

Seidikenova Almash¹, Bakitov Aitkali²

¹Candidate of philological sciences, associate professor,
e-mail: seydikenova781022@yandex.ru, tel.: +7 705 391 7812

²Candidate of philological sciences, associate professor, e-mail: bakitov77aitkali@mail.ru, tel.: +7 701 420 0524
Chair of «Diplomatic translations» of Department of «International Relations»,
Al-Farabi Kazakh National University, Kazakhstan, Almaty

**LE STEREOTYPE COMME LA MANIFESTATION
DES PARTICULARITES CULTURELLES**

The concept «stereotype» is studied in different branches of science. This concept is considered in branches of science as the philosophy, psycholinguistics, sociology, psychology, ethnography, cultural science, etc. Representatives of the above-stated branches of sciences consider and express opinion on the concept «stereotype» and do classification of a stereotype according to requirements of the branch.

Having analyzed the concept «stereotype» of various sciences, it is possible to note that formations of stereotypes are the cornerstone cognitive processes. Stereotypes are acquired in the course of socialization and an inculturation, also special place in formation of stereotypes borrow mass media. Stereotypes perform a number of cognitive functions such as schematization and simplifications, formations and storages of group ideology and other cogitative functions. Every person has individual personal experience, a special form of perception of the world around on the basis of which in his head the so-called «picture of the world» including an objective part and value judgment of reality an individual is created. The stereotype is an integral part of this picture.

Within this article we consider ethnic stereotypes, stereotypes of thinking and linguistic stereotypes of the Kazakh and French languages, analyzing scientific views of scientific different branches concerning the concept «stereotype».

Key words: stereotype, stereotype, heterostereotype, thought patterns stereotypes, ethnic and linguistic stereotypes.

Сейдикенова Алмаш¹, Бақытов Айтқали²

¹филология ғылымдарының кандидаты, доцент, e-mail: seydikenova781022@yandex.ru, тел.: +7 705 391 7812

²филология ғылымдарының кандидаты, доцент м.а., e-mail: bakitov77aitkali@mail.ru, тел.: +7 701 420 0524
әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, халықаралық қатынастар факультеті,
дипломатиялық аударма кафедрасы, Қазақстан, Алматы қ.

Стереотип мәдени ерекшеліктердің көрінісі ретінде

«Стереотип» ұғымы ғылымның әр түрлі салаларында зерттеліп жатқандығы белгілі. Аталмыш ұғымды философия, психолінгвистика, әлеуметтану, психология, этнография, мәдениеттану және т.б. ғылым салаларының ізденушілері қарастыруда. Әрине, жоғарыда аталған ғылым салаларының өкілдері стереотип ұғымына өз пікірін білдіріп, өз саласының талаптарына сәйкес классификация жасаған. Әр түрлі ғылым саласындағы «стереотип» ұғымына берілген анықтамаларға сараптама жасай келе, когнитивті үдерістер стереотиптердің қалыптасуына негіз болады деп атап айтуға болады. Стереотиптер әлеуметтендіру және инкультурация үдерістерінде игеріледі, сонымен қатар стереотиптерді қалыптастыруда бұқаралық ақпарат құралдары ерекше орын алады. Стереотиптер топтық идеологияны нобайлау және жеңілдету, қалыптастыру және сақтау секілді когнитивті қызметтер және басқа да ойлау қызметтерін атқарады. Әр адамның жеке тәжірибесі, қоршаған ортаны қабылдаудың ерекше формасы бар, соның негізінде оның басында «әлем бейнесі» қалыптасады. «Әлем бейнесі» шынайы болмыстың объективті бөлігін және жеке тұлғаның оған субъективті бағасын қамтиды. Стереотип әлем бейнесінің құрамдас бөлігі.

Бұл мақала шеңберінде біз әр түрлі сала зерттеушілерінің «стереотип» ұғымы туралы пікірлеріне сараптама жасай отырып, қазақ және француз тілдеріндегі этникалық, ой және тілдік стереотиптеріне сараптама жасауды мақсат тұттық.

Түйін сөздер: стереотип, автостереотип, гетеростереотип, ой стереотиптері, этникалық және тіл стереотиптері.

Сейдикенова Алмаш¹, Бакитов Айткали²

¹кандидат филологических наук, доцент, e-mail: seydikeno781022@yandex.ru, тел.: +7 705 391 7812

²кандидат филологических наук, и.о. доцента, e-mail: bakitov77aitkali@mail.ru, тел.: +7 701 420 0524
кафедра дипломатического перевода, факультет международных отношений,
Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Казахстан, г. Алматы

Стереотип как проявление культурных особенностей

Понятие «стереотип» изучается в разных отраслях науки, как философия, психолингвистика, социология, психология, этнография, культурология и т.д. Представители вышеуказанных отраслей наук рассматривают и выражают мнение о понятии «стереотип» и делают классификацию стереотипа согласно требованиям своего направления. Проанализировав понятие «стереотип» в различных науках, можно отметить, что в основе формирования стереотипов лежат когнитивные процессы. Стереотипы усваиваются в процессе социализации и инкультурации, также особое место в образовании стереотипов занимают средства массовой информации. Стереотипы выполняют ряд когнитивных функций, как схематизация и упрощение, формирование и хранение групповой идеологии и другие мыслительные функции. Каждый человек обладает индивидуальным личным опытом, особой формой восприятия окружающего мира, на основе которого в его голове создается так называемая «картина мира», включающая в себя объективную часть и субъективную оценку действительности индивидуумом. Стереотип является неотъемлемой частью этой картины.

В рамках данной статьи рассматриваются этнические стереотипы, стереотипы мышления и лингвистические стереотипы казахского и французского языков, анализируются научные взгляды ученых разных отраслей относительно понятии «стереотип».

Ключевые слова: стереотип, автостереотип, гетеростереотип, стереотипы мышления, этнические и лингвистические стереотипы.

Introduction

Toutes les pratiques communicatives se déroulent selon certains schémas préétablis et obéissent à des normes de l'interaction. Selon Erving Goffman, «dans toute société, chaque fois que surgit la possibilité matérielle d'une interaction, on voit entrer en jeu un système de pratiques, de conventions et de règles de procédure qui sert à orienter et à organiser le flux des messages émis» (Goffman E., 2005: 82). Il est évident que les conversations entre les interactants sont des rituels sociaux. Tout participant d'une communication suit «des codes secrets» dont l'existence échappe généralement à la conscience de l'interactant. Dans une communication interculturelle dans laquelle interviennent des individus de cultures différentes, les acteurs peuvent avoir des difficultés non seulement au niveau linguistique, mais aussi bien au niveau culturel, car toutes les normes de comportement, les rituels d'interaction, les codes de communication, les valeurs et croyances, la manière de percevoir certaines situations, d'agir ou de réagir, de penser, de même que les modes de vie, les savoir-faire sont différents.

