

e-ISSN 3060-5059

DOI: 10.67227



IJTIMOIY-GUMANITAR SOHADA ILMIY-INNOVATSION TADQIQOTLAR

ILMIY METODIK JURNAL

Scientific and Innovative Research in
Social and Humanitarian Studies

Vol. 3 • Issue 8

2026



Founded in 2024



publishscience.uz



publish_science_journal@mail.ru



PEER REVIEWED • OPEN ACCESS

MOTIVATSION NUTQ GENEZISI VA UNI O'RGANISHNING NAZARIY ASOSLARI

Fayzullayeva Zulayho Odiljon qizi

Sharda University Uzbekistan, o'qituvchi.

e-mail: zulajhofajzullaeva4@gmail.com ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-6601-982X>

Annotatsiya.

Maqolada motivatsion nutqning tarixiy shakllanishi va nutqiy aktlar nazariyasi asosidagi pragmatik tabiati tahlil qilinadi. Tarixiy-genetik, tavsifiy va pragmatik tahlil yordamida uning lokutiv, illokutiv hamda perlokutiv tarkibi, kommunikativ strategiyalari va zamonaviy raqamli diskursdagi funksional xususiyatlari tizimlashtiriladi.

Kalit so'zlar: motivatsion nutq, genezis, nutqiy akt, illokutsiya, perlokutsiya, pragmatika, diskurs, konseptual metafora.

ГЕНЕЗИС МОТИВАЦИОННОЙ РЕЧИ И ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ЕЁ ИЗУЧЕНИЯ

Файзуллаева Зулайхо Одилжон кизи

Sharda University Uzbekistan, преподаватель.

Аннотация.

В статье анализируются историческое формирование мотивационной речи и её прагматическая природа в рамках теории речевых актов. С помощью историко-генетического, описательного и прагматического анализа систематизируются локутивные, иллокутивные и перлокутивные компоненты, коммуникативные стратегии и функциональные особенности мотивационной речи в современном цифровом дискурсе.

Ключевые слова: мотивационная речь, генезис, речевой акт, иллокуция, перлокуция, прагматика, дискурс, концептуальная метафора.

THE GENESIS OF MOTIVATIONAL SPEECH AND THE THEORETICAL FOUNDATIONS OF ITS STUDY

Fayzullayeva Zulayho Odiljon qizi

Sharda University Uzbekistan, Lecturer.

Abstract.

The article examines the historical development of motivational speech and its pragmatic nature within speech act theory. Historical-genetic, descriptive, and pragmatic analysis is used to systematize its locutionary, illocutionary, and perlocutionary components, communicative strategies, and functional features in contemporary digital discourse.

Keywords: motivational speech, genesis, speech act, illocution, perlocution, pragmatics, discourse, conceptual metaphor.

Kirish. XXI asr kommunikativ makonining raqamli platformalar, onlayn ta'lim, ommaviy axborot vositalari va ijtimoiy tarmoqlar hisobiga kengayishi nutqning faqat ma'lumot yetkazuvchi emas, balki auditoriyaning qarori, hissiy holati va xulq-atvoriga ta'sir ko'rsatuvchi vosita sifatidagi rolini kuchaytirdi. Mazkur sharoitda motivatsion nutq shaxsni maqsad sari yo'naltirish, ichki imkoniyatlarini faollashtirish, muammoga nisbatan konstruktiv munosabatni shakllantirish va muayyan faoliyatga undashga qaratilgan kommunikativ hodisa sifatida alohida ilmiy ahamiyat kasb etmoqda. U ta'lim, biznes, sport, siyosiy kommunikatsiya, psixologik maslahat, media va kundalik muloqotda turli janriy shakllarda namoyon bo'ladi.

Motivatsion nutqni oddiy ruhlantiruvchi gaplar majmui sifatida talqin qilish uning lingvistik tabiatini toraytiradi. Bunday nutqda mazmun, so'zlovchining kommunikativ niyati, auditoriya haqidagi tasavvuri, tanlangan verbal va nonverbal vositalar hamda tinglovchida yuzaga kelishi ko'zda tutilgan natija yagona pragmatik tizimni tashkil etadi. Demak, motivatsionlik matnning alohida bir so'zida emas, balki nutqiy vaziyat, maqsad, strategiya va kutilayotgan ta'sirning o'zaro munosabatida yuzaga keladi. Shu sababli motivatsion nutqni pragmalingsvistika, diskurs tahlili, kognitiv tilshunoslik va psixolingsvistika kesishmasida o'rganish maqsadga muvofiqdir.

