

Formation of foreign students' reading skills based on advertising and PR texts

Erkinova Xolida Aktamovna

Tashkent State University of Uzbek Language

and Literature named after Alisher Navoi

Master's student, Uzbek Language and Literature

Abstract

The article studies the innovative approach to the formation of reading skills and qualifications of university students, as well as the development of knowledge on the basis of advertising and PR, the development of independent thinking, the development of skills in analyzing works of art. It is assumed that this should include the ability to enter into social relationships and knowledge of the culture and customs of a foreign language.

Keywords: Foreign students, innovative technologies, advertising and PR texts, information, modern approaches, exercises and methods.

Annotatsiya

Maqolada oliygoh talabalarining o'qish ko'nikma va malakasini shakllantirishda hamda reklama va PR asosida bilimlarini rivojlantirish, mustaqil fikrlash, badiiy asarlarni tahlil qilish ko'nikmalari o'sishiga innovatsion yondashish asosda o'rganiladi. Bu esa ijtimoiy munosabatlarga kirisha olish va xorij tilining madaniyati, urf-odatlar haqida bilimlarga ega bo'lishi kerak.

Kalit so'zlar: Xorijlik talabalar, innovatsion texnologiyalar, reklama va PR matnlar, axborot, zamonaviy yondashuvlar, mashq va metodikalar.

Kirish

Hozirgi kunda zamonaviy ta'limning oldida turgan muammolardan biri yangi, ijtimoiy fikrlovchi shaxsni tarbiyalash, kamolotga yetkazish va o'zga tilni chuqur egallagan zamonaviy mutaxassislarni tayyorlashdan iborat. Yoshlarni istak xohishi, qobiliyati, iqtidoridan kelib chiqib ma'lum bir kasbga yo'naltirish va kelgusida unga shu tanlangan kasbning mohir ustasi bo'lib yetishiga yordam berishdir. Zero o'qitish jarayonida o'quvchilarga ta'limni o'rgatishda kommunikativ jarayonni yuqori bosqichga ko'tarish, o'quv jarayonini samaradorligini oshirishga, o'quvchilarni til o'rgatishdagi tayanch kompetensiyasilarini rivojlantirishga sezilarli, ijobiy ta'sir ko'rsatadi. Bo'lajak kasb egalari o'z sohalariga oid xorijiy ilg'or texnologiyalardan va xorijiy tajribalardan xabardor bo'lishlari uchun xalqaro nutqiy muloqot vositasi bo'lmish chet tillarni o'rganishi bugungi kunning asosiy

talablaridan biriga aylanib bormoqda. Har bir sohaning mutaxassisi chet tili yordamida o'zlarining xorijlik hamkasblari bilan reklama va PR mavzularida nutqiy muloqotga kirisha olishlari va o'z fikrlarini ifodalay olishi talab etiladi. Buning uchun esa ular kasbiy mavzularini yozma va og'zaki nutq ko'nikma va malakalarini shakllantirish taqozo etadi. PR haqida qisqacha to'xtaladigan bo'lsam. PR (o'qilishi — piar) — inglizcha "public „relations“, ya'ni jamoatchilik bilan aloqalar ma'nosini anglatadi. PR (Jamoatchilik bilan aloqalar) — Tashkilot yoki shaxs va ularning auditoriyasi yoki jamoatchilik fikrini yaxshiroq tushunish va ijobiy jamoatchilik fikrini yaratish maqsadida kanallar va axborot oqimini boshqarish san'ati va fani XXI asr — raqamli axborot asrida PR 2000-yillarning boshlarida PR nihoyatda ommalashdi, chunki Internet axborotlarni ommaga osonlikcha taqdim etadigan platformani yaratgan edi.

