

ӘЛ-ФАРАБИ АТЫНДАҒЫ ҚАЗАҚ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТИ
ФИЛОЛОГИЯ, ӘДЕБИЕТТАНУ ЖӘНЕ ӘЛЕМ ТІЛДЕРІ ФАКУЛЬТЕТИ
ШЕТЕЛ ФИЛОЛОГИЯСЫ ЖӘНЕ ЖАЛПЫ ТІЛ БІЛІМІ КАФЕДРАСЫ

(ҚАЗАҚСТАН)

АБЫЛАЙ ХАН АТЫНДАҒЫ ҚАЗАҚ ХАЛЫҚАРАЛЫҚ ҚАТЫНАСТАР ЖӘНЕ ӘЛЕМ ТІЛДЕРІ УНИВЕРСИТЕТИ
(ҚАЗАҚСТАН)

ШЫҒЫС ЕУРОПА БОЙЫНША ГИСЕН ОРТАЛҒЫ
(ГЕРМАНИЯ)

НИТРАДАҒЫ ФИЛОСОФ КОНСТАНТИН АТЫНДАҒЫ УНИВЕРСИТЕТ
ФИЛОСОФИЯ ФАКУЛЬТЕТИ

АҒЫЛШЫН ТІЛІ ЖӘНЕ АМЕРИКАНИСТИКА КАФЕДРАСЫ
(СЛОВАКИЯ)

ҚАЗАҚ МЕНЕДЖМЕНТ, ЭКОНОМИКА ЖӘНЕ БОЛЖАУ ИНСТИТУТЫ
(АҚШ - ҚАЗАҚСТАН)

«Тіл және мәдениаралық қатынас» атты II Халықаралық ғылыми-теориялық конференциясының материалдар жинағы

КАЗАХСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ АЛЬ-ФАРАБИ
ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОЛОГИИ, ЛИТЕРАТУРОВЕДЕНИЯ И МИРОВЫХ ЯЗЫКОВ
КАФЕДРА ИНОСТРАННОЙ ФИЛОЛОГИИ И ОБЩЕГО ЯЗЫКОЗНАНИЯ
(КАЗАХСТАН)

КАЗАХСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ И МИРОВЫХ ЯЗЫКОВ
(КАЗАХСТАН)

ГИСЕНСКИЙ ЦЕНТР ПО ВОСТОЧНОЙ ЕВРОПЕ
(ГЕРМАНИЯ)

УНИВЕРСИТЕТ КОНСТАНТИНА ФИЛОСОФА В НИТРЕ
ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ

КАФЕДРА АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА И АМЕРИКАНИСТИКИ
(СЛОВАКИЯ)

КАЗАХСТАНСКИЙ ИНСТИТУТ МЕНЕДЖМЕНТА, ЭКОНОМИКИ И ПРОГНОЗИРОВАНИЯ
(США-КАЗАХСТАН)

Сборник материалов

**II Международной научно-теоретической конференции
«Язык и межкультурная коммуникация»**

KAZAKH NATIONAL UNIVERSITY AFTER AL-FARABI
FACULTY OF PHILOLOGY, LITERATURE STUDIES & WORLD LANGUAGES
DEPARTMENT OF FOREIGN PHILOLOGY AND GENERAL LINGUISTICS
(KAZAKHSTAN)

KAZAKH UNIVERSITY OF INTERNATIONAL RELATIONS AND WORLD LANGUAGES AFTER ABYLAI KHAN
(KAZAKHSTAN)

GIESSENER ZENTRUM OESTLICHES EUROPA
(GERMANY)

CONSTANTINE THE PHILOSOPHER UNIVERSITY IN NITRA
FACULTY OF ARTS, DEPARTMENT OF ENGLISH AND AMERICAN STUDIES
(SLOVAKIA)

KAZAKH INSTITUTE OF MANAGEMENT, ECONOMICS AND PROGNOSTICS
(USA-KAZAKHSTAN)

**Collected articles of II International
Scientific-Theoretical Conference
«Language and intercultural communication»**

26-27

Сәуір – Апрель – April

Алматы

Қазақ университеті, 2013

Souvent la communication se fait entre quatre personnes et deux personnes sont partiellement isolées, car les personnes qui sont de chaque côté de la personne centrale se voient difficilement et ont du mal à communiquer. Dans ce cas la table ronde ou ovale permet de rétablir l'équilibre. De même sur une table rectangulaire mettre une personne à chaque extrémité de la table permet d'éviter les exclusions.