"Genezis" tushunchasi hodisaning kelib chiqishi, shakllanish omillari va tarixiy rivojlanish bosqichlarini anglatadi. Motivatsion nutq genezisi insoniyatning dastlabki marosimiy chaqiriqlari, xalq og'zaki ijodidagi pand-nasihatlar, diniy va axloqiy da'vatlar, sarkardalar murojaatlari hamda klassik notiqlik an'analari boshlanib, zamonaviy TED ma'ruzalari, podkastlar, videobloglar va qisqa raqamli kontentgacha davom etgan uzluksiz kommunikativ taraqqiyot sifatida qaraladi. Ushbu tarixiy jarayonda shakl va kanal o'zgargan bo'lsa-da, asosiy pragmatik maqsad — auditoriyani ishonitirish, ruhlantirish va harakatga undash — barqaror saqlanib qolgan.

Klassik ritorikada ishonitirishning so'zlovchi shaxsi, auditoriya hissiyoti va dalilning mantiqiyliги bilan bog'liq

omillari tizimlashtirilgan. Aristotelning *ethos*, *pathos* va *logos*ga asoslangan modeli motivatsion nutqning dastlabki nazariy poydevorlaridan biri sifatida baholanishi mumkin: notiqning ishonchliligi, tinglovchining hissiy holatini boshqarish va mantiqiy asoslangan fikr birgalikda ta'sirchanlikni yuzaga keltiradi [1; 8–10-b.]. Zamonaviy motivatsion diskursda ham ushbu uchlik shaxsiy tajriba, hikoya, statistika, emotsional leksika, vizual tasvir va ovoz xususiyatlari orqali qayta namoyon bo'ladi.

Motivatsion nutqni bevosita lingvopragmatik tahlil qilish uchun nutqiy aktlar nazariyasi eng muhim metodologik asoslardan biridir. J. L. Austin nutqni lokutiv, illokutiv va perlokutiv aktlar birligi sifatida tushuntirib, aytilgan gapning mazmuni, so'zlovchining shu gap orqali bajarayotgan harakati va tinglovchida yuzaga keladigan ta'sirni farqlaydi [2; 94–108-b.]. Motivatsion nutqda mazkur uch sath ayniqsa yaqqol ko'rinadi: ma'lum fikr bayon qilinadi, shu fikr orqali dalda berish yoki undash amalga oshiriladi va natijada tinglovchining munosabati yoki harakatida o'zgarish kutiladi.

Mavzuga oid tadqiqotlarda ritorika, nutqiy akt, konseptual metafora, o'z-o'ziga ishonch va raqamli diskursning ayrim jihatlari keng yoritilgan. Biroq motivatsion nutqning tarixiy genezisi, nutqiy aktlar o'rtasidagi funksional munosabat va raqamli kommunikatsiyadagi transformatsiyasini yagona nazariy model doirasida tushuntirish masalasi yetarli darajada tizimlashtirilmagan. Ayniqsa, motivatsion nutqning alohida gap darajasidagi akt emas, balki ko'plab mikroaktlardan tuzilgan murakkab makroakt sifatidagi tabiati chuqurroq izohni talab qiladi.

Tadqiqotning maqsadi motivatsion nutq genezisini tarixiy-nazariy nuqtayi nazardan tahlil qilish, uning nutqiy aktlar nazariyasi doirasidagi pragmatik tuzilishini aniqlash va zamonaviy raqamli diskursdagi funksional xususiyatlarini tizimlashtirishdan iborat. Tadqiqot obyekti motivatsion nutq, predmeti esa uning genezisi, lokutiv-illokutiv-perlokutiv tuzilishi, kommunikativ strategiyalari va ta'sir mexanizmlaridir. Maqsadga erishish uchun motivatsion nutqning tarixiy bosqichlarini ajratish, asosiy nazariy yondashuvlarni qiyoslash, nutqiy akt turlarining funksiyasini izohlash hamda auditoriya va kontekst omillarining perlokutiv samaraga ta'sirini belgilash vazifalari qo'yildi.

Maqolaning ilmiy yangiligi motivatsion nutqni tarixiy taraqqiyot, nutqiy aktlar ierarxiyasi va raqamli multimodallikni birlashtiruvchi nazariy model asosida tavsiflashga urinishda namoyon bo'ladi. Taklif etilayotgan yondashuvda motivatsion nutqning samaradorligi faqat buyruq yoki da'vat shakllarining mavjudligi bilan emas, balki mazmuniy asos, illokutiv kuch, auditoriyaga mos strategiya va real yoki kutilayotgan perlokutiv natijaning uyg'unligi bilan izohlanadi.