Jamoatchilik bilan aloqalar bo'yicha mutaxassis ixtisoslashtirilgan aloqa rejasini tuzadi va ijobiy brend imidjini va maqsadli auditoriya bilan mustahkam aloqani yaratish va qo'llab-quvvatlash uchun ommaviy axborot vositalari va boshqa to'g'ridan-to'g'ri va bilvosita vositalardan foydalanadi. Oddiy qilib aytganda, jamoatchilik bilan aloqalar — bu tashkilot va uning brendlari obro'sini saqlab qolish uchun tashkilotga tegishli ma'lumotlarni ommaga chiqarish va tarqatishni boshqarishning strategik jarayoni. Ushbu jarayon quyidagilarga qaratilgan bo'ladi:

Qanday axborotlar e'lon qilinishi kerakligi;
Axborotlarni qanday tuzish kerakligi;
Axborotlar qanday taqdim qilinishi kerakligi va Axborotni chiqarish uchun qanday ommaviy axborot vositalaridan foydalanish kerakligi;

O'qish murakkab retseptiv aqliy faoliyat hisoblanib, u ma'lumot olish manbaidir. O'qish doimo tayyor holdagi nutq axbarotini idrok qilishga ma'lumot yo'nalgan bo'ladi.¹

Tadqiqotining ilmiy yangiligi shundan iboratki, birinchi marta xorijiy talabalar – filolog va gumanitar fanlar talabalariga rus tilida kasbiy yo'naltirilgan o'qishni o'rgatishda reklama va rus tilidagi matnlardan foydalanishning didaktik samaradorligi o'rganildi. Metodika bo'yicha olib borilishi taklif etilayotgan o'qish sohasida chet ellik talabalar erishishi kerak bo'lgan va erishish mumkin bo'lgan kommunikativ kompetentsiyaning tarkibiy va darajalari belgilandi. Maqolaning nazariy ahamiyati kasbga yo'naltirilgan o'qishni o'rgatish innovatsion yondashuvlarini tavsiflash va asoslashda, natijada ma'lumotlarning mazmuni, shaxsiy ahamiyati, dolzarbligi, talablariga javob beradigan har xil turdagi reklama xabarlarini o'quv jarayoniga kiritish asosida kasbiy va

kommunikativ kompetentsiyani shakllantirishdan iborat. madaniyatlar polilogi, shu jumladan boshqaruv va ishbilarmonlik nuqtai nazaridan o'zbek tilini chet tili sifatida o'rgatishda reklama va PR matnlaridan foydalanish samaradorligini oshiradi.²

Ishning amaliy ahamiyati shundaki, tadqiqot natijalari Rossiya Xalqlar do'stligi universitetining filologiya fakultetida xorijlik talabalarga o'z mutaxassisliklari tilini o'rgatish amaliyotida allaqachon qo'llanilmoqda ulardan filologiya va gumanitar fanlar yo'nalishida tahsil olayotgan chet ellik talabalar uchun rus tili bo'yicha o'quv qo'llanmalarini ishlab chiqishda foydalanish mumkin. Olingan ma'lumotlar rus tili bo'yicha dasturlar va talablarni so'zlashda (rus tilini chet tili sifatida bilishning II - III sertifikatlash darajalari), englis, rus tilini chet tili sifatida rus tili bo'yicha davlat test tizimi - TRKI doirasida standart testlarni yaratishda hisobga olinishi mumkin. Tadqiqotning amaliy ahamiyati, shuningdek, reklama va xorijiy tilidagi matnlarning semantik-stilistik, mantiqiy-kompozitsion xususiyatlarini va madaniyatlar polilogi kontekstida qurilgan o'quv jarayonida qo'llashning didaktik asoslarini o'rganishdan iborat.³ Reklama va PR matnlaridan foydalanish o'qish ko'nikmalarini rivojlantirishda samarali vasita bo'lishi mumkin.

Bu matnlar qisqa, aniq va ko'pincha vizual elementlar bilan boyitilgan bo'lib, o'quvchilarga mantrni tez va samarali tahlil qilishni o'rgatadi.

Reklama va PR matnlarining o'qish ko'nikmalarini rivojlanishdagi roli:

➤ Qisqa va aniq tuzilma;
Reklama va PR matnlari odatda qisqa va aniq bo'lib, o'quvchilarga asosiy

¹Hoshimov O', I Inglis tili O'qitish metodikasi, Toshkent, 2023 yil.