Table de huit personnes :

Il y a fréquemment deux groupes de quatre personnes qui se forment ou un groupe de quatre au milieu et deux groupes de deux aux extrémités

Table de dix personnes :

Il y a fréquemment deux groupes de quatre personnes qui se forment et un groupe de deux personnes qui reste isolé au milieu ou sur les côtés.

Caractéristiques de la communication non verbale

Il est impossible de ne pas avoir de communication non verbale.

C'est notre premier mode de communication des sentiments et des émotions.

Les mots transportent des sens, des signifiants.

Le non verbal véhicule du signifié.

L'information non verbale complète le message verbal, elle aide à comprendre ce qui est dit. Ces messages sont souvent plus fiables que les messages verbaux. Pour ces raisons, il est capital de savoir les lire et les interpréter.

1. Yves Winkin, La Nouvelle Communication. Le Seuil: Paris, 1981. (ISBN 978-2020427845).
2. Jacques Cosnier & Alain Brossard, La Communication non verbale. Delachaux et Niestlé, 1984.
3. Guy Barrier, La Communication non verbale. Comprendre les gestes et leur signification. ESF éditeur, 2010. (ISBN 978-2-7101-1767-4).
4. Jacques Corraze, Les Communications non-verbales (6^e éd.). PUF : Paris, 2010. (ISBN 2130445632).

«НАН ЖӘНЕ НАН ТАҒАМДАРЫ» АТАУЛАРЫНА БАЙЛАНЫСТЫ ФРАЗЕОЛОГИЗМДЕРДІН ЛЕКСИКА–СЕМАНТИКАЛЫҚ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ

Д.Е. Капанова

Қазақстан, Павлодар, С.Торайғыров атындағы ПМУ
damelia06@rambler.ru

Тірек сөздер: фразеология, фразео-семантикалық өріс, семантикалық топтар, құбылыс

Қазақ фразеологиясын зерттеуге үлкен үлес қосқан қазақтың көрнекті ғалымы І. Кеңесбаевтың «Қазақ тілінің фразеологиялық сөздігі» атты көлемді еңбегі тек қазақ тіліне ғана емес, бүкіл түркологияға қосылған қомақ еңбек деп айта аламыз.

Ғ. Смағұлова өз еңбектерінде «Әр адам ұлт тілінің өкілі ретінде өз болмысы мен танымдық, интеллект қасиеттері арқылы дараланып көрінеді. Әрі сол ұлт тілін дамытуға, сөздік құрамын байытуға үлес қосады. Яғни ұлттық рухани мәдениетін қалыптастыруда жеке тұлғаның ықпалы ерекше. Бұл әсіресе ұлт тіршілігінен жаңа ұлттық ментальдық өрісінен хабар ететін фразеологизмдердің мағыналас түрлері мен қатарларын анық байқатады деп атап көрсетеді.

Осы мақаламызда біз қазақ тіліндегі фразеологияның мағыналас қатарларының топтарын жіктеу және фразеологизмдердің лексика-семантикалық ерекшеліктерінің мәнін ашып көрсету болып табылады.

Тіл-тілдің қай-қайсы болмасын өмірдің кез-келген саласын қамтып, ішкі мазмұны жағынан өте бай болып келетін, өзіндік құрылымы мен мағынасы тұрғысынан тілімізге мәнерлі рең беретін тұрақты сөз тіркестері кездеседі. Сөздердің өзара тіркесу қабілеті әр түрлі, кейбір сөз аз сөзбен, кейбір сөз көп сөзбен, кейбір сөз тек сөзбен тіркеседі. Бірқатар сөздер тек фразеологиялық тіркес құрамында қолданылады. Осы орайға байланысты сөздердің семантикалық шектеулі тіркестігі мәселесіне және фразеологиялық тіркестердің жасалу жолдары олардың кейбір ерекшеліктеріне тоқталуды жөн көрдік.

