



UZBEKISTAN JOURNALISM AND MASS COMMUNICATIONS UNIVERSITY

<https://doi.org/10.5281/zenodo.7847023>

Qodirova Makhliyo Abdusattor qizi

2nd year master's degree student

Xalimjonova Shaxnoza Ma'murjonovna.

2nd year master's degree student

Theme: Media - As a source of teaching foreign languages ...

(Mavzu; Ommaviy axborot vositalari - Xorijiy tillarni o'qitish mabai sifatida ...)

Annotatsiya: *Ushbu maqolada chet tillarini o'rgatishda OAV ning ahamiyati va uning til o'rgatishdagi ta'siri, o'quvchilarning xorijiy tillarni o'rganishdagi tilning 4 ta muhim kompetensiyalarini, ya'ni o'qish, yozish, tinglab-tushunish, hamda og'zaki nutqni rivojlantirishda ommaviy axborot vositalari, televideniya, kitoblar va ijtimoiy tarmoqlarning muhim rol o'ynashi haqida so'z yuritiladi. Shu bilan birga, ushbu maqola kichik miqyosdagi tadqiqotga asoslanganligi sababli, turli xil ommaviy axborot vositalarini tahlili va ular chet tilini o'qitishda qanday ta'sir qilishini yoki undan samarali foydalanish mumkinligini o'rganadi.*

Annotation: *This article discusses the importance of media, television, books, and social media in teaching foreign languages, as well as 4 important language competencies in study of foreign languages such as reading, writing, listening and speaking skills. Since this paper is based on a small scale study, it explores various media analysis and how they influence or can be used effectively in teaching any foreign language.*

Kalit so'zlar: *OAV, ijtimoiy tarmoqlar, til kompetensiyalari, multimedia vositalari, media saytlari, profil, media kontent, Instagram, You Tube, Telegram kanallari.*

Keywords: *MEDIA, social networks, language competencies, multimedia tools, media sites, personal blogs, media contents, Instagram, YouTube, Telegram channels.*

Ommaviy axborot vositalarining ta'siri keng tarqalgan va ishontiruvchidir. Bugungi kunda ommaviy axborot vositalarining ta'siri juda katta. Ular shunchalik muhim bo'lib qoldiki, biz ularsiz yashay olmaymiz. Har bir kishiga u yoki bu tarzda OAV ta'sir qiladi. Masalan, har kuni ertalab biz radio musiqasi bilan uyg'onishimiz, dush qabul qilish yoki kiyinish paytida uni tinglashimiz mumkin. Kimdir pochta yoki yangiliklarni tekshirish uchun qo'l telefoniga yoki noutbukgiga qarashi, o'qishga yoki ishga ketayotganida gazetani olib, sarlavhalarini ko'rishi, o'qishda kutubxonaga borib, tadqiqot loyihasi uchun ko'plab kitob va jurnallardan manbalar olishi, uyda esa bir muddat televizor ko'rishi mumkin va hokazolar. Bu tajribalarning har biri bizni vosita yoki aloqa kanali bilan bog'laydi. Radio, kitoblar, gazetalar, jurnallar, televidenie, on-line media, yangi media - bularning barchasi ommaviy axborot vositalari deb ataladi,



ular bir vaqtning o'zida butun dunyoda ko'plab odamlarga etib boradi. Kelgusi yillarda ommaviy axborot vositalari yanada keng tarqaladi. Ularni va ularning ta'sirini tushunish, oqilona foydalanish uchun juda muhimdir. Talabalar va o'quvchilarga ushbu ma'lumotni tushunish, kelajak avlodlarga etkazish va ta'lim maqsadlarida foydalanishga harakat qilish o'qituvchilar sifatida bizning vazifamizdir.

Ommaviy axborot vositalari o'quvchi talabalarga gazetalar, jurnallar, radio, televidenie, filmlar, kitoblar, Internet, ijtimoiy tarmoqlar va hokazolardan foydalanish va o'qish, yozish, gapirish va tinglash qobiliyatlarini rivojlantiruvchi vazifalar orqali ko'plab til amaliyotlarini beradi. Ular, shuningdek, talabalarga sinfdan tashqarida o'qishni davom ettirishga ishonch qobiliyatini berib, keng qamrovli o'qishni rag'batlantiradigan ko'plab mashg'ulotlarni taqdim etadi, birinchi navbatda ular motivatsiyani oshiradi va dunyoqarashni kengaytiradi.

O'qituvchilar va psixologlar ommaviy axborot vositalarining ta'limga ta'siri haqida bahslashsa-da, hozirda ommaviy axborot vositalari har qanday ta'lim kontekstining ajralmas tarkibiy qismi ekanligiga shubha yo'q. Xususan, kompyuter va internet axborot vositalari o'zining ulkan qayta ishlash quvvati va multimedia imkoniyatlariga ega bo'lib, bugungi o'quv muhitida o'quv jarayonlari va natijalariga sezilarli ta'sir ko'rsatishi mumkin. Borgan sari yuqori darajada interaktiv va moslashuvchan bo'lishi uchun ishlab chiqilgan bunday ommaviy axborot vositalari aks ettiruvchi, samarali va kommunikativ faoliyatni ta'minlaydi va chet tillarini o'rganish uchun katta imkoniyatlarga ega.

