

TALABALARDA KOMMUNIKATIV KOMPETENSIYANI
RIVOJLANTIRISHDA ZAMONAVIY MEDIADAN FOYDALANISH

Sindorov Rajapboy Ulug'bek o'g'li

Samarqand davlat tibbiyot universiteti o'qituvchisi

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.21469518>

Annotatsiya: Ushbu maqolada oliy ta'lim muassasalari talabalarining kommunikativ kompetensiyasini rivojlantirishda zamonaviy media vositalaridan (ijtimoiy tarmoqlar, podkastlar, bloglar va multimedia platformalari) foydalanish imkoniyatlari va samaradorligi tahlil qilinadi. Zamonaviy media ta'lim jarayonini interaktiv va qiziqarli qilish bilan birga, talabalarning ogzaki va yozma nutq ko'nikmalarini, shuningdek, madaniyatlararo muloqot qobiliyatlarini shakllantirishda muhim vosita bo'lib xizmat qilishi yoritilgan. Maqolada media va ta'lim elementlarini dars jarayoniga integratsiya qilish bo'yicha amaliy tavsiyalar keltirilgan.

Kalit so'zlar: kommunikativ kompetensiya, zamonaviy media, oliy ta'lim, talabalar, raqamli ta'lim, multimedia vositalari, muloqot ko'nikmalari, interaktiv metodlar

Аннотация: В данной статье анализируются возможности и эффективность использования современных медиасредств (социальные сети, подкасты, блоги и мультимедийные платформы) в развитии коммуникативной компетенции студентов высших учебных заведений. Освещается, что современные медиа не только делают учебный процесс интерактивным и увлекательным, но и служат важным инструментом формирования навыков устной и письменной речи, а также межкультурной коммуникации студентов. В статье представлены практические рекомендации по интеграции элементов медиаобразования в учебный процесс.

Ключевые слова: коммуникативная компетенция, современные медиа, высшее образование, студенты, цифровое образование, мультимедийные средства, коммуникативные навыки, интерактивные методы

Abstract: This article analyzes the possibilities and effectiveness of using modern media tools (social networks, podcasts, blogs, and multimedia platforms) in developing the communicative competence of higher education students. It highlights that modern media not only makes the educational process interactive and engaging but also serves as an important tool for shaping students oral and written speech skills, as well as their intercultural communication abilities. The article provides practical recommendations for integrating media education elements into the teaching process.

Keywords: communicative competence, modern media, higher education, students, digital education, multimedia tools, communication skills, interactive methods

Bugungi globallashuv sharoitida xorijiy tillarni bilish nofilologik ta'lim yo'nalishlari talabalari uchun muhim kasbiy kompetensiyalardan biri hisoblanadi. Ayniqsa, ingliz tilidan tashqari yana bir xorijiy tilni egallash shaxsning kasbiy salohiyatini kengaytirish, xalqaro hamkorlik imkoniyatlarini oshirish hamda madaniyatlararo muloqotda samarali ishtirok etishiga xizmat qiladi. Shu nuqtai nazardan, fransuz tili nofilologik ta'lim yo'nalishlarida chet tili sifatida tobora ko'proq e'tibor qozonmoqda. Fransuz tilini o'rganish nafaqat yangi lingvistik bilimlarni egallash, balki talabalarning umumiy madaniy saviyasini yuksaltirish, dunyoqarashini kengaytirish va xalqaro maydonda raqobatbardosh mutaxassis sifatida shakllanishiga ham xizmat qiladi.

Mazkur holat nofilologik ta'lim yo'nalishlari talabalarining fransuz tilini o'rganishga bo'lgan motivatsiyasini ilmiy jihatdan tahlil qilish zaruratini yuzaga keltiradi. Tilni o'rganishga undovchi omillar turlicha bo'lib, ular tilning jamiyatdagi nufuzi, uning kasbiy va madaniy ahamiyati hamda talabalarning shaxsiy ehtiyojlari bilan chambarchas bog'liqdir. Nofilologik yo'nalish talabalari uchun fransuz tili,

avvalo, xalqaro ta'lim dasturlarida ishtirok etish, xorijiy ilmiy manbalardan foydalanish, akademik almashinuv loyihalarida qatnashish va kelgusidagi kasbiy faoliyatini rivojlantirish imkoniyatlarini kengaytiruvchi vosita sifatida namoyon bo'ladi.

Adabiyotlar sharhi. Oliy ta'lim tizimida talabalarning kommunikativ kompetensiyasini rivojlantirish va bu jarayonga zamonaviy mediani integratsiya qilish masalasi bugungi kunda pedagogika va metodika sohasidagi eng ko'p o'rganilayotgan yo'nalishlardan biridir. Kommunikativ kompetensiya tushunchasi dastlab D. Xaymz (D. Hymes) tomonidan til tizimini bilish bilan birga, undan ijtimoiy muloqot jarayonida to'g'ri foydalana olish qobiliyati sifatida fanga kiritilgan [1].