Фразеологизмдердің семантикалық тақырыптық топтарын сөздердің тақырыптық семантикалық топтарын салыстырғанда фразеологиялық топтардың үлес салмағы сан жағынан шектеулі, аздық етеді. Фразеологизмдер сөздер сияқты тіршіліктің барлық саласын қамти алмайды, дүниенің кез-келген ұғымына атау номинатив болып алмайды, ол тек өрісінде, өз жағдайында құбылыстар мен заттар, адамның көңіл-күйін эмоционалдық-экспрессивті бағалауда образды елестетумен, туынды номинация жасаумен шектеледі. Ал сөз болса, оның жүрмейтін жері жоқ. Ойлау мен ұғымның шексіздігін жеке сөздер ғана қамти алады. Солар арқылы әлемнің тілдегі көрінісін нақтыланады.

Әуел баста «нан және нан тағамдары атауларының» мағыналас фразеологизмдерінің мысалдарын жинастырғанда синоним қатарлары мол екендігіне сенімді болдық. Бірақ, фразеологиялық фактілерді жинай, қарастырайық: барлық мағыналас қатарлардың семантикалық, мағыналық топтары түгелге жуық адам, оның әрекеті, фразеологиялық қалпы мен жағдайы, түрлі сезімдерге қатысты психикалық процестер мен содан туатын ұнамды, ұнамсыз эмоция түрлеріне негізделген картина шықты. Бұдан тілдік құбылыстарда әсіресе фразеологизмдер жағдайында «адамды тіл ішінде зерттеу» - оның мағыналас фразеологизмдерінің қатарында жоғарғы сатыда жүзеге асырылатыны туралы қорытынды жасауға болады. Себебі мағыналас қатар ішіндегі фразеологизм - әр образ. Тіпті образдар жинағы деп атауға да болады. Ал әр образдылық - әр адамның дүниені қабылдаудағы өзіндік санасы мен болмысынан туатын ерекшелік. Тіпті бірдей образдылықты екі түрлі адам мезгілде жасай қоюы екіталай. Себебі адам бойындағы сезім саласындағы айырмашылықтар түрліше. Тұрақты жағдайы, білім деңгейі, жас мөлшері, қоршаған орта әсері де ықпалын тигізеді. Қалыпты, күнде көріп жүрі

le battement de mains (applaudissement) pour montrer notre satisfaction devant une manifestation.

Ce sont les expressions de visage qui expriment des émotions : la joie, la surprise, le dégoût, la tristesse, la colère, la peur... Ces mimiques peuvent renforcer le message, mais elles peuvent le modifier et changer sa signification.

le clin d'oeil indique que ce qui est dit ne doit pas être pris au sérieux,

le regard soutenu signifie une intention hostile,

le regard panoramique est destiné à impliquer tous les interlocuteurs afin que tous se sentent concernés par le message.

Ils peuvent être voulus tel que le sourire à une personne, mais souvent ils sont incontrôlés et involontaires (Le pied qui tape sous la table et qui exprime l'agacement, l'irritation ou l'ennui, les yeux écarquillés, les sourcils froncés, etc.). Ils font partie intégrante de notre comportement global. Le regard, est certainement la partie du corps qui exprime le plus de nous-mêmes «les yeux sont le miroir de l'âme». L'est capital de tenir compte des expressions faciales et des mouvements corporels afin d'éviter les malentendus.

L'apparence correspond à l'allure générale d'une personne. C'est ce que l'on voit en premier lieu: *le vêtement, la coiffure, le maquillage, les accessoires.* C'est un élément majeur des premières impressions que l'on a d'une personne.

Le choix des vêtements et des accessoires est fait généralement en fonction de l'âge, du physique, de la situation professionnelle, des goûts personnels, du milieu social, etc.

