**Ma’ruza matni**

Madaniyatlararo muloqot samaradorligini ta’minlashda yetarli darjadagi madaniy savodxonlikka, ya’ni mazkur madaniyat uchun xarakterli bo‘lgan asosiy bilimlar, qadriyatlar majmuyi, psixologik va ijtimoiy tenglikka ega bo‘lish lozim.

Amerikalik madaniyatshunos olim Erik Donald Xirshning madaniy savodxonlik nazariyasining asosiy maqsadi ingliz tili sohiblarining boshqa til va madaniyat vakillari bilan samarali muloqot qilishlari uchun ularda kerakli bilim va malakalarni shakllantirish hisoblanadi[[1]](#footnote-1).

E. Xirshga ko‘ra, tilni mukammal egallash uchun milliy madaniyatga mos keladigan turli madaniy ramzlar haqida chuqur bilimga ega bo‘lish lozim. Bunday bilim ma’lum lingvomadaniy hamjamiyatning lisoniy ma’nolari, muloqotining o‘ziga xos xususiyatlari, matnlarining mazmuni hamda diskursining o‘ziga xos jihatlarini nazarda tutadi. Boshqa madaniyat vakillari bilan samarali muloqot qilish uchun har bir kishi suhbatdoshi haqida muayyan madaniy bilimlarga ega bo‘lishi lozim.

E. Xirsh madaniy savodxonlikni “jamoaviy hamkorlik ruhi”ni yaratish hodisasi sifatida talqin qiladi. Binobarin, madaniyat vakili muayyan gazetani olib, uning matni va ma’nosini to‘g‘ri tushungan holda o‘qishi lozim. Uning fikricha, madaniy savodxonlik “bizni dunyoni bilish hamda muluqotning standart vositasiga egalik qilishimizga va shu tariqa zamon va makonga ko‘ra yozma va og‘zaki murakkab axborotlarni qabul qilish va uzatishimizga imkon beradi”. Biroq madaniy savodxonlik faqat madaniy o‘ziga xos axborotgina bo‘lib qolmay, balki borliq haqidagi yaxlit axborot hamdir. Madaniy savodxonlik – joriy madaniy axborotni doimiy to‘ldirib borishni talab qiladigan madaniyatlararo qobiliyatning dinamik komponentidir.

Qobiliyat muloqotdan tashqarida bo‘lmaydi. Aynan aniq kommunikativ vaziyatlarda lisoniy daraja va qobiliyatning boshqa turlari oydinlashadi. Muloqot ishtirokchisi o‘zining qobiliyatsizligini muloqotning u uchun yopiq bo‘lgan sohalarida anglab yetmaydi. Madaniyatlararo muloqotda qobiliyatning har xil turlari (lisoniy, madaniy, kommunikativ) birlashadi. E. Xirsh aniq muloqot vaziyatlaridagi u yoki bu qobiliyat turining roliga ko‘ra quyidagi madaniyatlararo qobiliyatlar darajasini ajratadi:

- yashash uchun zarur bo‘lgan qobiliyat;

- begona madaniyatga kirish uchun yetarli bo‘lgan qobiliyat;

- yangi madaniyatda yashashni ta’minlay oladigan qobiliyat;

- lisoniy shaxs tengligini to‘liq amalga oshiradigan qobiliyat.

Madaniyatlararo anglashish va samarali o‘zaro aloqa uchun qobiliyatning lisoniy, kommunikativ va madaniy darajalari orasida mutanosiblik bo‘lishi lozim. Nomutanosiblik holatida tushunmovchilik ehtimoli yuqori bo‘ladi, binobarin, til biladigan kishidan shunga mos darajadagi madaniy savodxonlik kutiladi va unga yetarli ko‘lamdagi madaniy axborotlar egasi sifatida murojaat qilinadi.

**4. 3. Girt Xofstede tipologiyasi**

Gollandiyalik olim va IBM kompaniyasining xodimi Girt Xofstede madaniyatlarning boshqa, anchayin murakkab tipologiyasini taklif qiladi. U har qanday madaniyatni tavsiflaydigan beshta asosiy o‘lchovni ajratadi: *hokimiyat masofasi*, *individualizm va kollektivizm nisbati*, *erkaklik va ayollik nisbati*, *noaniqlikdan qochish*, *uzoq muddatga qaratilgan yo‘nalish*[[2]](#footnote-2).