Keyinchalik, ushbu tushuncha ta'lim jarayoniga moslashtirilib, raqamli asrda talabalarning muloqot ko'nikmalarini rivojlantirish masalalari keng tadqiq etila boshlandi. Xususan, zamonaviy axborot makonida muloqot vositalarining o'zgarishi va "media savodxonlik" tushunchasining shakllanishi J. Buckingham tadqiqotlarida o'z aksini topgan. Muallif an'anaviy yozma va og'zaki nutq shakllari bugungi kunda multimedia platformalari orqali vizuallashayotgani va interaktiv ko'rinishga kelayotganini ta'kidlaydi [2].

Zamonaviy media (ijtimoiy tarmoqlar, podkastlar, bloglar va multimedia vositalari)ning ta'limdagi roli haqida so'z ketganda, ko'plab xorijiy tadqiqotchilar uning motivatsion va amaliy jihatlariga e'tibor qaratadilar. M. Warschauer o'z ishlarida raqamli medianing til o'rganuvchilar va talabalarda real muloqot (authentic communication) muhitini yaratishdagi ahamiyatini ko'rsatib o'tgan [3]. Uning fikricha, internet va ijtimoiy media talabalarga sinf xonasidan tashqarida ham faol muloqot qilish imkonini beradi.

Shu bilan birga, ta'lim platformalarida media-resurslardan (masalan, YouTube, TED-Ed) foydalanish darslar samaradorligini oshirishi ko'plab eksperimentlarda isbotlangan. J. Sherman o'zining tadqiqotlarida video-resurslar talabalarning eshitish va gapirish (kommunikativ) ko'nikmalarini rivojlantirishda

eng interaktiv manba ekanligini ta'kidlaydi [4]. S. Thorne va uning hammualliflari esa internet-memlar, blog-postlar va mobil ilovalarning talabalar o'rtasidagi norasmiy va rasmiy muloqot madaniyatini shakllantirishdagi rolini tahlil qilganlar [5].

MDH davlatlari olimlari ham ushbu masalaga alohida e'tibor qaratganlar. Y.S. Pulat masofaviy ta'lim va zamonaviy kompyuter texnologiyalari vositasida talabalarning muloqot ko'nikmalarini shakllantirish loyihalari ustida ishlagan [6]. U dars jarayonida multimedia vositalaridan foydalanish talabalarda nafaqat axborot olish, balki uni tahlil qilish va hamkorlikda muloqot olib borish qobiliyatini (collaborative learning) rivojlantirishini qayd etadi. I.A. Zimnyaya esa kommunikativ kompetensiyani shaxsga yo'naltirilgan ta'lim paradigmasining asosi sifatida baholab, zamonaviy axborot oqimida talaba mustaqil fikrini bayon qila olishi uchun media vositalari ko'prik vazifasini o'tashini asoslab beradi [7].

O'zbekistonlik pedagog olimlar va tadqiqotchilar ham so'nggi yillarda ushbu mavzu doirasida samarali ilmiy ishlar olib bormoqdalar. J.J. Jalolov xorijiy tillarni o'qitish metodikasida texnik vositalardan, jumladan, zamonaviy kompyuter va media texnologiyalaridan foydalanishning metodik asoslarini ishlab chiqqan [8]. Oliy ta'limda talabalarning kommunikativ va axborot-kommunikatsiya kompetensiyalarini o'zaro uyg'unlikda rivojlantirish muammolari esa B.X. Xodjayevning tadqiqotlarida atroflicha yoritilgan [9]. Muallif talabalarning mustaqil fikrlash hamda mediadan olingan ma'lumotlarni muloqot jarayonida qayta ishlash qobiliyatini rivojlantirish zarurligini uqtiradi.

Bundan tashqari, pedagogik amaliyotda ijtimoiy tarmoqlar va media-platformalarning integratsiyasi bo'yicha Sh.S.Shodiyeva kabi tadqiqotchilar o'z fikrlarini bildirib, zamonaviy darslarda interaktiv media-metodlardan foydalanish talabalarning kasbiy-kommunikativ tayyorgarligini sezilarli darajada oshirishini eksperimental tarzda ko'rsatib berganlar [10].