On constate depuis le début des années 70, une évolution dans la tenue vestimentaire, une plus grande décontraction, une plus grande variété des tenues, de choix des tissus et des couleurs. Cette évolution est liée à l'évolution des normes et codes sociaux, au développement de la société de consommation, à l'exacerbation des désirs narcissiques et au besoin conscient ou inconscient de distanciation ou de distinction des formalismes sociaux [4,123].

Par le choix de notre tenue, nous voulons donner une certaine image de nous-mêmes. Il y a lieu de distinguer trois types d'images :

l'image projetée: image de soi,

l'image souhaitée: celle que l'on aimerait donner,

l'image reçue: celle qui est perçue par les autres.

La façon dont une personne s'habille renvoie consciemment ou inconsciemment désir d'appartenance à un groupe ou de distinction d'un groupe. L'habillement est aujourd'hui indissociable d'un style : traditionnel, skateur, gothique, punks, baba cools, biker, rastas, artistes, banquier – cadre supérieur, religieux, militaires, hip hop etc.

Les vêtements expriment:

des émotions et des sentiments: Les couleurs vives expriment la vie, les couleurs sombres, la mort.

des messages sexuels: Les minijupes, les jeans, les décolletés, etc.

des statuts sociaux: Le costume, la blouse, la combinaison...

Les objets que nous portons (bijoux, sac, parfums et eaux de toilette, chaussures, chapeau, casquettes) parlent de nous, de nos valeurs, de nos priorités, de notre histoire (bijoux de famille), de notre culture, etc. Ils renvoient aux significations que nous leur attribuons.

Ces objets qu'ils soient vestimentaires ou accessoires ou autres parlent de nous, qu'on le veuille ou non, ce sont des choix que nous avons faits, dont on doit assumer la responsabilité

C'est l'un des premiers modes de communication de l'être humain. (L'enfant qui en est privé peut en souffrir toute sa vie).

C'est certainement le mode de communication le plus fort qui soit. Dans nos sociétés occidentales, il est réservé aux intimes.

Ce mode de communication est plus ou moins développé selon les cultures et les civilisations.

Il s'agit de pratiques habituelles, que l'on relève dans des situations courantes. On distingue le plus souvent les rituels de salutation, de séparation, de remerciements et de présentation.

Il est une forme de la communication. Dans nos sociétés, il est jugé précieux et la personne qui est en retard est considérée comme irrespectueuse ou légère. D'autres cultures ne lui accordent pas la même importance.

L'espace dans lequel se déroule une communication nous affecte également. La gestuelle est réalisée dans un espace. Cet espace est codifié. On connaît l'expression «garder ses distances». Chacun d'entre nous marque ses distances en parlant à l'autre. On distingue quatre zones de communication:

zone intime (15 à 45 cm), ton de la confiance,

zone personnelle (entre 45 et 1,20 m), relations professionnelles, voire amicales,

zone sociale (1,20 à 3,50 m), marque la fonction de chacun,

zone publique (> 3,50 m), face à un public.

Toute personne qui pénètre dans une zone qui ne lui est pas réservée commet une faute et la personne qui en est victime se sent mal à l'aise, déstabilisée, agressée. Nous possédons tous un territoire personnel que nous protégeons des intrusions extérieures. Cet espace et les objets qui s'y trouvent peuvent devenir le prolongement de notre corps physique. (Chaise, bureau etc.) L'aménagement d'une pièce, la disposition des tables affecte notre communication. La disposition des personnes autour d'une table affecte notre communication. L'espace est partagé, il n'y a pas de partie commune. Cette disposition ne favorise pas la communication. Chacun reste sur son espace, elle est souvent retenue par les personnes qui s'opposent. Chacun dispose d'un espace personnel, mais la partie bleue de la table est commune aux personnes. Cette disposition favorise la communication, mais la collaboration reste limitée. Chacun gardant un espace de repli personnel. L'espace total est partagé, cette disposition favorise le travail en commun, la communication et la collaboration. La communication se fait entre les quatre personnes et tout le monde peut participer à la discussion.