²Pedagogika fanlari doktori Samosenkova, Tatyana Vladimirovna. Uzluksiz ta'lim sharoitida chet ellik talaba-filologlarning professional nutqiy muloqot madaniyatini o'qitishning uslubiy tizimi, 2004 yil.

³ Panina, Elena Yuryevna. Reklama matnlari kasbiy yo'naltirilgan kommunikativ kompetentsiyasini rivojlantirish vositasi sifatida: Toshkent, 1999y

g'oyani tezda aniqlash imkonini beradi. Bu ayniqsa O'qish tezligini oshirish va asosiy ma'lumotni ajratib olishda foydalidir;

➤ Vizual elementlar bilan boyitilgan matnlar;

Reklama va PR materiallari ko'pincha rasm, diagramma yoki infografikalar bilan to'ldirilgan bo'lib, bu o'quvchilarga matnni yaxshiroq tushunishga yordam beradi. Masalan, Picture superiority effect (rasm ustunligi effekti) nazariyasi shuni ko'rsatadiki, rasm va matn birgalikdataqdim etilganda, ma'lumot yaxshiroq esda qoladi.

➤ Tahliliy va tanqidiy fikrlashni rivojlantirish;⁴

Reklama va PR matnlarini tahlil qilish orqali o'quvchilar matnning tuzilishi, uslubi va maqsadini o'rganadi. Bu o'z navbatida tanqidiy fikrlash ko'nikmalarini rivojlantiradi. Zamonamizda til o'rganish jarayonida o'quvchilarning o'qish ko'nikmalarini rivojlantirish muhim ahamiyat kasb etadi. Ayniqsa, xorijlik talabalar uchun o'z tillarida noan'anaviy va amaliy matnlar bilan ishlash samarali usul hisoblanadi.

Xorijlik talabalar uchun mashq va metodikalar:

Matnlarni qismlarga bo'lib o'eganish;

Savol-javob usullari;

Matnni tahlil qilish va muhokama qilish usullari;

Reklama matni yaratish.⁵

Xulosa qilib aytadigan bo'lsam ommaviy axborot vositalari har doim jamiyat taraqqiyotining ko'zgusi, yoshlarning ongi, dunyoqarashi, siyosiy saviyasining shakllanishida asosiy vositalardan biri bo'lib kelgan. Bundan tashqari yoshlarning huquqiy savodxonligini yuksaltirish, ularning huquq va burchlarini tushuntirish hamda kundalik turmushda yuzaga kelayotgan muammo, kamchiliklarni hal etishda o'zlarining bilimlariga tayangan holda ish yuritishlari kerak.

Adabiyotlar ro'yxati

Hoshimov O', I Ingilis tili O'qitish metodikasi, Toshkent, 2023y.

pedagogika fanlari doktori Samosenkova, Tatyana Vladimirovna. Uzluksiz ta'lim sharoitida chet ellik talaba-filologlarning professional nutqiy muloqot madaniyatini o'qitishning uslubiy tizimi, 2004y.

Panina, Elena Yuryevna Reklama matnlari kasbiy yo'naltirilgan kommunikativ kompetentsiyasini rivojlantirish vositasi sifatida: Toshkent, 1999y.

Nazarov Sh. Reklama va PR asarlari Iqtisod-Moliya Toshkent, 2022y.

G'aniyev T Nutq malakalari va ularni rivojlantirish texnologiyasi, Toshkent, 2020y.

Xodjayev N.X. "Boshlang'ich ta'lim metodikasi". Toshkent: TDPU nashriyoti, 2015.

Qodirov A. "Axborot texnologiyalari va ta'lim". Toshkent: Ilm Ziyo, 2020.

⁴ Nazarov Sh. Reklama va PR asarlari Iqtisod-Moliya Toshkent, 2022y.

⁵ G'aniyev T Nutq malakalari va ularni rivojlantirish texnologiyasi, Toshkent, 2020y.