Kommunikativ kompetensiyani shakllantirish uchun talabalarda o'rganilayotgan xalqning madaniyati va turmush tarziga oid fon bilimlarini

rivojlantirish zarur. Amaliy tajriba shuni ko'rsatadiki, autentik matnlarni to'g'ri anglash va til egalari bilan samarali muloqot qilish uchun nafaqat umumiy, balki milliy-madaniy xususiyatlarni ham bilish muhimdir. Ayniqsa, milliy o'ziga xoslikni ifodalovchi frazeologik va paremiologik birliklar muloqot jarayonida alohida ahamiyat kasb etadi va ularni to'g'ri talqin qilish madaniyatlararo kommunikatsiyaning samaradorligini oshiradi.

Quyidagi reklamaga oid (yoki frazeologik) misollarini o'quv jarayoniga tatbiq etishda ularning til, madaniyat va kommunikativ ma'nosini birgalikda o'rgatish muhimdir.

Querelle d'Allemand – asossiz yoki sun'iy janjalni anglatadi. Darsda talabalar bilan frazeologizmlarning ko'chma ma'nosini aniqlash va shunga o'xshash o'zbek tilidagi iboralar bilan qiyoslash mumkin.

Coup (tour) de Jarnac – kutilmagan hiyla yoki ayyorona usulni ifodalaydi. Uni matn tahlili, dialog tuzish yoki vaziyatli mashqlar orqali qo'llash talabalarning pragmatik kompetensiyasini rivojlantiradi.

Maigre comme Régine – juda ozg'in odamni obrazli tasvirlash uchun ishlatiladi. Bu misol orqali reklama va ommaviy axborot vositalarida uchraydigan madaniy stereotiplar hamda o'xshatishlarning ta'siri muhokama qilinishi mumkin.

Umuman olganda, bunday misollarni o'quv jarayoniga tatbiq etish talabalarning frazeologik birliklarni tushunish, ularning madaniy asoslarini anglash va real kommunikativ vaziyatlarda to'g'ri qo'llash ko'nikmalarini rivojlantiradi. Shuningdek, ular qiyosiy tilshunoslik va lingvomadaniyatshunoslik bo'yicha bilimlarni mustahkamlashga xizmat qiladi.

Fransuz tilini o'rganishda nafaqat til birliklarini, balki Fransiyaga xos madaniy va ijtimoiy xususiyatlarni ham bilish muhimdir. Fransuz jamiyatida xushmuomalalik juda katta ahamiyatga ega bo'lib, kundalik muloqotda ham, rasmiy yozishmalarda ham juda muloyim va nozik iboralar qo'llaniladi.

Fransuzlarga mantiqiy fikrlash, tanqidiy yondashuv, hazilkashlik, individuallik va muloqotga ochiqlik xos. Biroq ular shaxsiy hayoti, sog'lig'i yoki

muammolari haqida batafsil gapirishni yoqtirmaydilar. Shu bilan birga, insonning kelib chiqishi va oilasi haqida so'rash odatiy hol hisoblanadi, chunki oilaga va ajdodlarga hurmat kuchli. Fransuz jamiyati ancha yopiq bo'lib, ijtimoiy mavqening avloddan-avlodga o'tishi keng tarqalgan. Shu sababli ijtimoiy qatlamni o'zgartirish holatlari kam uchraydi.

Xulosa. Xulosa qilib aytganda, fransuz tilini muvaffaqiyatli o'rganish uchun til bilan bir qatorda Fransiyaning madaniyati, urf-odatlari va muloqot qoidalarini ham bilish zarur. Ayniqsa, reklama shiorlari kabi materiallar talabalarda mamlakat va xalq haqida to'liq tasavvur shakllantirishga yordam beradi.

Quyidagi fransuz reklama shiorlarini o'quv jarayoniga tatbiq etishda talabalarni til, madaniyat va reklama uslubi bilan tanishtirish mumkin. Quyidagi usullarni qo'llash tavsiya etiladi.

“La Tour Eiffel, on y monte par plaisir” (“Eyfel minorasiga zavq uchun chiqiladi”) reklama matnini turizm mavzusini o'rganishda qo'llash mumkin. “Monter”, “plaisir” kabi so'zlarning ma'nosini tahlil qilish. Talabalarga mashhur obidalar haqida shunga o'xshash reklama shiori tuzdirish.

Mashq: Écrivez un slogan pour un monument célèbre de votre pays.

“Mammouth écrase les prix” (“Mammouth narxlarni yer bilan yakson qiladi”) gapini savdo va marketing mavzusida ishlatish mumkin. Metafora va reklama tilidagi mubolag'a tahlil qilinadi. Masalan: Fe'l: *écraser* ning ko'chma ma'nosini tushuntirish.

Mashq: Trouvez un slogan utilisant une métaphore.