Dans le cadre de cet article nous nous sommes fixés pour but d'analyser la notion de «stéréotype» et de comparer les stéréotypes chez les Kazakhs et Français afin de révéler les convergences et divergences. Car comme le soulignent les chercheurs éminents les stéréotypes jouent aussi un rôle important dans la communication. Le chercheur Raymond Carroll a bien montré que les malentendus entre les locuteurs de cultures différentes tiennent au fait que «nous n'avons pas conscience des implicites que nous portons en nous sans le savoir, à notre façon de voir le monde que nous avons apprise, mais qui nous paraît «naturel», «évident», «allant de soi» (Carroll R., 1987:27). Selon nous, ce qui précède, nous permet de dire que dans la communication interculturelle les savoirs linguistiques sont accompagnés de savoirs socioculturels. Alors que la compétence linguistique est comprise comme un système de règles grammaticales permettant aux participants d'émettre et de comprendre un nombre infini de phrases, la compétence de communication est conçue comme un savoir constitué de règles grammaticales et de règles sociolinguistiques. C'est pourquoi apprendre une langue étrangère n'est pas

seulement acquérir des connaissances linguistiques, mais il faut aussi se doter des compétences culturelles, ces dernières peuvent assurer la compréhension mutuelle dans une communication interpersonnelle entre les individus de cultures différentes. Donc, les résultats de cette recherche pourraient être utilisés lors de l'apprentissage du français aux étudiants.

La notion de «Stéréotype»

Avant de passer aux stéréotypes linguistique et stéréotypes de pensée chez les Kazakhs et Français, nous voudrions de faire un bref aperçu sur les opinions des chercheurs américains, français, russes et kazakhs sur la notion «stéréotype».

Initialement utilisé pour désigner un moulage de plomb destiné à réaliser des clichés dans les travaux typographiques, le terme «stéréotype» est introduit dans les sciences sociales et humaines par le sociologue américain Walter Lippman en 1922. Le savant a utilisé ce terme pour désigner métaphoriquement des idées figées et des images préconçues (Ferréol G., Jucquois G., 2004: 320). W.Lippman a étudié le stéréotype dans le système des facteurs qui font naître les stéréotypes et qui définissent leurs fonctions. En expliquant les fonctions des stéréotypes par l'analyse des aspects sociaux et psychologiques des comportements de l'individu, le chercheur a souligné l'importance du stéréotype: «le système des stéréotypes est probablement principal dans nos traditions individuelles, il protège notre place dans la société, ainsi que il nous permet d'économiser du temps et nous aide à voir le monde et le comprendre» (Lippmann W., 2004: 35). Par le stéréotype le sociologue américain comprenait la forme particulière de la perception du monde environnant, exerçant l'influence définie sur les données de nos sentiments avant que ces données arrivent à notre conscience. Selon le chercheur, la personne, en tentant de comprendre le monde, qui l'entoure, dans toute sa contradiction, crée «l'image dans la tête» en ce qui concerne ses phénomènes, qu'il n'observait pas directement. La personne a l'idée nette de la plupart des objets encore avant qu'il se leur soit heurté directement dans la vie. Les représentations semblables sont formées sous l'influence de l'entourage culturel de l'individu donné (Ruth A., 1991: 42).

Selon Y.A.Sorokin le stéréotype est «un certain processus et le résultat des relations conformément aux modèles définis sémiotiques, la liste desquels est fermée en vertu de tels ou tels principes sémiotico-techniques acceptés dans un certain socium. De plus le modèle sémiotique se réalise aux niveaux

sociaux et sociaux-psychologiques (standard) ou aux niveaux de langue et sociaux-psychologiques (norme). Le standard et la norme existent dans deux aspects: comme le poncif (un signe complexe abondamment explicité) ou comme le cliché (un signe complexe insuffisamment explicité)» (Krasnikh V., 2002: 52).

A.P. Sadokhin souligne que les stéréotypes aident l'homme à différencier et simplifier le monde et «d'y mettre tout en ordre». Selon lui, les stéréotypes sont les convictions et «les connaissances habituelles» définies concernant les qualités et les traits de caractères des autres individus, ainsi que des événements, phénomènes et des objets. Il distingue différents types de stéréotypes en fonction du caractère de l'objet et son emplacement dans la structure sociale. Ce sont les stéréotypes de groupe, professionnels, ethniques et ainsi de suite. Parmi eux, les plus répandus sont les stéréotypes ethniques, qui sont les jugements fixes des représentants d'un groupe ethnique sur un autre groupe ethnique. Ce type de stéréotype devient le principal déterminant dans la communication pour les représentants des groupes dans lesquels il est répandu. Par exemple, les visions stéréotypées sur la politesse et la minceur des Anglais, l'excentricité des Italiens et ainsi de suite (Sadokhin A.P., 2004: 56). Les stéréotypes sont souvent émotionnellement pourvus de sympathie et d'antipathie. Parfois les traits de caractères, qui sont conçus pour son peuple comme la manifestation de l'intelligence, pour l'autre peuple peuvent être considérés comme la ruse, ou bien ce qui peut être estimé comme persévérance pour son ethnique, peut être considéré comme l'entêtement de l'autre.

V. A Maslova distingue le stéréotype de la conduite – le plus important parmi les stéréotypes, qui peut passer au rite. À son avis, «les stéréotypes ont beaucoup en commun avec les traditions, les mythes, les rites, mais des derniers se distinguent par ce que les traditions et les coutumes caractérisent leur importance objective, l'ouverture pour les autres, mais les stéréotypes restent au niveau des dispositions cachés des esprits, qui existent dans le milieu «des siens».

V.A.Maslova souligne aussi «qu'à la base de la formation de la conscience ethnique et la culture à titre des régulateurs de la conduite de la personne se trouvent les facteurs innés, ainsi qu'acquis dans le processus de la socialisation – les stéréotypes culturels, qui sont étudiés à partir du moment où la personne commence à s'identifier avec le peuple défini, par la culture définie et se rendre compte de lui-même par leurs éléments». (Maslova V.A., 2001:8)

Ruth Amossy et Anne Herschberg Pierrot dans leur ouvrage intitulé «*Stéréotypes et clichés*» souligne que «les stéréotypes sont des clichés, des images préconçues et figées, sommaires et tranchées, des choses et des êtres que se fait l'individu sous l'influence de son milieu social (famille, entourage, études, profession, fréquentations, médias de masse) et qui déterminent à un plus ou moins grand degré nos manières de penser, de sentir et d'agir» (Ruth A., Herschberg Pierrot A., 2005:59).

Ainsi, les processus cognitifs sont à la base de la formation des stéréotypes, mais les stéréotypes accomplissent une série de fonctions cognitives: la fonction de la schématisation et la simplification, la fonction de la formation et la conservation de l'idéologie du groupe social et d'autres fonctions mentales.

Les stéréotypes, en tant que schèmes, concourent à la production d'évaluations et de jugements particulièrement hâtifs sur autrui et, par conséquent, à la formation des préjugés et des conduites de discriminations positives ou négatives.

