe care le realizează interlocutorii.

În ceea ce privește modalitățile de evaluare a utilizării diferitelor stiluri lingvistice, acestea pot fi importante, cercetările demonstrând că diagnosticul unui medic poate fi diferit în cazul utilizării unui cod standard în descrierea simptomelor, sau în obținerea de informații, a unui post când folosirea unui accent de prestigiu se poate dovedi mai utilă [Taylor & Clement, 1974 *apud* Clement &Noels, 1997: 184]. La fel profesorii percep copiii care folosesc stilul local ca mai puțin competenți decât cei care se exprimă într-un limbaj standard, utilizarea unui stil precis, a unui anumit ton al vocii, vocabular directiv poate influența ascultătorii determinându-i să acorde mai ușor ajutor în caz de urgențe. Stiluri divergente lingvistice pot fi însă convergente prin caracterul lor complementar, cum ar fi în relațiile profesor-elev, medic pacient unde convergența psihologică solicită interlocutorilor adoptarea de poziții diferite manifestate prin stiluri diferite de limbaj [Clement &Noels, 1997: 189].

BIBLIOGRAFIE

- Bourhis, R.Y., «Language in ethnic interaction: A social psychological approach», în Giles, H., Saint-Jacques, B. (eds.). *Language and ethnic relations*, Pergamon Press, Oxford.
- Bourhis, R.Y., Gilles, H. & Rosenthal, D., «Notes on the construction of a Subjective Vitality Questionnaire for ethnolinguistic groups», *Journal of Multilingual and Multicultural Development*, 1981, 2, 145-155.]
- Giles, H., Bourhis, R., Taylor, D.M., «Toward a theory of language in ethnic group relations», în Giles, H. (ed.), *Language, Ethnicity and Intergroup Relations*, Academic Press, Londra, 1977.
- Bourhis, R.Y. & Giles, H., «The language of intergroup distinctiveness», în Giles, H., (ed.). *Language, ethnicity and intergroup relations*, Academic Press, New York, 1977.
- Chelcea, S., & Iluț, P., *Enciclopedie de psihosociologie*, București, Ed. Economică, 2002.
- Clement, R. & Noels, K. A., «Limba și comunicare intergrupuri», în Bourhis, R. & Leyens, Jacques-Philippe (eds.). *Stereotipuri, discriminare și relații intergrupuri*, Polirom, Iași, 1997, p. 179-199
- Clement, R. «Ethnicity contact and communicative competence in a second language», în Giles, H., Robinson, W.P., & Smith, P. (eds.). *Language: Social psychological perspectives*, Oxford: Pergamon Press, 1980.
- Doise, W., Deschamp, J.-C., & Mugny, G., *Psihologie socială experimentală*, Polirom, Iași, 1996.
- Giles, H., Coupland, N., *Language: Contexts and Consequences*, Milton Keynes, Open University Press, 1991.
- Giles, H., Mulac, A., Bradac, J.J., & Johnson, P., «Speech accommodation theory: the next decade and beyond», în M. McLaughlin (ed.). *Communication Yearbook 10*, 1987, Newbury Park, CA: Sage.
- Gilles, H., Johnson, P., «The role of language in ethnic group relations», în Turner, J.C. & Giles, H. (Eds.), *Intergroup behavior*, Blackwell, Oxford, 1981.
- Hogg, M.A. & Vaughan, G.M., *Social Psychology (3rd ed.)* London, Prentice Hall, 2002.
- Landry, R. & Allard, R. «Ethnolinguistic vitality: A viable construct», în Landry, R. & Allard, R. (eds). *Ethnolinguistic vitality. Special issue of the International Journal of the Sociology of Language*, 1994, 108, p. 5-13.
- Năstas, D., «Impactul percepției vitalității etnolingvistice și a naturii relațiilor intergrupuri asupra identificării sociale și adaptării lingvistice», *Revista de Psihologie socială*, nr. 16, 2005, p. 69-92.

Tajfel, H., «Interindividual behaviour and intergroup behaviour», în Tajfel, H. (ed.), *Differentiation between social groups*, Academic Press, London, 1978.

Tajfel, H., *Social identity and intergroup relations*. Cambridge University Press, Cambridge, 1982.

Tajfel, H., Turner, J.C., «The social identity theory of intergroup behaviour», în Worchel, S., Austin, W. (eds.), *Psychology of Intergroup Relations*, ed. a II-a, Nelson-Hall, Chicago, 1986, pp. 7-24.