Hokimiyat masofasi.Hokimiyat masofa darajasi yuqori bo‘lgan jamiyatlarda ierarxiya (pog‘ona) me’yoriy hodisa hisoblanadi. Jamiyatning har bir a’zosi jamiyatda, oilada va kasbiy faoliyatda ma’lum mavqega ega bo‘ladi. Hokimiyat masofa darajasi past bo‘lgan mamlakatlar sifatida Angliya, AQSh va Skandinaviya davlatlarini ko‘rsatish mumkin. Yaponiya, Koreya, jumladan, O‘zbekiston ham xizmat ierarxiyasi va katta yoshlilarning obro‘si yuqori ko‘rsatkich hisoblanadigan davlatlar qatoriga kiradi. Shuningdek, G‘arbda har qanday muhim qarorlarni qabul qilishda ayollar erkaklardek hal qiluvchi ovozga ega bo‘lsa, Sharqda oxirgi so‘z erkak kishi tomonidan aytiladi.

 Individualizm va kollektivizm nisbati.G. Xofstedega ko‘ra, individualizm shaxslararo munosabatlar yetarli darajada erkin bo‘lgan madaniyatlarda namoyon bo‘ladi. Odamlar, asosan, faqat o‘zlari va yaqin kishilari haqida qayg‘urishadi. Individualizm darajasi yuqori bo‘lgan madaniyatlarning vakillari muayyan vazifalarni afzal deb bilishadi, ularning hayotida “Men” kishilik olmoshi katta ahamiyatga ega bo‘ladi. Bunga AQSh, Buyuk Britaniya, Kanada va h.k. davlatlarning madaniyatlari misol bo‘la oladi.

Kollektivizm (jamoa­viylik) ustuvor bo‘lgan madaniyatlarda atrofdagilar bilan munosabatda bo‘lish muhim sanaladi. Mazkur madaniyat vakillari ko‘pincha “Biz”, deb fikr qilishadi. Bunday holatlarda individni himoya qiladigan guruh (urug‘-aymoq, hamkasblar jamoasi) va uning qadriyatlari katta ahamiyatga ega bo‘ladi. Ushbu turga Sharq madaniyati va Lotin Amerikasi kiradi[[3]](#footnote-3).

Y.M.Dyakonovaning yozishicha, Yaponiyadagi “individum-guruh” munosabatlari, aksariyat tadqiqotchilar qayd qilganidek, g‘arbnikidan farq qiladi. Yapon uchun guruhning qarashlari, qiziqishlari nihoyatda muhim, u “hammadek bo‘lishga” intiladi. Guruh yaponlarning xulqiga va dunyoqarashiga katta ta’sir ko‘rsatadi. Yaponlar “guruh” tushunchasini ko‘pincha keng ma’noda talqin qilishadi: guruh - oila, kollej, firma, mamlakat bo‘lishi mumkin[[4]](#footnote-4).

Yaponiyada inson hayoti tashkilot bilan bog‘liq bo‘ladi. Yapon kishisi uchun ishxona madaniy va ijtimoiy hayotning markazi hisoblanadi. Barcha xodimlar bo‘sh vaqtlarini birga o‘tkazishadi, hatto ta’til vaqtida ham dam olish uylariga birga borishadi. Shaxsiy hayotdagi hodisalar, jumladan, to‘y, ajralish va h.k. ham jamoaning g‘amxo‘rligi doirasiga kiradi. Shuningdek, kollektivizm yapon oilasining asosiy xususiyatlaridan biri sanaladi. Binobarin, oila a’zolari bir-birini ismi bilan emas, balki qarindoshlik terminlari bilan chaqiradi (masalan, kelin). Oilada ota vafot etganda, uning o‘rnini o‘g‘li oladi va barcha oila a’zolari, hatto onasi ham uni ota deb chaqiradi[[5]](#footnote-5).