Stéréotypes linguistiques et stéréotypes de pensée chez les Kazakhs et Français

Chaque nation a une représentation de soi-même et une représentation de l'étranger. Les représentations, les images sur soi-même d'une nation s'appelle «auto-stéréotypes», c'est-à-dire des manières figées de se représenter soi-même. Et les images préconçues et les représentations sur l'autre peuple, les manières figées de voir l'étranger s'appelle «hétéro-stéréotypes» (Porcher L., 1995: 25).

Au résultat de l'enquête menée auprès des Kazakhs sur leur représentations de soi, nous avons pu constaté les auto-stéréotypes suivants propres aux Kazakhs: «hospitalier», «généreux», «fier de ses ancêtres belliqueux», «capacité à s'adapter facilement à toutes les situations de la vie», «persévérant», «respectueux des traditions ancestrales», «qui attache une grande importance à la famille». Ce sont les auto-stéréotypes positifs. Maintenant, quels sont les auto-stéréotypes négatifs des Kazakhs? Ce sont: selon les interviewés, «ils sont paresseux», «envieux, ils envient toujours les succès de l'autre», «vantards».

Grâce à l'enquête menée auprès des Français habitant au Kazakhstan et à ceux qui ont déjà séjourné dans notre pays, nous avons pu également révéler les auto-stéréotypes des Français: «nationaliste», «individualiste», «qui a l'esprit clair», «qui aime la liberté», «qui attache une grande importance à la

liberté», «sédentaire», «idéaliste», «révolutionnaire, qui est toujours prêt à lutter contre l'injustice».

Selon les Français séjournant au Kazakhstan, avant l'arrivée dans le pays, il est rare qu'un Français ait un quelconque présupposé sur les Kazakhs. Pour une raison simple: il ne les connaît pas. L'Asie Centrale, malgré les ouvrages des deux ou trois spécialistes français de la zone, est une aire relativement peu connue. Elle est vue avec un certain romantisme par certains, surtout les profils littéraires (étudiant(e)s en sciences humaines et sociales ou en langues) qui rêvent d'une Route de la Soie orientale, avec ses souks, ses vendeurs de tapis, ses cavaliers chevauchant dans la plaine, etc. Il semblerait que de ce point de vue, l'Asie Centrale dans son ensemble soit assimilé à un mélange de Mongolie et de Moyen-Orient. Les différences en Asie Centrale sont peu connues, et pour beaucoup de Français, le Kazakh n'a au départ aucune différence avec l'Ouzbek, le Tadjik, le Oughour, etc.

Il faut ajouter que pour les personnes ayant un profil plus proche de l'étude de la Russie, ou pour les personnes assimilant d'abord l'Asie Centrale à l'ex-URSS, les préjugés sur les Kazakhs sont les mêmes que sur les Russes, notamment en ce qui concerne l'alcoolisme.

Mais bien souvent, très souvent l'approche reste neutre: la méconnaissance des réalités centro-asiatiques est plus ou moins forte, les connaissances sont souvent très superficielles, notamment quant aux diversités et aux dynamiques locales propres à l'Asie Centrale et au Kazakhstan.

Dans le premier contact, il a été remarqué par toutes les personnes avec lesquelles j'ai discuté que les Kazakhs sont serviables, hospitaliers et accueillants.

Les femmes françaises sont souvent remarquées que les Kazakhs sont tous très gentils, voire très galants, plus galants que les Français et les Européens en général. Mais il est également à noter, par les hommes comme par les femmes, que les rapports hommes/femmes ont parfois l'air d'être plutôt violents (quelques histoires racontées évoquant des hommes kazakhs essayant de prendre violemment par le bras des femmes lors de soirées en nightclubs).

Les femmes kazakhs sont souvent vues comme parfois soumises, mais surtout très gentilles et accueillantes, très proches de la notion de famille, et très travailleuses. Elles sont également vues comme très coquettes. Elles bénéficient d'une bonne image généralement. Plus généralement, les Français voient plutôt les Kazakhs comme proches de leur famille.

Il est à noter que le stéréotype ne peut pas refléter entièrement la culture et les caractères nationaux du peuple, le stéréotype est simplificateur et généralisateur, c'est – à – dire les stéréotypes généralisent ou simplifient les caractères nationaux et les particularités culturelles du peuple. Comme le souligne Louis Porcher dans son ouvrage *Le français langue étrangère. Emergence et enseignement d'une discipline* (1995), «le stéréotype est une représentation partielle. Il appauvrit la réalité qu'il traduit, en ce sens tout stéréotype est à la fois simplificateur et réducteur. Il convient également de noter que le stéréotype est fixe, il change lentement et se transmet le plus souvent tel quel, de génération en génération. Le stéréotype se définit donc par son caractère «banal», son caractère d'automatisme mental qui tend à associer divers éléments mais au-delà de ces deux caractéristiques, il convient de noter l'élément de simplification qu'il constitue. La réalité est simplifiée avec, pour résultat, non une clarification mais une mise à l'ombre d'éléments essentiels à la compréhension». Cette simplification procède d'un choix limité d'éléments spécifiques, d'omissions conscientes et de simples oublis. Le stéréotype tend également à englober toutes les unités de la catégorie qu'il prétend cerner en quelques traits. Un individu appartenant au groupe visé se verra appliquer d'office le même schéma de comportement, de mentalité, de qualités ou de défauts. Le stéréotype est donc également généralisation. Malgré son caractère simplificateur et généralisateur, le stéréotype fait partie de la réalité, car il n'existe pas de stéréotypes sans fondements, parce que premièrement, un stéréotype est une vue partielle, et donc relativement fautive de la réalité, mais qui a toujours quelque chose à voir avec la réalité qu'elle caricature. C'est pourquoi il ne faut pas chercher à éradiquer les stéréotypes. Les stéréotypes font partie intégrante du système culturel d'une communauté, parce qu'ils jouent un rôle particulièrement important dans l'acte de communication en véhiculant un savoir stabilisé; ils s'avèrent indispensables pour porter un regard sur le mode de fonctionnement de cette communauté (Kerbrat – Orecchioni C., 2008: 36).

A notre avis, bien que le stéréotype soit simplificateur et généralisateur, les stéréotypes sur d'autres peuples et d'autres cultures préparent l'individu à la rencontre avec la culture étrangère, réduisent le choc culturel. Les stéréotypes permettent à la personne de se faire une idée du monde en tout, sortir du cadre du monde étroit social et géographique.

Les stéréotypes sont à la fois nécessaires et insuffisants pour comprendre une culture. On peut estimer qu'à travers l'étude des stéréotypes qui cir-

culent dans le pays de la langue étudiée, l'individu pourra se constituer une excellente grille de perception de la communauté en question.

