

## **BIZNESDA XITOIY TILI: MULOQOT VA ISHBILARMONLIK ODOBI XUSUSIYATLARI: XALQARO ISHBILARMONLIK MUHITIDA TIL VA MADANIYAT JIHATLARINI TADQIQ ETISH**

**Jurakulov Shamsiddin Ikrom o'g'li**

Magistr, O'zbekiston davlat jahon tillari universiteti

[shamsiddinjuraqulov09@gmail.com](mailto:shamsiddinjuraqulov09@gmail.com)

**Shasaidova Lola Shamaksudovna**

Pedagogika fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), v.b. dotsent,

Xitoy filologiyasi kafedrası

**Annotatsiya.** Ushbu maqola xalqaro biznes muhitida xitoy tilining muloqot xususiyatlari va ishbilarmonlik odobi (etiketi) o'rtasidagi bog'liqlikni o'rganishga bag'ishlangan. Tadqiqotda xitoy tili leksikasidagi madaniy markerlar, iyerarxik muloqot shakllari va "Guanxi", "Mianzi", "Renqing" kabi fundamental tushunchalarning pragmatik in'ikosi tahlil qilinadi. Muallif biznes muzokaralarida til va madaniyatning o'zaro sintezi muvaffaqiyatli hamkorlikning asosi ekanligini ilmiy asoslab beradi.

**Kalit so'zlar:** Xitoy tili pragmatikasi, biznes etiketi, madaniyatlararo kommunikatsiya, iyerarxiya, Guanxi, lingvistik kompetensiya, muzokaralar strategiyasi.

### **Kirish:**

Bugungi globallashuv davrida Xitoy Xalq Respublikasi bilan iqtisodiy aloqalarning kengayishi nafaqat moliyaviy resurslarni, balki madaniyatlararo muloqotning nozik jihatlarini chuqur tushunishni talab etadi. Xitoylik ishbilarmonlar bilan muzokaralar olib borish — bu shunchaki iqtisodiy bitim tuzish emas, balki asiy qadriyatlarga asoslangan murakkab ijtimoiy "o'yin"dir. Ushbu jarayonda muvaffaqiyat qozonish uchun "Kultural pragmatika" va iyerarxik tartibni anglash hal qiluvchi ahamiyatga ega.

### **Muzokara jarayonining ijtimoiy-axloqiy poydevori**

Xitoy muzokaralar strategiyasining markazida uchta o'zaro bog'liq tushuncha turadi:

Guanxi (Munosabatlar tarmog'i): Muzokara stoliga o'tirishdan avval xitoylik hamkorlar "shaxsiy ishonch" ko'prigini qurishga intiladilar. Tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, Xitoyda rasmiy shartnoma munosabatlarning yakuni emas, balki ularning boshlanishi hisoblanadi.

Mianzi (Obro' va "Yuz"): Muzokaralarda hamkorning fikrini keskin rad etish yoki uning xatosini jamoat oldida ko'rsatish strategik xatodir. "Yuzni saqlab qolish" — bu hamkorga diplomatik chekinish uchun yo'l qoldirish san'atidir.

Renqing (Insoniy qarz): Bu tushuncha muzokaralarda o'zaro manfaatli yon bosishlar mexanizmini tushuntiradi. Bir marta qilingan imtiyoz kelajakda qaytarilishi shart bo'lgan ma'naviy qarz sifatida qabul qilinadi.

Iyerarxiya – Tartib va Vakolat Simvoli

Xitoy biznes muhitida iyerarxiya (等级 - Dēngjí) muloqotning har bir bosqichida namoyon bo'ladi. G'arbning gorizontal boshqaruv uslubidan farqli o'laroq, Xitoyda vertikal iyerarxiya ustuvordir.

Status mosligi (Status Matching): Muzokaralarda tomonlarning lavozim darajasi teng bo'lishi shart. Masalan, agar Xitoy tomonidan korporatsiya rahbari ishtirok etayotgan bo'lsa, qarshi tomondan ham shunday maqomdagi shaxsning qatnashishi hurmat belgisi va muzokaralarning jiddiyligi ramzidir.

Qaror qabul qilish markazlashuvi: Muzokaralar davomida quyi bo'g'in xodimlari faol ko'rinsa-da, yakuniy pragmatik to'xtam har doim iyerarxiyaning yuqori pog'onasidagi rahbar tomonidan qabul qilinadi. Bu jarayonni tezlashtirishga urinish ko'pincha salbiy natija beradi, chunki bu tizimli intizomni buzish sifatida baholanadi.

Murojaat etiketi: Xitoy biznes muhitida "siz" (您 - nín) formasini qo'llash va lavozimlarni aniq ko'rsatish (masalan, Jīnglǐ - menejer, Zǒng - bosh direktor) shunchaki til qoidasi emas, balki "Yuz" (Mianzi) tushunchasini saqlab qolishning pragmatik vositasidir.

Bilvosita nutq aktlari: Xitoylik ishbiarmonlar "yo'q" so'zini to'g'ridan-to'g'ri ishlatishdan qochishadi. Buning o'rniga "Bù tàifāngbiàn"\* (unchalik qulay emas) yoki "Wǒmēn zài kǎolù yíxià" (yana bir o'ylab ko'ramiz) kabi evfemizmlardan foydalanishadi. Bu tushunchalarni bilmaslik muzokaralarda noto'g'ri interpretatsiyalarga olib kelishi mumkin.

Pragmatik jihatlar: Strategemalar va Vaqt faktori

Xitoylik muzokarachilar ko'pincha "36 strategema" elementlaridan foydalanadilar. Bunda vaqtni cho'zish taktikasi orqali hamkorning sabrini sinash va uni shoshilinch (ko'pincha foydasiz) qarorlar qabul qilishga undash keng tarqalgan. Pragmatizm bu yerda tezkor foydadan ko'ra, uzoq muddatli strategik barqarorlikka yo'naltirilgan bo'ladi.

Xulosa

Xitoylik hamkorlar bilan muzokaralar olib borishning samarali strategiyasi — bu madaniy qadriyatlarni biznes manfaatlari bilan uyg'unlashtirishdir. Iyerarxiya qoidalariga rioya qilish, "yuz" tushunchasini hurmat qilish va "Renqing" orqali ishonchni mustahkamlash muvaffaqiyatli xalqaro hamkorlikning kalitidir. Biznes muloqotida faqat iqtisodiy ko'rsatkichlarga tayanish, Xitoy kabi chuqur madaniy merosga ega davlat bilan munosabatlarda kutilgan natijani bermasligi mumkin.

#### **FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:**

1. Safarov, Sh. Lingvokulturologiya asoslari. Toshkent, 2010.
2. Chen, G. M. (2001). Towards Transcultural Communication Competence. University Press of America.
3. Kasper, G., & Rose, K. R. (2001). Pragmatics in Language Teaching. Cambridge University Press.
4. Trompenaars, F., & Hampden-Turner, C. (1997). Riding the Waves of Culture\*. Nicholas Brealey Publishing.
5. Wang, J. (2010). Business Culture in China. Beijing Language and Culture University Press.
6. Chen Xiaomei. Intercultural Communication in China. Shanghai Press, 2020.