**Erkaklik va ayollik nisbati.** Ushbu tavsifda gap shunchaki erkak yoki ayol haqida emas, balki an’anaviy erkaklik yoki ayollik nisbati asosida tushuniladigan ustuvor qadriyatlar haqida boradi. Erkaklik nisbati yuqori bo‘lgan jamiyatda erishilgan yutuq, muvaffaqiyat va e’tirof ustuvor qadriyatlar hisoblanadi. Bunday madaniyatlarda shaxsning ijtimoiy maqomida aks etadigan kasbiy yutuqlari alohida ahamiyat kasib etadi. Bu yerda jinslarning roli qat’iy belgilangan bo‘ladi. Ayollik nisbati yuqori bo‘lgan jamiyatda yaqinlar haqida g‘amxo‘rlik qilish, boshqalar bilan hamkorlik qilish va yashash sifati ustuvor qadriyatlar hisoblanadi. Ushbu madaniyatlarda yashash sifati maqomdan muhim sanaladi va bu yerda ko‘pincha muvaffaqiyatsiz kishilarga xayrxohlik bildiriladi.

**Noaniqlikdan qochish.**Noaniqlikdan qochish darajasi yuqori bo‘lgan madaniyat vakillari o‘z hayotlarini qurish uchun juda ko‘p qoida va rasmiyatchilik kerak, deb hisoblashadi. Odatda, bunday mamlakatlardagi kishilar ko‘pincha o‘zlarining tashvishlari va hissiyotlarini ko‘rsatishadi. Ular hayotning barcha sohalaridagi ekspertlarga ishonishadi, to‘qnashuv va raqobatdan qochishadi. G‘arbiy davlatlar orasida Gretsiya va Portugaliya mazkur toifaning eng yuqori ko‘rsatkichlariga ega, Sharqiy Yevropa davlatlari ham bu o‘lchovlarning boshida keladi. Noaniqlikdan qochish darajasi past bo‘lgan jamiyatlarda qonun va qoidalar ko‘lami yetarlicha qisqargan bo‘ladi. Kishilar raqobat va muqarrar to‘qnashuvlardan qochishmaydi. Bunday jamiyatlarga Angliya va Amerikaning ingliz-sakson madaniyatini hamda Skandinaviya mamlakatlarini misol qilib keltirish mumkin.

**Uzoq muddatga qaratilgan yo‘nalish.**Mazkur o‘lchov jamiyatning an’anaviy-tarixiy yoki qisqa muddatli bahosiga emas, balki uning kelajakdagi amaliy istiqbol darajasini belgilaydi. Uzoq muddatga yo‘nalgan madaniyatlarda kishilarning ruhiy xotirjamligi tabiat va ma’naviyat bilan uyg‘unlikka erishishga qaratiladi. Uzoq muddatga qaratilgan yo‘nalishlardan biri an’analarga bo‘lgan hurmatdir. Bunday madaniyatlarga Osiyo mamlakatlari, xususan, Janubiy Koreya misol bo‘la oladi[[6]](#footnote-6).

 Umuman, madaniyatning har qanday tasnifi, u qanday o‘lchovga asoslanmasin, avvalo, inson fe’l-atvorining o‘ziga xos xususiyatini uning muayyan madaniyat vakili sifatida aniqlashga yordam beradi. Binobarin, madaniy xususiyatlar insonning kommunikativ fe’l-atvorida o‘z aksini topadi.

1. Hirsch E. D., Joseph F. Kett, Trefil J.. The New Dictionary of Cultural Literacy.  –Boston, NY.: Houghton Mifflin Company, 2002. [↑](#footnote-ref-1)
2. Hofstede G. Culture’s consequences. Beverly Hills, CA: Sage, 1984; Hofstede G. Masculinity and femininity: The taboo dimension of national cultures. Thousand Oaks, CA: Sage, 1998; Hofstede G. & Hofstede G. J. Cultures and organizations: Software of the mind (2nd ed.). –Boston: McGraw-Hill, 2004. [↑](#footnote-ref-2)
3. Болдырев В.Е. Введение в теорию межкультурной коммуникации. Курс лекций. –М.: Русский язык, 2009. –С. 78. [↑](#footnote-ref-3)
4. Дьяконова Е.М. Текст и интерпретация текста. Психология и социология чтения в Японии // Япония: культура и общество в эпоху НТР. –М., 1985. –C. 97, 99. [↑](#footnote-ref-4)
5. Болдырев В.Е. Введение в теорию межкультурной коммуникации. Курс лекций. –М.: Русский язык, 2009. –С. 79. [↑](#footnote-ref-5)
6. Болдырев В.Е. Введение в теорию межкультурной коммуникации. Курс лекций. –М.: Русский язык, 2009. –С. 80-81. [↑](#footnote-ref-6)