Selon le linguiste russe V.V.Krasnikh «du point de vue du contenu le stéréotype est un fragment du vision du monde. C'est l'image des choses et des êtres correspondant aux particularités culturelles». Le linguiste répartit les stéréotypes en deux groupes: 1. stéréotype-comportement. 2. stéréotype – vision. Selon le savant, «le stéréotype-comportement se conserve dans la conscience sous forme de clichés (tampon) et accomplit la fonction des normes de comportements – canon. Ce type de stéréotype permet de définir les actes et comportements communicatifs des représentants d'une culture donnée dans telle ou telle situation de communication. De ce point de vue, ce type de stéréotype accomplit la fonction prescriptive». Toutes les pratiques communicatives se déroulent selon certains schémas préétablis et obéissent à certaines normes de l'interaction. Tout participant d'une communication suit des rituels sociaux. Dans une communication tout interagissant est engagé dans une sorte de ballet interactif dans lequel chacun s'adapte, il y a des codes qui gouvernent leurs activités. Ce sont ces règles qui rendent possible la communication entre les membres d'une même culture. Il est à noter que ces règles ne sont pas fondées sur l'action d'une seule personne, mais plutôt chaque personne conforme ses actes aux règles communes de la société à laquelle elle appartient. Elle met donc en œuvre un ensemble de procédés qui lui permet de gérer son discours, ses actes. (Krasnikh V., 2002: 58).

Maintenant quelques mots sur le stéréotype-vision. Ce type de stéréotype se conserve aussi sous forme de cliché, mais il accomplit les fonctions de standards qui sont les normes d'appréciation de tous les comportements. Ce type de stéréotypes sont les visions des choses, des phénomènes, des situations et des êtres. Le linguiste russe V.V. Krasnikh distingue deux types de stéréotypes-vision: «1. stéréotype-image. 2. stéréotype – situation. Comme le stéréotype – situation englobe les comportements des locuteurs dans des situations de communication, on peut dire qu'il définit le stéréotype-comportement». Quand deux ou plusieurs individus s'engagent dans une communication, ils suivent, qu'ils le veuillent ou non, les règles sociales préexistantes dans la langue donnée, ils se conduisent conformément aux traditions et au savoir-vivre de la société à laquelle ils appartiennent. En guise d'exemple, je voudrais citer *le stéréotype-situation*: le transport en commun au Kazakhstan: acheter un ticket dans le transport public. *Le stéréotype-comportement*: au Kazakhs-

tan: Vous êtes dans un transport public, si vous êtes loin du contrôleur qui vend des tickets, vous vous adressez à votre voisin. Vous lui tendez de l'argent et vous lui dites: «Pourriez-vous faire passer, s'il vous plaît?».

Comparons quelques stéréotypes – situations et stéréotypes – comportements des Français et des Kazakhs. Prenons tout d'abord le déroulement du repas en France et au Kazakhstan. Il est évident que dans chaque pays le repas traditionnel ne se déroule pas de la même manière. En France selon mon expérience personnelle et selon les interviewés, le repas commence généralement par l'apéritif. On peut dire que l'apéritif constitue un moment important de la «soirée française». En France les invités arrivent avec un quart d'heure de retard, donc l'apéritif aide à faire patienter les invités en attendant que les derniers arrivent. Voici un témoignage sur le rôle essentiel de l'apéritif:

Il: «...*Le repas traditionnel commence toujours par l'apéritif. Cela permet beaucoup d'attendre ceux qui sont en retard. C'est en quelques sortes (l'apéritif) la marge temporelle qui est laissée à tout le monde pour arriver. Cela (l'apéritif) peut aller jusqu'à une heure*» (Bakitov A., 2002: 39).

D'ailleurs la pratique de ce rite remonte aux siècles passés, déjà «*les Romains buvaient un vin sucré au miel avant le repas*»

Le repas traditionnel français se termine par le fromage et un petit café ou thé dans le salon. Le repas français est accompagné du vin. Le jour suivant de la réception, il convient de remercier les hôtes en leur téléphonant ou en leur envoyant une carte postale. Par exemple: «*Chère Isabelle, Nous avons été comblés. Vos amis Martel sont très sympathiques et vous avez l'art de créer une atmosphère. Encore merci et à bientôt*» ou «*Nous avons passé une soirée merveilleuse grâce à vous. Et quelle cuisine!*» (Denuelle S., 1999: 13).

En ce qui concerne le repas traditionnel kazakh, on offre, d'habitude, de différentes salades, ensuite le plat traditionnel, appelé *bechbarmak*, composé du mouton bouilli, des morceaux de pâtes roulées, des pommes de terre et des rondelles d'oignon. Ensuite on prend du thé avec des gâteaux ou tartes. A la fin du repas un doyen d'âge fait la *bata*, la bénédiction, dans laquelle il souhaite du bien, du succès, du bonheur aux hôtes et les remercie de leur hospitalité.

Les actes de langage sont autant des actes de comportement. C'est cet aspect comportemental qui constitue la composante culturelle de l'acte de langage. Un acte de langage est un signe culturel, est comme tout signe, il possède son plan de l'expression est son plan du contenu. Le contenu de

l'acte de langage est un élément de comportement, le plan de l'expression est constitué par un énoncé verbal. Ces exemples pourront illustrer ce qui a été dit précédemment: en nous appuyant sur les analyses des matériels linguistiques recueillis et des travaux de recherches abordant les sujets proche du nôtre, nous pouvons dire que chez les Français faire des compliments à un bébé ou un enfant n'est prohibé par aucune convention de communication, car chez les Kazakhs il n'est pas souhaitable d'adresser des compliments à un enfant, parce qu'on a peur de mauvais oeil, c'est pourquoi il est d'usage de dire à un enfant «mauvais bébé, mauvais garçon, mauvaise fille».

La linguiste française Charlotte Schapira divise les stéréotypes en deux catégories: stéréotypes de pensée et stéréotypes de langue. Selon Charlotte Schapira, les stéréotypes de pensée englobent les superstitions, les moeurs et us, les convictions, les idées communes, les représentations propres à une nation. Pour étayer cette idée, nous prenons les exemples suivants cités par Charlotte Schapira: *Qui est heureux au jeu est malheureux en amour; il faut toucher du bois pour faire durer la chance; Mariage pluvieux, mariage heureux.*

Comme le souligne Charlotte Schapira, «les stéréotypes de langue sont des expressions figées, allant d'un groupe de deux ou plusieurs mots soudés ensemble à des syntagmes entiers et même à des phrases». Les stéréotypes de langue expriment implicitement ou explicitement les stéréotypes de pensée.

On peut citer le stéréotype linguistique du kazakh, à notre avis, qui montre la représentation de soi des Kazakhs: *Les Kazakhs ont beaucoup d'airan (lait fermenté de la vache)*. Le stéréotype exprimé par cette expression figée s'explique par le fait que les Kazakhs offrent toujours aux voyageurs, qui passent, par exemple; demander le chemin, quelque chose à boire ou à manger; Ils peuvent même égorger un mouton et préparer le plat national, appelé «*bechbarmak*» (le nom du plat signifie «cinq doigts», il se compose du mouton bouilli et des morceaux de pâtes roulées) ou proposer de l'airan (lait fermenté de la vache), du «*koumys*», (lait de la jument, qui rafraîchit bien et a d'excellentes vertus curatives et tonifiantes) et du «*choubat*» (lait de chamelle qu'on laisse séjourner un certain temps). Au moins les Kazakhs proposent de goûter du pain.

