

**INGLIZ TILINI O‘QITISHDA AUTENTIK MEDIA MATERIALLAR
VOSITASIDA TALABALARNING MADANIYATLARARO KOMMUNIKATIV
KOMPETENSIYASINI RIVOJLANTIRISH**

To‘ychiyeva Madina Akmaljon qizi

*Farg‘ona viloyati Uchko‘prik tumani 9-umumiy o‘rta ta‘lim maktabi, ingliz tili fani
o‘qituvchisi*

Annotatsiya: *Maqolada ingliz tilini o‘qitishda autentik media materiallardan foydalanishning talabalarning madaniyatlararo kommunikativ kompetensiyasini rivojlantirishdagi metodik imkoniyatlari tahlil qilinadi. Yangiliklar, podkastlar, intervyular, reklama, qisqa videolar va ijtimoiy tarmoq materiallarini tanlash hamda o‘quv topshirig‘iga aylantirishda til darajasi, kommunikativ maqsad, madaniy kontekst va refleksiya muhim omillar sifatida ko‘rib chiqiladi. Material bilan ishlash uchun kirish, mazmunni anglash, madaniy interpretatsiya, kommunikativ qayta ishlash va refleksiya bosqichlaridan iborat metodik ketma-ketlik taklif etiladi. Autentiklik materialning kelib chiqishi bilangina emas, talabaning mazmun bilan bajaradigan real maqsadli faoliyati bilan belgilanadi.*

Kalit so‘zlar: *autentik material, media matni, ingliz tili, madaniyatlararo kommunikativ kompetensiya, EFL, raqamli resurs, refleksiya, kommunikativ topshiriq.*

KIRISH

Raqamli kommunikatsiya rivojlanishi ingliz tili o‘rganuvchilarini darslikdan tashqari katta hajmdagi real nutq va media mazmuni bilan to‘qnash keltirmoqda. Talaba podkast, intervyu, yangilik, reklama yoki ijtimoiy tarmoqdagi matnni tushunishi bilan birga, undagi kommunikativ maqsad, auditoriya va madaniy kontekstni ham anglay olishi zarur. Bu esa chet tilini faqat lingvistik tizim sifatida emas, ijtimoiy va madaniy muloqot vositasi sifatida o‘qitishni talab qiladi.

Gilmore autentiklik muammosini tahlil qilib, tabiiy diskurs, darslik tili, qiyinlik darajasi, motivatsiya va topshiriq dizayni o‘zaro bog‘liq ekanini ko‘rsatadi [1]. Demak, internetdan olingan har qanday video yoki matnni darsga olib kirishning o‘zi metodik yangilik emas. Materialning qiymati o‘quvchi u bilan nima qilishi orqali namoyon bo‘ladi.

Maqolaning maqsadi autentik media materiallarni ingliz tili mashg‘ulotiga maqsadli integratsiya qilish, ular orqali talabalarni boshqa madaniy pozitsiyalarni tushunish, o‘z qarashini izohlash va turli auditoriyalarga mos kommunikativ javob yaratishga o‘rgatish yo‘llarini tavsiflashdan iborat.

AUTENTIK MEDIA MATERIALLARNING DIDAKTIK IMKONIYATLARI

Autentik media materialga real kommunikativ ehtiyoj uchun yaratilgan matn, audio, video yoki multimodal mahsulot sifatida qarash mumkin. Bunga yangilik portali materiali, podkast, intervyu, vlog, reklama roligi, sharh va ijtimoiy tarmoq posti kiradi. Bunday resurslar talabani turli uslub, aksent, nutq tempi va kommunikativ maqsadlar bilan tanishtiradi.

Biroq materialning real ekanligi uning avtomatik ravishda ta‘limiy foydali bo‘lishini anglatmaydi. Til darajasi ortiqcha murakkab, konteksti tushunarsiz yoki bir tomonlama

madaniy tasvirga ega material talabaning diqqatini asosiy vazifadan chalgʻitishi mumkin. Shu sababli tanlashda til darajasi, davomiylilik, mazmunning zichligi, muallif pozitsiyasining aniqligi, ishonchlilik va muhokama uchun ochiqlik hisobga olinishi zarur.