Table de six personnes:

17. Dahl, Ö. The Genitive and the Subjunctive in Russian // Scando-Slavica. 17. 1971.
18. English Dictionary // endic.naver.com.
19. Evans, N. Insubordination and functions // Finiteness. Oxford. 2007.
20. Hadrovics, L., L. Gáldi. Orosz – magyar szótár. I. Budapest. 1989.
21. Jones, B., G. Rhie. English – Korean Practical Conversation Dictionary. Seoul. 1984.
22. The Kenkyusha English-Japanese Learner's Pocket Dictionary. Tokyo. 1996.
23. The New Testament with Psalms. New King James Version and Korean Revised Hankul Version. The Gideons International. Korea. 1991.
24. Whitney, A. Learn Hungarian for English Speakers. New York. 1964.

LA COMMUNICATION NON VERBALE: dans cet article on parle sur la communication non verbale

Kamzina A.A.

La communication non verbale: silences, gestes, postures, expressions faciales, ton de la voix, rythme de l'élocution, vêtements... complètent le message auditif. Elle exprime les émotions, les sentiments, les valeurs. Cette communication renforce et crédibilise le message verbal lorsqu'elle est adaptée, mais peut décrédibiliser ce même message si elle est inadaptée.

Comment se fait la communication non verbale. On envoie et on reçoit en permanence des signes non verbaux qui transitent par des expressions du visage, des gestes et postures, le ton de notre voix, l'habillement, la coiffure, le maquillage, l'odeur, les silences, le toucher. Le langage non verbal permet la communication entre personnes de langues différentes : le rire et l'expression de la douleur sont les expressions non verbales les plus universelles. Mais ces signes ne sont pas universels et ils doivent être interprétés en fonction du contexte. La signification d'un geste dépend de la situation, de l'émetteur, du récepteur, de la culture, de la religion [1,26].

Exemple: les vêtements blancs ou noirs pour le deuil, selon la pratique religieuse dans différents pays. Le chercheur américain Mehrabian a évalué l'équation du comportement verbal/non verbal.

Ce tableau illustre ses résultats et les effets du paralangage sur la communication: Lors d'un entretien d'embauche d'un entretien commercial ou d'une discussion entre ami(e)s ce n'est pas seulement ce que vous racontez qui est important. C'est également la manière de le dire qui déterminera la suite des événements. Pour bien contrôler sa communication interpersonnelle, il est donc essentiel de comprendre notre communication non verbale. Les silences font intégralement partie de la communication, car ils expriment quelque chose et qu'ils sont indispensables à l'écoute de l'autre.

Certains silences sont lourds de sens. Il existe de multiples silences: Celui de la personne furieuse, offensée ou irritée qui se contient, qui n'est pas en paix avec elle-même et avec les autres et cherche à s'isoler, Celui de la personne attentive qui écoute l'autre jusqu'au bout, pour comprendre ce qu'il veut dire et recevoir son message. Il peut être un « intervalle » de réflexion entre stimulus et réponse afin que la parole ne laisse pas place à l'impulsivité ou à des automatismes de l'inconscient, Celui de la personne qui s'ennuie exprime le retrait et l'isolement des autres, Celui de la personne qui n'a rien à dire à un inconnu, ce silence d'indifférence se produit lorsqu'il n'y a pas la volonté de communiquer avec l'autre. Celui de la personne qui exprime son incompréhension à ce qui est dit, ce silence dubitatif renvoie au scepticisme ou à l'interrogation, Celui de la personne qui exprime le respect ou la révérence vis-à-vis d'une tierce personne, Celui de la personne qui exprime la supériorité, l'arrogance celui entre amoureux.

Ce silence réciproque se réalise parce qu'il n'y a pas besoin de paroles pour se comprendre. Il se produit lorsqu'il y a une connaissance et une communion profonde entre les deux personnes qui sont en train de communiquer. Celui de la personne qui exprime la douleur ou le chagrin, celui de défit, d'obstination qui est calculé, etc. [3,18]

Chaque silence doit être interprété et analysé en fonction du contexte. Il faut faire très attention de ne pas produire d'inférences dans cette interprétation, car cela revient à donner un sens à ce qui semble vide. Un silence peut être approprié ou inapproprié (comme des paroles). De nombreux aphorismes l'illustrent. «Savoir tourner sept fois sa langue dans sa bouche avant de parler» «Le silence est d'or»; «Savoir tenir sa langue» etc.