Le stéréotype linguistique suivant montre à la fois la représentation de soi et la représentation de l'autre des Kazakhs: *Prends à l'Ouzbek des vêtements, prends au Kazakh des montures*. On dit que les Ouzbeks font de beaux vêtements et que les

Kazakhs élèvent de bons chevaux, que'ils savent en prendre soin et choisir de bons chevaux. Dans la langue kazakhe il y a un proverbe qui dit: «le cheval est les ailes de l'homme».

Comme le souligne le chercheur Phi Nga Fournier, «la notion de stéréotypie linguistique est étroitement liée à celle de figement puisqu'une expression stéréotypée se définit en premier lieu comme une expression figée et, en tant que telle, s'inscrit régulièrement dans le lexique de la langue» (Schapira Ch., 1999:35). Dans chaque société il y a ses propres expressions, énoncés stéréotypés que les représentants de telle ou telle société les utilisent dans les situations stéréotypées.

Suivant la typologie développée par Charlotte Schapira, le chercheur Phi Nga Fournier divise aussi les expressions figées en deux types: 1) les locutions grammaticales ou groupes de mots qui fonctionnent comme une seule unité lexicale et qui appartiennent à une catégorie grammaticale donnée: les locutions

nominales ou noms composés et locutions verbales, adjectives, adverbiales, prépositives, conjonctives; 2) les locutions stéréotypées, qui se divisent à leur tour en locutions syntagmatiques expressives, les expressions idiomatiques et les énoncés stéréotypés. Selon le chercheur Phi Nga Fournier, les locutions stéréotypées regroupent les proverbes, dictons, les formules de politesse, les formules rituelles, les phrases de routine et de circonstance, les slogans (Fournier Phi Nga., 2010:45).

Dans le cadre de cet article nous souhaiterions faire une analyse comparative des énoncés de vœux employés en français et en kazakh dans différentes situations de communication. Nous pensons que l'emploi et la présence ou l'absence de ces énoncés dans telle ou telle langue montre aussi les particularités culturelles de ces deux sociétés et leurs stéréotypes de pensées et de langue.

Nous proposons ci-dessous (Bakitov A., Jumanova R., 2016:65).

Table 1 – le tableau des expressions de vœux en kazakh et en français dans différentes situations de communication

№	Жағдаяттар/Situations de communication	Қазақ тілінде/En kazakh	Француз тілінде / En français
	1	2	3
1	Тамақ ішер алдында айтылатын тілектер – Au moment de commencer un repas:	Асыңыз дәмді болсын! – Que le plat soit bon!	Bon appétit! <Тәбетіңіз ашылсын!>
2	Қонақтарды қарсы алғанда айтылатын тілектер – En accueillant les invités:	Қош келдің (-із+дер)! - Bienvenu (e, es)! Soyez le (la, les) bienvenu (e, es)	Bienvenu (e, es)! Soyez le (la, les) bienvenu (e, es) < Қош келдің (-із+дер)!>
3	Ішімдік ішер алдында – Au moment de boire de l'alcool:	Тост айтылады – avant de boire chaque invité (e) prononce un toast à son tour	A la vôtre! A votre santé! <Сіздің денсаулығыңыз үшін>; à la tienne! <Сенің денсаулығың үшін>;
4	Түшкірген адамға айтылатын тілек – A la personne qui a éternué: Сол адам екінші рет түшкірсе – Quand la même personne éternue pour la deuxième fois on dit: Түшкірген адам былай жауап береді: -Celle-ci répond:	Аққаз! Сау бол (ыңыз)! – Soyez en bonne santé! Жәрекімалла!	A vos souhaits! <Сіздің тілектеріңіз үшін!> A vos amours! <Сіздің махаббатыңыз үшін Que les vôtres/tiens durent toujours! <Сенің (сіздің) махаббатың (ыз) мәңгілік болсын!>
5	Рождество (Noël) мерекесі кезінде – A la veille du Noël.:	<i>Қазақтарда бұл мейрам жоқ / Chez les Kazakhs il n'y a pas cette fête</i>	Bon Noël! Joyeux Noël! <Қуанышты Рождество!>
6	Наурыз мейрамы кезінде La fête de Naouriz (le premier jour du nouvel an, le jour de l' équinoxe)	Ұлыстың ұлы күні құтты болсын! Ақ мол болсын! ...	<i>Француз халқында бұл мейрам жоқ. / Il n'y a pas cette fête chez les Français</i>
7	Жаңа жыл кезінде – au Nouvel An:	Жаңа жылыңызбен! Жаңа жылыңмен!- Bonne année! Heureuse année! Жаңа жыл құтты болсын – Que la nouvelle année soit bonne!... Мен сізді (сені) жаңа жыл мейрамымын құттықтаймын – Je vous(te) félicite à l'occasion du Nouvel An	< Жаңа жылыңызбен! Жаңа жылыңмен!> Bonne année! Joyeuse année! Heureuse année!

