Qo‘qon universiteti Andijon filiali,

IT va ijtimoiy gumanitar fakulteti

Filologiya va tillarni o‘qitish yo‘nalishi

Talabasi **Ibragimova Muxlisaxon Turdiali qizi**

LINGVISTIK KOMPETENSIYADAN MADANIYATLARARO MULOQOTGA: XALQARO BIZNESDA TUSHUNMOVCHILIKLARNI BARTARAF ETISH STRATEGIYALARI

ANNOTATSIYA: Ushbu tadqiqot ishi global integratsiya sharoitida til bilish kompetensiyasining madaniy kontekst bilan o‘zaro aloqasini o‘rganadi. Maqolada ingliz tilining xalqaro biznesdagi o‘rni shunchaki grammatik qoidalar majmui emas, balki madaniyatlararo ko‘prik sifatidagi ahamiyati tahlil qilinadi. Tadqiqot davomida Edvard Xoll va Gert Xofstede kabi olimlarning madaniy o‘lchovlar nazariyasiga tayanilgan holda, biznesdagi lisoniy va madaniy to‘siqlarni bartaraf etishning zamonaviy metodologiyalari ishlab chiqilgan. Maqolada semantik xatoliklar va madaniy "shok"larning iqtisodiy oqibatlari real misollar yordamida asoslab beriladi.

Kalit so‘zlar: Madaniyatlararo muloqot, lingvistik kompetensiya, yuqori va past kontekstli madaniyatlar, madaniy intellekt (CQ), biznes etiketi, semantik xatoliklar, globallashuv.

KIRISH

LISONIY VA MADANIY KOMPETENSIYALARNING TRANSFORMATSIYASI

Bugungi kunda jahon bozorida muvaffaqiyat qozonish uchun faqatgina ingliz tili grammatikasini mukammal bilish yetarli emas. Globallashuv jarayoni tilshunoslik oldiga yangi talablarni qo‘ymoqda: endilikda so‘zlarning lug‘aviy ma’nosidan ko‘ra, ularning ijtimoiy va madaniy muhitdagi ta’siri muhimroq ahamiyat kasb etmoqda.

Madaniyatlararo muloqot (Cross-cultural communication) bu — turli xil dunyoqarashga, qadriyatlar tizimiga va muloqot odoblariga ega bo‘lgan insonlarning bir tilda, lekin turlicha ma’no yuklamasi bilan so‘zlashishidir. Tadqiqotlar shuni ko‘rsatadiki, xalqaro shartnomalarning deyarli 40 foizi tilni mutlaqo bilmaslik sababli emas, balki madaniy farqlar va "lisoniy etiketa"ning buzilishi natijasida barbod bo‘ladi.

Shu sababli, lingvistik kompetensiyani madaniyatlararo bilimlar bilan boyitish zamonaviy filologiyaning ustuvor yo‘nalishlaridan biridir. Maqolaning maqsadi — xalqaro biznes muhitida tilni madaniy filtr orqali qo‘llashning strategik afzalliklarini yoritib berishdir.

NAZARIY ASOSLAR: KONTEKST VA MADANIY O‘LCHOVLAR

2.1. Edvard Xollning Kontekst Nazariyasi

Muloqot uslublarini tahlil qilishda antropolog Edvard Xollning "kontekst nazariyasi" fundamental ahamiyatga ega. Biznes muhitida tushunmovchiliklarning aksariyati aynan past va yuqori kontekstli madaniyat vakillarining to‘qnashuvidan kelib chiqadi.

Past kontekstli madaniyatlar (Germaniya, AQSH, Shveytsariya): Muloqotda ochiqlik va aniqlik birinchi o‘rinda turadi. Nutq bevosita ma’lumot berishga yo‘naltirilgan. "Ha" — ha degani, "yo‘q" — rad etishdir.

Yuqori kontekstli madaniyatlar (O‘zbekiston, Yaponiya, Arab davlatlari): Muloqotning katta qismi so‘zlar ortiga yashiringan bo‘ladi. Tana tili, suhbatdoshning maqomi va suhbat vaqti so‘zlardan ko‘ra ko‘proq ma’no beradi.

2.2. Gert Xofstede va Madaniy o‘lchovlar

Xofstede nazariyasi biznesdagi iyerarxiya va individualizm darajasini tushuntiradi. Masalan, "Hokimiyat masofasi" (Power Distance) yuqori bo‘lgan jamiyatlarda (masalan, O‘zbekistonda) rahbar bilan muloqotda "sizlash" va lisoniy andisha muhim bo‘lsa, G‘arbda "tenglik" tamoyili muloqotni soddalashtiradi. Ushbu farqni bilmaslik xalqaro muzokaralarda kutilmagan sovuqlikni keltirib chiqarishi mumkin.

SEMANTIK VA PRAGMATIK MUVAFFAQIYATSIZLIKLAR TAHLILI

3.1. Brending va Lokalizatsiya muammolari

Maqolaning ushbu qismida biz real hayotda sodir bo‘lgan va katta moliyaviy yo‘qotishlarga sabab bo‘lgan xatoliklarni tahlil qilamiz.

Pepsi keysi: Xitoyda "Come alive with the Pepsi generation" shiorining "Ajdodlaringizni qabrdan tiriltiradi" deb tarjima qilinishi nafaqat semantik xato, balki xitoyliklarning ajdodlarga bo‘lgan ehtiromiga nisbatan madaniy haqorat sifatida qabul qilingan.

Nike keysi: Ba'zan brend logotiplaridagi grafik elementlar arab yozuvidagi "Alloh" so‘ziga o‘xshab qolishi islom olamida katta norozilikларga sabab bo‘lgan. Bu yerda vizual va lisoniy semantika madaniy sezgirlik bilan to‘qnash keladi.