Ushbu maqola kichik miqyosdagi tadqiqotga asoslanganligi sababli, turli xil ommaviy axborot vositalarini ko'rib chiqadi va ular chet tilini o'qitishda qanday ta'sir qilishini yoki undan samarali foydalanish mumkinligini o'rganadi.

2019-yil yanvar oyi holatiga ko'ra, 2,27 milliard faol foydalanuvchisi bo'lgan Facebook dunyodagi birinchi ijtimoiy tarmoq sifatida, YouTube 1,9 milliard foydalanuvchisi bilan ikkinchi o'rinda va WhatsApp 1,5 milliard foydalanuvchisi bilan uchinchi o'rinda turadi. (Statistika, 2019). Ajablanarlisi shundaki, mashhur Avstriyalik olim, tadqiqotchi Unmil Karadkar (2015) va (Bakar va boshq., 2018) tomonidan olib borilgan qiziqarli tadqiqot natijalari ijtimoiy media saytlarida foydalanuvchilar sonining ko'pi talabalar ekanligi bilan hayratda qoldi. Pew Research Center (Karadkar, 2015) tomonidan olib borilgan tadqiqotlar shuni ko'rsatdiki, bu o'quvchilarning 70-78 foizi Facebook, YouTube, WhatsApp, Twitter va Instagramda vaqt o'tkazishadi. Bu esa ijtimoiy tarmoqlarning virtual olamida talabalar hamjamiyatining yuqori ishtirokidan dalolat beradi. Bu ham bo'lsa erkinlik bilan bog'liq. (Chandran va boshq., 2019; Yunus va boshq., 2016).

Talabalar ijtimoiy tarmoqlarda o'zlari yoqtirgan narsalarni, masalan, o'zlarining sevimli kontentlarini yuklash va kuzatish, do'stlar doirasini kengaytirish va eng muhimi, shaxsiy profillarni yaratish va erkin fuqarolar sifatida o'z shaxsiyatini qo'llab-quvvatlaydilar. (Bal & Bicen, 2017; Reinhardt, 2019; Szeto, 2016;). Aslida, ijtimoiy



media ularga bir necha soniya ichida barcha imkoniyatlarni amalga oshirishga imkon beradi (Crick, 2019; Suana va boshqalar, 2019).

Ingliz tili, ayniqsa, eng ko'p so'zlashadigan tillardan biri bo'lib, ijtimoiy tarmoqlarda talaba foydalanuvchilar ingliz tilini o'rganishda faol ishtirok etishadi. Ular o'z fikrlari va g'oyalarini ijtimoiy tarmoqlar vositasida haqiqiy harakatlarga (Reynhardt, 2019; Wang & Chen, 2019) olib kelishadi.

Quyida "Ingliz tilini o'rganishda ijtimoiy tarmoqlardan foydalanish" mavzusida tadqiqotchi Tubagus Zam Zam Al Arifning 2019-yilda Indoneziyaning Jambi universitetida olib borgan tadqiqoti natijalarini ko'ramiz :

Ushbu tadqiqot Jambi universitetining "Ingliz tilini o'rganish dasturi(EFL)" talabalari tomonidan ingliz tilini o'rganishda ijtimoiy mediadan foydalanishni o'rganishga qaratilgan. Tadqiqotchi ma'lumotlarni yig'ishda so'rov va yarim tuzilgan suhbatdan foydalangan. Anketaga javob berish uchun oltmish yetti nafar talaba ishtirok etdi va anketaga javob bergan ishtirokchilar orasidan tasodifiy tanlab olingan o'n nafar ishtirokchi intervyu berdi. Anketadagi miqdoriy ma'lumotlarni tahlil qilish uchun asosiy statistik tahlildan foydalanildi va intervyu ma'lumotlari tematik kodlash bilan birlashtirilgan fenomenologik holatlar tahlili yordamida tahlil qilindi.

Ijtimoiy tarmoqlardan ingliz tilini o'rganish maqsadida foydalanish chastotasini yuqoridagi 1-rasmda ko'rish mumkin. Ko'pchilik respondentlar (95,8%) Instagram'dan ingliz tilini o'rganish maqsadida foydalanishlarini da'vo qilishgan. Keyingi o'rinda respondentlarning 88,5 foizi Youtube'dan, 86,3 foizi esa Facebook'dan ingliz tilini o'rganish uchun foydalanishini aytdi. Boshqa tomondan, ishtirokchilarning ozchiligi ingliz tilini o'rganish uchun elektron pochta va telegramdan foydalanadi (mos ravishda 45,6% va 23,7%).

Ingliz tilini o'rganishda Instagram, Youtube va Facebook kabi ijtimoiy tarmoqlardan foydalanish bilan bog'liq ko'plab qiziqarli hodisalar mavjud. Talabalarning aksariyati Facebook va Youtube-dan ko'ra Instagram-dan foydalanadi. Ko'rinib turibiki, Telegramdan ELL maqsadlarida foydalanadigan talabalar ham bor.