№	Жағдаяттар/Situations de communication	Қазақ тілінде/En kazakh	Француз тілінде / En français
	1	2	3
8	Сырқаттанып жатқан адамға айтылатын тілек – A la personne qui est malade:	Тез жазыл (-ыңыз)! – Remets toi vite! Remettez-vous vite!	Prompt rétablissement! Remettez-vous vite! <Тез жазыл (-ыңыз)! >, Soignez-vous bien! <Емделіңіз!> Prenez soin de vous!<Өзіңізді күтіңіз!>
9	Қолқабыс еткен адамға – à quelqu'un qui a rendu service:	Рахмет! – Merci! Алла разы болсын! – Que Dieu soit content! Алладан қайтсын! Que Dieu vous le rende au centuple! Өркенің өссін! – Que tu t'épanouisses! Арманыңа жет! Дегеніңе жет! – Que tous tes voeux se réalisent! Азамат бол! – Que tu sois un grand homme!...	Merci, c'est gentil! <Рахмет, бұл сыпайылық!>, Un grand merci <Үлкен рахмет> etc.
10	Үйлену тойы кезінде жас жұбайларға – Pendant la noce, on adresse aux jeunes mariés:	Бақытты болыңдар! Soyez heureux! Құсың құтты болсын! (бұл тілек ер жігітке ғана айтылады) – Que tu sois heureux avec ton épouse! (cette formule est uniquement adressée au mari)* Жұптарың өмір бойы жазылмасын! – Que vous soyez ensemble toute la vie!... Құрған отауларыңның шаңырағы биік, керегісі берік болсын!	Tous mes vœux de bonheur à vous deux! <Екеуіңе бақыт тілеймін!>, Vivent les mariés! <Жас жұбайлар жасасын!>, Nos félicitations! Құттықтаймыз!
11	Нәрестені бесікке салар рәсімі кезінде айтылатын тілектер – Mise du bébé dans le berceau. La personne venue lors de l'exécution de cette coutume adresse à la grand-mère et à la mère:	Бесік бауы берік болсын! Traduction mot à mot: «Que les ceintures du berceau soient fortes, solides! Бесікке салар көбейсін! – Que le nombre des bébés augmentent!	-----
12	Нәрестелі болған анаға айтылатын тілектер – Voeux adressés à la jeune maman:	Бауы берік болсын! – Que le fil du nombril soit solide!	Toutes nos félicitations pour ce (beau) bébé! <Нәрестелі болуыңмен құттықтаймыз!>
13	Бір істі бастағалы жатқан адамға (мәселен, емтихан тапсырғалы жатқан адамға) – A la personne qui va entamer une affaire (passer un examen, par exemple)	Емтиханды жақсы тапсырыңыз! Que vous passiez bien vos examens! Емтиханды жақсы тапсыр! Que tu réussisses ton examen! Іске сәт! Bonne chance!	Bonne chance! (le destinataire ne répond pas «merci ») <Іске сәт! >, Succès dans tes (vos) affaires! <Ісіңе (ісіңізге) сәттілік тілеймін!>, Bon courage! <Қажырлылық тілеймін!>
14	Қой қырқып, мал сойып, сиыр сауып – Voeux adressés aux personnes qui tondent les moutons, qui égorge un animal et qui traient:	Қырқар көбейсін! – Que le nombre de moutons augmente! Сояр көбейсін! Que le nombre d'animaux à égorger augmente! Сауар көбейсін! Que le nombre d'animaux à traire augmente!	-----
15	Жолаушы адамға, жолға шыққалы жатқан адамға айтылатын тілектер – au voyageur:	Ақ жол! Жолың (-ыз) болсын! – Bon voyage!	Bon voyage! < Жолың (-ыз) болсын!>
16	Жаңа киім киген адамға айтылатын тілек – Quand on porte un nouveau vêtement:	Өзің киіп, өзің тоздыр! Игілігіне ки! Өзіңіңіз киіп, өзіңіз тоздырыңыз! Игілігіңізге киіңіз!	-----
17	Жаңа қонысқа көшіп жатқан адамға: – au moment du déménagement:	Көш көлікті болсын! – Bon déménagement!	-----
18	Жаңа үйге көшіп қоныстанған адамға айтылатын тілектер – aux personnes qui ont déménagé	Қоныс құтты болсын! - Que le nouveau logement apporte du bonheur!	-----
19	Ораза айт кезінде айтылатын тілектер – Pendant le ramadan:	Ораза қабыл болсын! Оразаң (-ыз) қабыл болсын!- Bon ramadan!	Bon ramadan! < Ораза қабыл болсын! >

№	Жағдаяттар/Situations de communication	Қазақ тілінде/En kazakh	Француз тілінде / En français
	1	2	3
20	Құрбан айт кезінде – pendant l'Aid – el – Kébir:	Құрбандық қабыл болсын! Құрбан қабыл болсын! – Que le sacrifice soit accepté!	-----
21	Егін жинау кезінде – Pendant la récolte:	Қырман толсын! – Bonne récolte! Bonne moisson!	Bonne récolte! Bonne moisson! <Қырман толсын!>, Bon courage pour la récolte! <Егін жинауға қажырлылық тілеймін!>
22	Жүзім жинау кезінде – pendant la vendange:	-----	Que la vendange soit abondante! <Жүзім мол болсын!> Bon courage pour la vendange! <Жүзім жинауға қажырлылық тілеймін!>
23	Балық аулауға бара жатқан немесе балық аулап отырған адамға айтылатын тілектер – à la personne qui va à la pêche ou qui est en train de pêcher:	-----	Bonne pêche! <Балық аулау сәтті болсын!>, Bon courage pour la pêche! <Балық аулауға қажырлылық тілеймін!>
24	Жасы кішілер жасы үлкендерге амандасқанда, келіндер қайын аталарына, қайын ағаларына сәлем бергенде, олар келінге, жасы кішілерге тілектер айтады: – Quand les moins âgés saluent les plus âgés, les belles – filles saluent leurs grands – pères, leurs beaux – frères, ces derniers disent:	Өмір жасың ұзақ болсын! – Que ta vie soit longue! Өркенің өссін! – Que tu t'épanouisses! Бақытты бол! – Sois heureux (-se)!...	-----

En français et en kazakh les vœux peuvent se formuler à l'aide:

1. d'un énoncé performatif: *Je te souhaite une agréable soirée. Мен сізге зор денсаулық тілеймін!*

2. d'une formule elliptique (Adjectif + substantif): *Bonne fin de journée ! Bon appétit ! Қайырлы кеш ! Қайырлы таң!*

3. d'un impératif (Impératif + adjectif (bien) + (nom) !): *Et passez de bonnes vacances!, Amusez-vous bien (éclatez –vous bien) ! Rentrez bien ! Repose-toi bien ! Rentre bien* (prononcé par l'hôte vers l'invité) ; il convient de noter que ces formes de formules *sont atténuées par «bien» et se rapprochent* des expressions qui se forment avec le subjonctif: *Que vous amusiez bien ! Que vous rentriez bien !*

4. Dans la langue française il y a des vœux qui ont la structure «à + nom de ce qui est souhaité»: *A ta santé, A tes souhaits.*

5. En français on peut aussi formuler un vœu à l'aide de la construction «j'espère que...»: *J'espère que vous allez passer un bon séjour à Paris!* Cet énoncé peut être considéré comme un vœu indirect.

6. Une autre construction spécifique à la langue française, c'est: Adjectif possessif + substantif: *Mes meilleurs vœux ! Mes félicitations!*

Il est à noter que ce sont surtout les constructions elliptiques qui s'avèrent les plus typiques dans la formulation des vœux en français. La majorité des vœux de la langue française, contiennent un élément constitutif «bon» ou «bien». Ces exemples pourraient illustrer, ce qui précède: *bonne continuation, bon voyage, bon courage, bonne fête, bonnes vacances, bon week-end, travaille bien, porte-toi bien, repose-toi bien, rentre bien, dors bien et ainsi de suite.*

Comme le souligne Catherine Kerbart – Orecchioni: “en France le rituel des vœux avec tous ces Bon-quelque chose: bonne fin de soirée, bon début de dimanche, bonne fin de dimanche, bonne fin de week – end... et ça n'arrête pas ! la liste de bon + quelque chose s'étend à l'infini. Des Bon-cesta varient bien sûr en fonction de la situation concrète” (Kerbrat-Orecchioni C., 2006:17).

Dans ces deux langues comparées il y a des ressemblances concernant la structuration de l'échange votif. L'échange votif est plus ou moins identique dans les deux langues. Dans la plupart

des cas, il s'agit d'un échange symétrique: on peut signaler ici les configurations suivantes:

1. soit on renvoie le même vœu: «Bon appétit! – Bon appétit!», « Bonne fête de Noël! – Vous de même! ».