Le Paralangage va au-delà des mots prononcés. Il inclut le timbre et le volume de la voix, le rythme des mots, les coupures d'une phrase. Le Paralangage entoure les mots et exprime les sentiments à travers la façon dont ils sont dits. *Exemple : «OUI, je vais le faire» peut être pris dans de multiples sens. Amusez-vous à prononcer cette phrase de multiples façons pour lui donner des sens différents.*

Ils ont certainement été les premiers moyens de communication entre les humains et constituent un véritable paralangage qui accompagne et complète le message verbal. La gestuelle se manifeste par des postures qui peuvent concerner: la tête, le buste, le bassin, les jambes et les bras. Par les gestes, nous nous exprimons et nous pouvons avoir un comportement de défense ou d'agression [2, 59].

Le hochement de la tête d'avant en arrière qui signifie l'approbation,

La main tendue en signe de paix,

Le poing levé en signe de révolte,

Le bras ou le doigt d'honneur.

Si, nous sommes mis en cause, interpellés, nous avons alors des gestes barrières. Parmi les plus courants: les mains sur les oreilles, sur les yeux ou sur la bouche, les bras croisés, se frotter les mains, les formes de réajustement: la mèche des cheveux, le pli d'un pantalon, d'une jupe, la poussière imaginaire, le raclement de la gorge...On communique également à travers des signes conventionnels:

le doigt pointé vers la porte signifie «sortez!»

le signe de la main pour dire «au revoir»

le hochement de la tête pour dire «oui»

Сығандық Ж.Т.	
Информация в художественном тексте билингва А. Жаксылыкова.....	225
Сығандық Е.	
Француз мақал-мәтелдеріндегі қоғамдық-мәдени аспектінің көрінісі.....	228
Жұмыртқыба Ө.А., Тлеубердина Г.Т.	
Атаулардың атауларының тілдік бейнесі.....	230
Сығандық Е.Г.	
Стереотипы и альтернативы конъюнктиву.....	232
Сығандық А.А.	
Стереотипы по <i>verba</i>	234
Сығандық Д.Е.	
«Қазақ тіліндегі «атаулар» атауларына байланысты фразеологизмдердің лексика – семантикалық сипаттары.....	236
Сығандық Ж.М., Белеуханова К.М., Искакбаева Ш.О., Рахымжанова С.А., Ақжалов Б.Т.	
Концептуализация концепта «дружба» в казахском языке.....	238
Сығандық А.М.	
Культурно-культурный стереотип женской красоты на примере эпоса «Кыз Жибек» (К вопросу о связи «Кыз Жибек» современными казахками).....	240
Сығандық Ш.И., Карапина Г.Т.	
Конструкции с семантикой отождествления в контексте языковой картины мира.....	242
Сығандық Б.А.	
Стереотиптің формасының кейбір ерекшеліктері.....	244
Сығандық И.Г., Искакова Г.	
Стереотиптің функциялары в языке и межкультурная коммуникация.....	246
Сығандық А.М.	
Стереотиптік-культурных факторов в коммуникативных процессах на примере русского и казахского языковедения.....	248
Сығандық Ф.Г.	
Стереотиптің функциялары в рекламной коммуникации: межкультурный аспект.....	251
Сығандық С.К.	
Стереотиптік образы культурного пространства.....	253
Сығандық Г.А.	
Стереотиптік этнических стереотипов в языковом сознании жителей региона.....	256
Сығандық Д.А.	
Стереотиптік коммуникация и этнокультурные стереотипы.....	258
Сығандық К.М., Фурга С.	
Стереотиптік-культурные стереотипы и межкультурная коммуникация.....	260
Сығандық З.А.	
Стереотиптік основания коммуникативного поведения.....	263
Сығандық Н.А., Рскелдиева Д.Б.	
Стереотиптік изоморфизмов в составе сравнительных конструкций английского, русского и казахского языков.....	266