3.2. "Losing Face" (Yuzni yo'qotish) fenomeni

Sharq madaniyatida, xususan, o‘zbek biznes etikasida "andisha" va "yuz" tushunchalari markaziy o‘rin tutadi. Amerikalik rahbar uchun "Direct feedback" (to‘g‘ridan-to‘g‘ri tanqid) samaradorlik bo‘lsa, o‘zbek yoki yapon xodimi uchun bu ommaviy sharmandalikdir. Natijada, xodim tilni bilsa-da, madaniy bosim ostida o‘z salohiyatini namoyon eta olmaydi.

CROSS-CULTURAL INTELLIGENCE (CQ): KELAJAK MUTAXASSISINING ASOSIY KO‘NIKMASI

Bugungi kunda dunyo miqyosida "Lisoniy intellekt" tushunchasi "Madaniy intellekt" (CQ) bilan to‘ldirilmoqda. CQ to‘rtta asosiy komponentni o‘z ichiga oladi:

Motivatsion CQ: Yangi madaniyatlarga moslashishga bo‘lgan ijobiy intilish.

Kognitiv CQ: Boshqa xalqlarning qadriyatlar tizimi va muloqot qoidalari haqidagi universal bilimlar.

Metakognitiv CQ: Muloqot jarayonida o‘zining madaniy stereotiplarini tahlil qila olish.

Xulq-atvor CQ: Nutq ohangi, temp va tana tilini vaziyatga qarab o‘zgartirish.

Richard Lyuisning "The Lewis Model" tasnifiga ko‘ra, dunyo xalqlari uch guruhga bo‘linadi: Linear-active (reja bilan ishlovchilar - nemislar), Multi-active (hissiyotga tayonuvchilar - italyanlar, o'zbeklar) va Reactive (tinglovchilar - yaponlar). Xalqaro tadbirkor ushbu modelni bilsagina, muzokaralar stolida to‘g‘ri lisoniy strategiya tanlay oladi.

V-BOB. O‘ZBEKISTONNING GLOBAL INTEGRATSIYASI VA MADANIYATLARARO TA’LIM

O‘zbekiston Respublikasi so‘nggi yillarda ochiq tashqi siyosat va global iqtisodiy integratsiyani ustuvor yo‘nalish qilib belgiladi. Bu esa yosh avloddan nafaqat ingliz tilini, balki dunyo biznes etikasini chuqur o‘rganishni talab qilmoqda.

2024-yilgi tadqiqotlarimiz shuni ko‘rsatadiki, O‘zbekistondagi xalqaro kompaniyalarda faoliyat yuritayotgan mahalliy mutaxassislarning asosiy muammosi — G‘arbiy boshqaruv uslubi va Sharqona mentalitet o‘rtasidagi muvozanatni topishdir. "El-yurt umidi" jamg‘armasi va xalqaro universitetlar yoshlarga nafaqat "Academic English", balki "Cultural Fluency" (madaniy ravonlik) berishga harakat qilmoqda.

TUSHUNMOVCHILIKLARNI BARTARAF ETISH UCHUN STRATEGIK TAVSIYALAR

Xalqaro muloqotda samaradorlikka erishish uchun quyidagi metodologiyani qo‘llash tavsiya etiladi:

"High-Sensitivity" Localization: Reklama va shartnoma matnlarini shunchaki tarjima qilmay, ularni maqsadli madaniyat qadriyatlariga moslab qayta yozish.

Active Listening & Verification: Semantik noaniqlikni oldini olish uchun "Shu fikringizni to‘g‘ri tushundimmi?" kabi parafraza usullaridan foydalanish.

Non-verbal Awareness: Dunyo tillarida ma’no faqat so‘zda emas, balki pauza va nigohlarda ham ekanligini anglash (masalan, finlyandiyaliklar uchun sukunat — hurmat belgisi).

Stereotiplardan Strategik Voz Kechish: Madaniyat haqidagi bilimlardan foydalanish, ammo har bir hamkorni alohida shaxs (individual) sifatida qabul qilish.

XULOSA

Xulosa qilib aytganda, tilshunoslik fanining kelajagi uning gumanitar va ijtimoiy sohalar bilan integratsiyalashuviga bog‘liq. Lingvistik kompetensiya madaniyatlararo muloqot ko‘nikmalari bilan birlashgandagina, u xalqaro biznes va diplomatiyada haqiqiy "muvaffaqiyat kaliti"ga aylanadi. Har bir so‘z ortida millatning tarixi va ruhiyati yotishini anglash — zamonaviy filologning eng yuksak mahoratidir. O‘zbekiston yoshlarining ushbu kompetensiyani

egallashi mamlakatimizning dunyo maydonidagi nufuzini belgilovchi strategik omil bo‘lib qolaveradi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR (REFERENCES)

Hall, E. T. (1976). Beyond Culture. Anchor Books. (Kontekst nazariyasi uchun asosiy manba).

Hofstede, G. (2001). Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organizations Across Nations. Sage Publications.

Lewis, R. D. (2006). When Cultures Collide: Leading Across Cultures. Nicholas Brealey Publishing. (Xalqaro jamoalarni boshqarish bo‘yicha qo‘llanma).

Meyer, E. (2014). The Culture Map: Breaking Through the Invisible Boundaries of Global Business. PublicAffairs.

Crystal, D. (2003). English as a Global Language. Cambridge University Press.

Livermore, D. (2011). The Cultural Intelligence Difference. AMACOM.

O‘zbekiston Respublikasi Statistika Agentligi. (2024).

Oliy ta'lim va global integratsiya yillik hisoboti.