Natijalar shuni ko'rsatdiki, talabalar bir qator ijtimoiy tarmoqlar, xususan Instagram va Facebookdan foydalanadilar. Shunday qilib, talabalar ingliz tilini o'rganish maqsadlaridan ko'ra umumiy maqsadlarda ijtimoiy tarmoqlardan foydalanishga ko'proq vaqt sarflaydilar. Biroq, ular ingliz tilini o'rganishda ijtimoiy tarmoqlardan foydalanishga ijobiy munosabatda bo'lishdi. Talabalar ijtimoiy tarmoqlar ingliz tilini o'rganishda muhim rol o'ynashini bilishadi. Bundan tashqari, ular ijtimoiy tarmoqlardan foydalanishni targ'ib qiladilar va talabalarni ingliz tilini yaxshilash uchun o'z do'stlarini ijtimoiy tarmoqlardan foydalanishga undaydilar. Bundan tashqari, Jambi universitetining ingliz tilini o'rganish dasturida talabalari tomonidan ingliz tilini o'rganishda ko'proq foydalaniladigan ijtimoiy media bu-Instagram tarmog'i bo'lib, ular odatda uyda ingliz tilini o'rganish uchun ijtimoiy tarmoqlardan foydalanadilar.

**Xulosa:**

Ushbu tadqiqot natijalari va muhokamasiga asoslanib, talabalar ingliz tilini o'rganish uchun ko'pincha Instagram, Youtube va Facebook kabi ijtimoiy tarmoqlardan foydalanadilar, degan xulosaga kelish mumkin. Ingliz tilini o'rganishda talabalar tomonidan eng ko'p foydalaniladigan ijtimoiy tarmoq Instagram hisoblanadi. Universitet talabalari Jambi universitetida ingliz tilini o'rganishda uyda bo'sh vaqtlari bo'lganda yoki o'qituvchi darsda foydalanishga ruxsat berganida, ayniqsa, guruh muhokamasi uchun ijtimoiy tarmoqlardan foydalanadilar.

Ijtimoiy media talabalarga ingliz tilini yanada xilma-xil bo'lgan ijtimoiy media mazmunidan yaxshilashga yordam beradi va bu talabalarni ijtimoiy tarmoqlardan foydalangan holda ingliz tilini o'rganishga undaydi.

Texnologiya bilan hech qachon ta'limni almashtirilmaydi, balki ta'lim amaliyotiga yordam beradi, o'qitish samaradorligini oshiradi va talabalarning o'rganish tajribasini oshiradi.

Biz tekshirgan va maqolada muhokama qilgan ijtimoiy media vositalari talabalar orasida mavjud resurslardir. Ta'limni yanada qulayroq qilish uchun biz ushbu manbadan foydalanishimiz kerak.

Talabalar o'zlari bilgan vositalardan foydalanishda qulay his qilishadi. Ijtimoiy media vositalari ochiq resursdir, ya'ni ular tsenzurasiz jamoatchilik uchun ochiqdir. Bu o'quv muhiti o'quvchilarning bilim olishining eng yaxshi manfaatlari uchun himoyalanganligiga qilish o'qituvchilarning mas'uliyatidir.

REFERENCES :

Al-Ali, S. (2010). Embracing the selfie craze: exploring the possible use of instagram as a language mlearning tool. *Issues and Trends in Educational Technology*, 2(2), 34–53.

Al Arif, T. Z. Z. (2019). Indonesian University Students' Perception and Expectation towards ICT Use in Learning English as a Foreign Language. *Indonesian Journal of English Language Teaching and Applied Linguistics*, 4(1), 133–145.

Annamalai, N. (2017). Exploring Students Use of Facebook in Formal Learning Contexts. *Indonesian Journal of EFL and Linguistics*, 2(2), 91–106.

Ayuningtyas, P. (2018). Whatsapp: Learning on the go. *Metathesis: Journal of English Language, Literature, and Teaching*, 2(2), 159–170. <https://doi.org/10.31002/metathesis.v2i2.629>

Balbay, S., & Kilis, S. (2017). Students' perceptions of the use of a youtube channel specifically designed for an academic speaking skills course. *Eurasian Journal of Applied Linguistics*, 3(2), 235–251.

Lizamuddin, A., Asib, A., & Ngadiso, N. (2019). Indonesian English Learners' Perception of The Implementation of Mobile Assisted Language Learning in English



Class. Metathesis: Journal of English Language, Literature, and Teaching, 3(1), 70–77.
<https://doi.org/10.31002/metathesis.v3i1.1252>

Monica, & Anamaria, P. (2014). The Impact of Social Media on Vocabulary Learning Case Study-Facebook. *Annals of the University of Oradea, Economic Science Series*, 23(2).

Murray, D. E. (2005). Technologies for second language literacy. *Annual Review of Applied Linguistics*, 25(1), 188–201

Chou, C. M. (2014). Social media characteristics, customer relationship and brand equity. *The Journal of Applied Business and Economics*, 16(1), 128–145.