2. soit, il s'agit d'un vœu «personnel», son destinataire répond par un remerciement: *Bonne continuation!* – *Merci!*. En kazakh: *Іске сәм!* – *Рах-мем!*

3. soit on renvoie un autre vœu, en l'associant souvent avec un remerciement: *Bon voyage!* – *Merci!* *Et passez de bonnes vacances!*.

Au vu des exemples précédents donnés dans le tableau ci – dessus, on admettra que les divergences culturelles dans le fonctionnement de l'échange de souhaits se ramènent aux cas de figure suivants:

Certaines formules de souhaits existent chez les Kazakhs, mais elles n'ont aucun équivalent chez les Français et vice versa.

- soit que la situation est inconnue soit chez les Kazakhs, soit chez les Français, il s'agit d'un événement culturel spécifique: Par exemple: Joyeux Noël ! ou les formules que les Kazakhs utilisent en relation avec le pèlerinage de la Mecque ou la mise du bébé dans le berceau, pendant la fête de Naourize, etc;

- soit que la situation existe chez les deux peuples, mais les formules employées ne sont pas les mêmes. P.ex: les vœux adressés à la personne, qui éternue, sont différents dans ces deux langues;

- – soit que la situation existe dans les deux sociétés, mais il n'y a pas de formules de vœux utilisées dans la situation en question dans l'une des sociétés. C'est le cas des vœux de la langue kazakhe: *Қырқар көбейсін!* – Que le nombre de moutons augmente ! *Сояр көбейсін!* **Que le nombre d'animaux à égorger augmente !** *Сауар көбейсін!* Que le nombre d'animaux à traire augmente !

Par contre lors de la recherche nous n'avons pas rencontré de vœux en kazakh adressés aux personnes faisant la vendange. Dans la langue française il y a des vœux utilisés pendant la vendange: Que la vendange soit abondante! <Жүзім мол болсын!> Bon courage pour la vendange! <Жүзім жинауға қажырлылық тілеймін!>

Dans de tels cas, l'étranger aura tendance à détourner de son emploi usuel une expression existante ou à faire un calque de son cru. Les différentes transplantations de certaines structures syntaxiques dans la langue cible produiront quelque effet malencontreux dans la société d'accueil.

Le français possède un vœu particulier de passer bien une épreuve. En français dans cette situation, l'échange est souvent tronqué: «*Bonne chance!* –

silence». Parfois le locuteur ne répond pas, parfois il dit: «*je te dis le mot de cinq lettres: «merde»*). En kazakh, dans une pareille situation, on adresse le vœu suivant: «*Passe (-ez) bien ton examen !*». Le destinataire répond: «*Merci*»

A notre avis, une grande différence entre les vœux du français et ceux du kazakh consiste dans le fait que les formulations des vœux de la langue kazakhe peuvent exprimer la gratitude (le remerciement, l'appréciation) selon la situation de communication. Par exemple, chez les Kazakhs pour remercier et apprécier un acte d'une personne, on peut lui adresser un vœu: Si un enfant cède sa place à une personne âgée, cette dernière lui adresse les vœux comme *Que Dieu te bénisse!* *Que tous tes rêves se réalisent!* *Sois heureux (se) ! et ainsi de suite...*

En outre les Kazakhs ne demandent pas directement où va la personne rencontrée. Pour demander implicitement, ils utilisent les vœux suivants: *Жолың (- ыз) болсын!* – Bon voyage ! Bonne route ! *Жол оң болсын!* – Que le voyage soit agréable !

Enfin, une autre différence entre kazakh et le français concerne *la bata* (bénédiction), production langagière complexe dont le noyau est composé par les vœux. *La bata* représente sans doute une spécificité nationale du comportement verbal des Kazakhs, par rapport aux Français.

Il existe plusieurs types de *bata* (bénédiction): 1) *la bata* (bénédiction) donnée par une personne âgée, par un maître à son élève. Par exemple, lorsque le maître estimait que son élève avait atteint son propre niveau, il cessait de lui dispenser son enseignement et lui donnait la *bata*. Et autrefois, avec la *bata*, les «aksakals» têtes blanches, bénissaient les nomades qui partaient avec des troupeaux de chevaux et de moutons vers les pâturages d'été, ainsi que leur retour aux campements d'hiver, ils bénissaient également les guerriers qui partaient combattre les ennemis, etc. 2) *la bata* (bénédiction) donnée aux hôtes après le repas offert ; on donne aussi la *bata* (la bénédiction) aux jeunes mariés, à la personne qui va partir en voyage, etc. 3) *teris bata* (malédiction).

Une autre différence entre le kazakh et le français concerne les toasts. En réalité, la tradition de porter un toast provient des Russes. Il est entré dans l'usage des Kazakhs. Selon les linguistes, le mot *toast* et la tradition de *toaster* est d'origine anglaise et le mot signifiait en anglais «dame à la santé de qui on boit», le nom de la dame, étant censé «parfumer la rasade comme un toast épicé trempé dans la boisson». Plus tard le mot signifie «action, fait de lever son verre

et de prononcer un discours par quoi l'on propose de boire en l'honneur de quelqu'un ou de quelque chose ». Par exemple, proposer de boire à la santé de quelqu'un, à l'accomplissement d'un vœu etc.

En France, on échange à table des formules routinisées: *A ta santé! – A la tienne!. À votre santé! – à la vôtre!*

Au Kazakhstan, c'est tout le contraire. Les toasts sont nombreux, surtout pendant les repas de fête. Il convient de souligner que les toasts combinent des compliments et des vœux. Dans certains cas, le toast peut associer un remerciement et un vœu.

Les divergences portent surtout sur le contenu sémantique des vœux. En kazakh, les vœux peuvent comporter, à la différence du français, l'évocation du nom de Dieu. Les différences se manifestent également au niveau morpho-syntaxique, et sont liées aux différences structurelles de deux langues comparées. Parce que le français est une langue aux tendances analytiques, alors que le kazakh se range parmi les langues synthétiques.

Ayant analysé les définitions de la notion «stéréotype» données par différents chercheurs de nationalité différente, on peut marquer que chaque personne possède l'expérience individuelle personnelle, la forme spéciale de la perception du monde environnant, à la base de la quelle se crée, dans sa tête, soi-disant «une image du monde», comprenant la partie objective (invariante) et l'estimation subjective de la réalité par l'individu. Le stéréotype est la partie intégrante de cette vision du monde.

Conclusion

Pour conclure, après l'analyse des définitions données par les savants de divers domaines de la sciences et l'analyse comparative des stéréotypes des Français et des Kazakhs, on peut dire que:

1) Chaque individu possède sa manière particulière de percevoir l'univers et l'expérience individuelle, en fonction desquels se forme 'l'image du monde qui englobe la partie objective et l'évaluation

subjective de l'univers. Le stéréotype est l'une des parties de cette image du monde;

2) Beaucoup de savants, étudiant la notion de stéréotype, soulignent que ce dernier est déterminé par la culture, c'est – à – dire les opinions, les perceptions sur le monde sont forgées par le milieu culturel de l'individu;

3) Les stéréotypes peuvent changer en fonction des situations historiques, internationales et politiques, ou d'autres facteurs influants;

4) Le stéréotype n'est pas seulement l'image mentale, il peut avoir aussi l'expression verbale, autrement dit, les stéréotypes peuvent exister au niveau de langue en tant que norme.