Bernal Pinzón autentik material va vazifalar EFL oʻrganuvchilarida boshqa madaniyatlarga qiziqish, ochiqlik va hurmatni kuchaytirishi mumkinligini koʻrsatadi [2]. Bu natijada materialning oʻzi bilan birga talabaning faol ishtiroki ham muhim. Oddiy tomosha qilish yoki oʻqib chiqish real diskurs bilan tanishtiradi, biroq madaniyatlararo kompetensiyani oʻz-oʻzidan shakllantirmaydi.

MADANIYATLARARO KOMMUNIKATIV FAOLIYATNI TASHKIL ETISH

Byram va Wagner til taʼlimini xalqaro va madaniyatlararo dialogga tayyorlash bilan bogʻlab, bilim, munosabat va interpretativ koʻnikmalar birligini taʼkidlaydi [3]. Byramning modelida ham lingvistik va sotsiolingvistik kompetensiyalar madaniy bilim va interpretatsiya bilan oʻzaro bogʻliq [4]. Shu sababli media material bilan ishlashda asosiy savol “talaba nechta yangi soʻz oʻrgandi?” emas, balki “u kimning pozitsiyasini koʻrdi, qanday madaniy taxminlarni aniqladi va oʻz fikrini boshqa nuqtayi nazar bilan qiyoslay oldimi?” boʻlishi kerak.

Masalan, sayyohlik reklamasi sifatlar va joy nomlarini oʻrgatish uchun qulay materialdir. Madaniyatlararo topshiriqda esa talaba reklama qaysi auditoriyaga murojaat qilayotganini, qaysi jihatlar tanlab koʻrsatilganini, nimalar chetda qolganini va mahalliy aholi bu tasvirni qanday qabul qilishi mumkinligini muhokama qiladi. Bunda til va madaniy tahlil bir-biridan ajralmaydi.

Raqamli muhitda media matn algoritm, reklama strategiyasi va oʻzini namoyish etish ehtiyoji bilan ham shakllanadi. Shu sababli ijtimoiy tarmoq postini “hayotning oʻzi” sifatida emas, maqsad va auditoriya bilan shartlangan diskurs sifatida koʻrish kerak. Bu nuqtada media savodxonligi va madaniyatlararo kompetensiya oʻzaro tutashadi.

METODIK KETMA-KETLIK

Bosqich	Talaba faoliyati	Natija
Kirish	Kontekst, auditoriya va mavzu haqida dastlabki taxmin yaratadi.	Materialni qabul qilish uchun tayanch hosil boʻladi.
Mazmunni anglash	Asosiy gʻoya, muallif pozitsiyasi va dalillarni ajratadi.	Global comprehension rivojlanadi.
Madaniy interpretatsiya	Mazmunni kontekst, qadriyat va auditoriya bilan bogʻlaydi.	Bir tomonlama umumlashtirish kamayadi.
Qiyoslash	Ikki yoki uch xil manbadagi pozitsiyalarni taqqoslaydi.	Pozitsiyalar xilma-xilligi anglanadi.
Kommunikativ qayta ishlash	Yangi auditoriya uchun sharh, audio xabar, tavsiya yoki dialog yaratadi.	Produktiv til koʻnikmalari faollashadi.
Refleksiya	Dastlabki taxmin va yakuniy xulosani qiyoslaydi.	Oʻz fikrlash strategiyasi nazorat qilinadi.

Materialni soddalashtirishdan koʻra topshiriqni moslashtirish koʻpincha samaraliroq. Masalan, B1 darajadagi talaba podkastning har bir jumlasini tushunishi shart emas; u asosiy

pozitsiyani, ikki dalilni va muhokama uchun zarur bo‘lgan fragmentlarni aniqlashi mumkin. Shunda real nutqning xususiyatlari saqlanadi, lekin vazifa boshqariladigan bo‘ladi.