ӘЛ-ФАРАБИ АТЫНДАҒЫ ҚАЗАҚ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ
ФИЛОЛОГИЯ, ӘДЕБИЕТТАНУ ЖӘНЕ ӘЛЕМ ТІЛДЕРІ ФАКУЛЬТЕТІ
ШЕТЕЛ ФИЛОЛОГИЯСЫ ЖӘНЕ ЖАЛПЫ ТІЛ БІЛІМІ КАФЕДРАСЫ

(ҚАЗАҚСТАН)

АБЫЛАЙ ХАН АТЫНДАҒЫ ҚАЗАҚ ХАЛЫҚАРАЛЫҚ ҚАТЫНАСТАР ЖӘНЕ ӘЛЕМ ТІЛДЕРІ УНИВЕРСИТЕТІ
(ҚАЗАҚСТАН)

ШЫҒЫС ЕУРОПА БОЙЫНША ГИСЕН ОРТАЛҒЫ
(ГЕРМАНИЯ)

НИТРАДАҒЫ ФИЛОСОФ КОНСТАНТИН АТЫНДАҒЫ УНИВЕРСИТЕТ
ФИЛОСОФИЯ ФАКУЛЬТЕТІ

АҒЫЛШЫН ТІЛІ ЖӘНЕ АМЕРИКАНИСТИКА КАФЕДРАСЫ
(СЛОВАКИЯ)

ҚАЗАҚ МЕНЕДЖМЕНТ, ЭКОНОМИКА ЖӘНЕ БОЛЖАУ ИНСТИТУТЫ
(АҚШ - ҚАЗАҚСТАН)

«Тіл және мәдениаралық қатынас» атты II Халықаралық ғылыми-теориялық конференциясының материалдар жинағы

КАЗАХСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ АЛЬ-ФАРАБИ
ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОЛОГИИ, ЛИТЕРАТУРОВЕДЕНИЯ И МИРОВЫХ ЯЗЫКОВ
КАФЕДРА ИНОСТРАННОЙ ФИЛОЛОГИИ И ОБЩЕГО ЯЗЫКОЗНАНИЯ
(КАЗАХСТАН)

КАЗАХСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ И МИРОВЫХ ЯЗЫКОВ
(КАЗАХСТАН)

ГИСЕНСКИЙ ЦЕНТР ПО ВОСТОЧНОЙ ЕВРОПЕ
(ГЕРМАНИЯ)

УНИВЕРСИТЕТ КОНСТАНТИНА ФИЛОСОФА В НИТРЕ
ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ

КАФЕДРА АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА И АМЕРИКАНИСТИКИ
(СЛОВАКИЯ)

КАЗАХСТАНСКИЙ ИНСТИТУТ МЕНЕДЖМЕНТА, ЭКОНОМИКИ И ПРОГНОЗИРОВАНИЯ
(США-КАЗАХСТАН)

Сборник материалов

**II Международной научно-теоретической конференции
«Язык и межкультурная коммуникация»**

KAZAKH NATIONAL UNIVERSITY AFTER AL-FARABI
FACULTY OF PHILOLOGY, LITERATURE STUDIES & WORLD LANGUAGES
DEPARTMENT OF FOREIGN PHILOLOGY AND GENERAL LINGUISTICS
(KAZAKHSTAN)

KAZAKH UNIVERSITY OF INTERNATIONAL RELATIONS AND WORLD LANGUAGES AFTER ABYLAI KHAN
(KAZAKHSTAN)

GIESSENER ZENTRUM OESTLICHES EUROPA
(GERMANY)

CONSTANTINE THE PHILOSOPHER UNIVERSITY IN NITRA
FACULTY OF ARTS, DEPARTMENT OF ENGLISH AND AMERICAN STUDIES
(SLOVAKIA)

KAZAKH INSTITUTE OF MANAGEMENT, ECONOMICS AND PROGNOSTICS
(USA-KAZAKHSTAN)

**Collected articles of II International
Scientific-Theoretical Conference
«Language and intercultural communication»**

26-27

Сәуір – Апрель – April

Алматы

Қазақ университеті, 2013