5) Le stéréotype est la pensée, la vision sur les comportements, caractères, les particularités des individus et des nations, ainsi que sur les événements, phénomènes, objets et situations, créées par l'influence du milieu culturel dans lequel vivent les personnes. Cette vision du monde se reflète en tant que l'image mentale et l'expression verbale.

6) Le trait principal des stéréotypes est leur détermination par la culture – les représentations de la personne sur le monde sont formées sous l'influence de l'entourage culturel, dans lequel il vit. Les stéréotypes sont partagés par la plupart des gens, mais ils peuvent varier en fonction de la conjoncture historique, internationale, ainsi que la situation politique intérieure de tel ou tel pays.

7) L'analyse comparative des énoncés stéréotypés de souhaits montre que les divergences culturelles dans le fonctionnement de l'échange de souhaits consistent dans le fait que certaines formules de souhaits existent chez les Kazakhs, mais elles n'ont aucun équivalent chez les Français et vice versa, ce qui est lié aux événements culturels spécifiques, à la différence des formules de vœux utilisées dans les situations de communication pareilles, aux modes de vie de deux peuples, ainsi qu'à leur fonction, par exemple les formulations des vœux de la langue kazakhe peuvent exprimer la gratitude (le remerciement, l'appréciation) selon la situation de communication.

Références

- 1 Goffman E. (2005) Les rites d'interaction. Paris, les Editions de Minuit, p 230.
- 2 Carroll R. (1987) Evidences invisibles. Paris, Seuil, p. 230.
- 3 Ferréol G., Jucquois G. (2004) Dictionnaire de l'altérité et des relations interculturelles. Paris, Armand Colin, p. 354.
- 4 Lippmann W. (2004), Public opinion / Traduit de l'anglais par T.V.Barshunova, rédacteurs de la traduction: K.A. Levinson, K.B.Petrenko/ Moscou, Institut du Fonds «Obshestvennoe mnenie», p.384.
- 5 Ruth A. (1991) Idées reçues. Sémiologie du stéréotype. Paris, Nathan, coll. «Le teste à l'oeuvre», p.140.
- 6 Krasnikh V. (2002) Ethnopsycholinguistika y linguokulturologiia: kurs lekisy. Moscou, ITDGK «Gnozis», p.284 [Ethnopsycholinguistique et culturologie linguistique: série de conférences]

- 7 Sadokhin A.P. (2004) Théoria y praktika mezhkulturnoy kommunikatsy. Moscou, Unity – Dana, p. 271 [La théorie et la pratique de la communication interculturelle]
- 8 Maslova V.A. (2001) Linguaculturologiya. Moscou, Academia, p.208 [Linguoculturologie]
- 9 Ruth A., Herschberg Pierrot A. (2005) Stéréotypes et clichés. Paris, Armand Colin, p.127.
- 10 Porcher L. (1995) Le français langue étrangère. Emergence et enseignement d'une discipline. Paris, Hachette Livre, p.105
- 11 Kerbrat – Orecchioni C. (2008), Les actes de langage dans le discours : Théories et fonctionnement, Paris, Armand Colin, p. 250.
- 12 Bakitov A. (2002) Comparaison des rituels communicatifs entre Suisses et Français, mémoire de diplôme, Université de Fribourg, Suisse, p. 31.
- 13 Denuelle S. (1999) Le savoir-vivre (guide des règles et des usages d'aujourd'hui), Paris, Larousse, p.125.
- 14 Schapira Ch. (1999) Les stéréotypes en français : proverbes et autres formules. – Editions Ophrys, p.172.
- 15 Fournier Phi Nga (2010) Le Stéréotype dans le lexique, Synergies, Pays riverains du Mékong n 1, pp.85- 99.
- 16 Bakitov A., Jumanova R. (2016) Guide de conversation kazakh-français, français-kazakh, Editions universitaires européennes, p.324.
- 17 Kerbrat-Orecchioni C. (2006) Les interactions verbales, Paris, Armand Colin, p. 309

Références bibliographiques

- 1 Bakitov A. (2002) Comparaison des rituels communicatifs entre Suisses et Français, mémoire de diplôme, Université de Fribourg, Suisse, p. 31.
- 2 Bakitov A., Jumanova R. (2016) Guide de conversation kazakh-français, français-kazakh, Editions universitaires européennes, p.324.
- 3 Carroll R. (1987) Evidences invisibles. Paris, Seuil, p. 230.
- 4 Denuelle S. (1999) Le savoir-vivre (guide des règles et des usages d'aujourd'hui), Paris, Larousse, p.125.
- 5 Ferréol G., Jucquois G. (2004) Dictionnaire de l'altérité et des relations interculturelles. Paris, Armand Colin, p. 354.
- 6 Fournier Phi Nga (2010) Le Stéréotype dans le lexique, Synergies, Pays riverains du Mékong n 1, pp.85- 99.
- 7 Goffman E. (2005) Les rites d'interaction. Paris, les Editions de Minuit, p 230.
- 8 Kerbrat – Orecchioni C. (2008), Les actes de langage dans le discours : Théories et fonctionnement, Paris, Armand Colin, p. 250.
- 9 Kerbrat-Orecchioni C. (2006) Les interactions verbales, Paris, Armand Colin, p. 309
- 10 Krasnikh V. (2002) Ethnopsycholinguistika y linguokulturologia: kurs lekcy. Moscou, ITDGG «Gnozis», p.284 [Ethnopsycholinguistique et culturologie linguistique: série de conférences]
- 11 Lippmann W. (2004), Public opinion /Traduit de l'anglais par T.V.Barshunova, rédacteurs de la traduction: K.A. Levinson, K.B.Petrenko/ Moscou, Institut du Fonds «Obshestvennoe mnenie», p.384.
- 12 Maslova V.A. (2001) Linguaculturologiya. Moscou, Academia, p.208 [Linguoculturologie]
- 13 Porcher L. (1995) Le français langue étrangère. Emergence et enseignement d'une discipline. Paris, Hachette Livre, p.105
- 14 Ruth A. (1991) Idées reçues. Sémiologie du stéréotype. Paris, Nathan, coll. «Le teste à l'oeuvre», p.140.
- 15 Ruth A., Herschberg Pierrot A. (2005) Stéréotypes et clichés. Paris, Armand Colin, p.127.
- 16 Sadokhin A.P. (2004) Théoria y praktika mezhkulturnoy kommunikatsy. Moscou, Unity – Dana, p. 271 [La théorie et la pratique de la communication interculturelle]
- 17 Schapira Ch. (1999) Les stéréotypes en français : proverbes et autres formules. – Editions Ophrys, p.172.