Bir mavzu bo‘yicha turli janrdagi ikki yoki uch manbani qiyoslash alohida ahamiyatga ega. Masalan, work-life balance mavzusida rasmiy yangilik, shaxsiy vlog va kompaniya reklamasini qiyoslash muallif maqsadi va auditoriya mazmunni qanday o‘zgartirishini ko‘rsatadi. Wei va Banegas madaniy materiallarni talaba markazidagi tajribaviy faoliyat bilan boyitish zarurligini ta’kidlaydi [5].

Roarty va Hagley tavsiflagan virtual almashinuv tajribalarida o‘quvchilarning boshqa madaniyatlar haqidagi bilimlari va interaksion ishonchi rivojlangan [6]. Bunda media material real suhbatning o‘rnini bosmaydi, balki unga tayyorgarlik vositasi bo‘lib xizmat qiladi.

BAHOLASH

Baholashda faqat grammatik to‘g‘rilik bilan cheklanmaslik zarur. Talabaning asosiy g‘oyani aniqlashi, muallif pozitsiyasini ko‘rishi, dalilni materialga bog‘lashi, muqobil madaniy talqinni tan olishi va yangi auditoriya uchun mos kommunikativ mahsulot yaratishi ham e’tiborga olinadi.

Bunday baholash uchun mazmunni anglash, madaniy interpretatsiya, dalillash, kommunikativ moslashuv va refleksiya mezonlari qo‘llanishi mumkin. Yuqori natija “to‘g‘ri madaniy javob”ni topish bilan emas, asoslangan va kontekstual pozitsiyani ingliz tilida aniq ifodalash bilan belgilanadi.

XULOSA

Autentik media materiallar ingliz tilini o‘qitishda real nutq namunalarini ko‘rsatishdan kengroq didaktik salohiyatga ega. Ular talabaning til, madaniyat va media mazmunini birgalikda tahlil qilishiga, turli pozitsiyalarni ko‘rishiga va o‘z fikrini yangi kommunikativ vaziyatda qayta shakllantirishiga sharoit yaratadi.

Autentiklik materialning manbasi bilan emas, talabaning u bilan bajaradigan maqsadli faoliyati orqali ta’limiy ahamiyat kasb etadi. Shu sababli material tanlash, topshiriq dizayni, qiyoslash va refleksiya yagona metodik tizim sifatida tashkil etilishi lozim.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

1. Gilmore A. Authentic materials and authenticity in foreign language learning // *Language Teaching*. – 2007. – Vol. 40, No. 2. – P. 97–118. – DOI: 10.1017/S0261444807004144.
2. Bernal Pinzón A. N. Authentic Materials and Tasks as Mediators to Develop EFL Students’ Intercultural Competence // *HOW*. – 2020. – Vol. 27, No. 1. – P. 29–46. – DOI: 10.19183/how.27.1.515.
3. Byram M., Wagner M. Making a Difference: Language Teaching for Intercultural and International Dialogue // *Foreign Language Annals*. – 2018. – Vol. 51, No. 1. – P. 140–151. – DOI: 10.1111/flan.12319.
4. Byram M. A Model for Intercultural Communicative Competence // *Teaching and Assessing Intercultural Communicative Competence: Revisited*. – Bristol; Blue Ridge Summit: Multilingual Matters, 2021. – P. 40–81. – DOI: 10.21832/9781800410251-006.

5. Wei Y., Banegas D. L. Intercultural Communicative Competence in TESOL Materials // The TESOL Encyclopedia of English Language Teaching. – Wiley, 2026. – P. 1–7. – DOI: 10.1002/9781118784235.eelt1115.

6. Roarty A., Hagley E. Using Virtual Exchange to Develop Intercultural Understanding in EFL Students // TESL-EJ. – 2021. – Vol. 25, No. 3. – P. 1–9.