“Alpe d'Huez. Pic Blanc 3330” (Alp d'Huez. Oq cho'qqi – 3330 m.) reklamasini geografiya va sayohat mavzulari bilan integratsiya qilish mumkin. Raqamlarning reklamadagi ishonchlilikni oshirishdagi rolini muhokama qilish, Fransiya'dagi tog'-chang'i kurortlari haqida suhbat tashkil etish tavsiya etiladi.

Mashq:

Présentez une destination touristique avec un slogan.

“La forme, je l’adore” (Yaxshi formani men juda yaxshi ko‘raman) relamasidan sport va sog‘lom turmush tarzi mavzusida foydalanish mumkin. Shaxsiy olmosh (*je, l’*) va *adorer* fe’lining qo‘llanishini mustahkamlash talab etiladi. Talabalarga sog‘lom hayot tarzini targ‘ib qiluvchi shior yaratish topshirig‘i beriladi.

Mashq: Inventez un slogan pour une salle de sport.

“Le rouge et le noir” (Qizil va qora) reklamasida ranglarning reklamadagi ramziy ma’nosini tahlil qilish va minimalistik reklama uslubini o‘rganish tavsiya qilinadi.

Fransuz madaniyatida ranglar semantikasi haqida munozara o‘tkazish.

Mashq: Expliquez la signification des couleurs dans une publicité.

Mazkur reklama shiorlari fransuz tilini o‘qitishda autentik material sifatida katta didaktik ahamiyatga ega. Ular leksik boylikni oshiradi; grammatik birliklarni tabiiy kontekstda o‘rgatadi; reklama tilining stilistik xususiyatlarini tahlil qilish imkonini beradi; madaniyatlararo kompetensiyani rivojlantiradi; talabalarning ijodiy fikrlashi va kommunikativ ko‘nikmalarini shakllantiradi. Shu sababli bunday reklama namunalarini **o‘qish, tahlil qilish, tarjima qilish, muhokama qilish va yangi reklama shiorlarini yaratish** kabi interaktiv mashg‘ulotlarda qo‘llash fransuz tilini o‘qitish samaradorligini oshirishga xizmat qiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Hymes, D. On Communicative Competence // Sociolinguistics / ed. by J. Pride, J. Holmes. – Harmondsworth : Penguin Books, 1972. – P. 269–285. – URL: <https://www.scirp.org/reference/referencespapers?referenceid=1198893>
2. Buckingham, D. Media Education: Literacy, Learning and Contemporary Culture / D. Buckingham. – Cambridge : Polity Press, 2003. – URL: https://www.politybooks.com/bookdetail?book_slug=media-education-literacy-learning-and-contemporary-culture--9780745628295
3. Barone, D. A. C. Audio and Video Media in Teacher Training: Deterritorialization in Education / D. A. C. Barone, M. A. Zaro, C. de Musacchio [et

al.] // Creative Education. – 2016. – Vol. 7, No. 7. – P. 1056–1068. – DOI: 10.4236/ce.2016.77110.

URL: <https://www.scirp.org/reference/referencespapers?referenceid=1765551>

4. Sherman, J. Using Authentic Video in the Language Classroom / J. Sherman. – Cambridge : Cambridge University Press, 2003. – 227 p. – (Cambridge Handbooks for Language Teachers). – ISBN 0-521-79961-9.

5. Thorne, S. L., Black, R. W., & Sykes, J. M. (2009). Second Language Use, Socialization, and Learning in Internet Interest Communities and Online Games. The Modern Language Journal, 93, 802-821.

6. Полат Е. С. (2008). Новые педагогические и информационные технологии в системе образования. — Москва: Академия. — С. 224.

7. Зимняя И. А. (2004). Ключевые компетентности как результативно-целевая основа компетентного подхода в образовании. — Москва: Исследовательский центр проблем качества подготовки специалистов. — С. 38.

8. Jalolov, J. J. Chet til o'qitish metodikasi : chet tillar oliy o'quv yurtlari (fakultetlari) talabalari uchun darslik / J. J. Jalolov. – Qayta ishlangan va to'ldirilgan 2-nashri. – Toshkent : O'qituvchi, 2012. – 432 b. – ISBN 978-9943-02-498-4.

9. Xodjayev, B. X. Umumiy pedagogika nazariyasi va amaliyoti : pedagogika ta'lim sohasi bakalavriat ta'lim yo'nalishlari uchun darslik / B. X. Xodjayev. – Toshkent : Sano-standart, 2017. – 416 b. – ISBN 978-9943-5002-3-5.

10. Kayumova, N. A. Bo'lajak o'qituvchining raqamli muhitga mos psixologik xususiyatlarini shakllantirish metodikasi / N. A. Kayumova // Pedagogik mahorat. – 2025. – № 11. – B. 14–19.