Adabiyotlar tahlili va metodologiya.

Motivatsion nutqning nazariy ildizlari avvalo klassik ritorika bilan bog'liq. Ritorik an'anada nutqning ta'sirchanligi notiqning axloqiy qiyofasi, dalillarning asoslanganligi va auditoriya hissiyotlariga ta'sir ko'rsatish qobiliyati bilan izohlanadi. Mazkur tamoyillar motivatsion nutq uchun ham dolzarb: tinglovchi so'zlovchiga ishonmasa, dalilni o'z hayotiy tajribasi bilan bog'lay olmasa yoki emotsional jalb etilmasa, da'vatning perlokutiv samarasi pasayadi. Shuning uchun klassik ritorika motivatsion nutqning tarixiy manbai bo'lish bilan birga, uning kommunikativ samaradorligini baholash mezonlarini ham beradi.

Nutqiy aktlar nazariyasi motivatsion nutqning "so'z orqali harakat bajarish" xususiyatini tushuntiradi. Austin modelida lokutiv akt grammatik va semantik jihatdan mazmunli ifodani yaratadi; illokutiv akt maslahat berish, ogohlantirish, va'da qilish, ruhlantirish yoki talab qilish kabi kommunikativ kuchni yuzaga chiqaradi; perlokutiv akt esa tinglovchini ishontrish, tasalli berish, qo'rquvini kamaytirish yoki faoliyatga undash kabi natijalarni anglatadi [2; 94–108-b.]. Motivatsion nutqning o'ziga xosligi shundaki, uning asosiy qiymati ko'pincha perlokutiv maqsad bilan belgilanadi, biroq mazkur maqsad aniq lokutiv asos va kontekstga mos illokutiv vositasiz amalga oshmaydi.

J. R. Searle illokutiv aktlarni assertiv, direktiv, komissiv, ekspressiv va deklarativ turlarga ajratadi [3; 354–361-b.]. Motivatsion nutqda assertivlar muammoni talqin qilish va dalillarni bayon etishga, direktivlar tinglovchini harakatga undashga, komissivlar so'zlovchining majburiyat yoki hamkorlikka tayyorligini bildirishga, ekspressivlar esa qo'llab-quvvatlash, maqtov va hamdardlikni ifodalashga xizmat qiladi. Deklarativ aktlar motivatsion diskursda nisbatan kam uchrasa-da, institutsional vaziyatlarda, masalan, mukofotlash yoki yangi maqomni e'lon qilish jarayonida motivatsion qiymat kasb etishi mumkin. Shunday qilib, motivatsion nutq bitta akt turiga tenglashtirilmaydi; u turli illokutiv kuchlarning maqsadli kombinatsiyasidir.

H. P. Gricening kooperatsiya prinsipi hamda miqdor, sifat, munosabat va usul maksimlari motivatsion nutqning ishonchlilik va tushunarlik mezonlarini belgilashga yordam beradi [4; 45–47-b.]. Haddan tashqari umumiy, tekshirilmagan yoki auditoriya ehtiyojiga aloqasiz da'vatlar qisqa muddatli emotsional ta'sir uyg'otishi mumkin, biroq barqaror motivatsiyani shakllantirmaydi. Aksincha, aniq maqsad, real imkoniyat, tushunarli reja va ishonchli misolga asoslangan nutq tinglovchining faol qaror qabul qilishiga ko'proq yordam beradi. Shu jihatdan motivatsion kommunikatsiyaning etikasi pragmatik samaradorlikdan ajralmaydi.

Kognitiv tilshunoslik motivatsion nutqda abstrakt maqsadlar va murakkab hayotiy vaziyatlarning obrazli shaklda anglanishini tushuntiradi. G. Lakoff va M. Johnson metaforaning faqat bezak vositasi emas, balki tafakkurni tashkil qiluvchi konseptual mexanizm ekanini ko'rsatadi [5; 3–13-b.]. "Hayot – yo'l", "maqsad – manzil", "muvaffaqiyat – cho'qqi", "muammo – to'siq", "bilim – kalit" kabi modellar tinglovchiga mavhum g'oyalarni kundalik tajriba orqali anglash imkonini beradi. Biroq metafora voqelikning ayrim tomonlarini yoritib, boshqalarini yashirishi mumkin; shu sababli motivatsion nutqda uning soddalashtiruvchi va baholovchi ta'siri ham tanqidiy hisobga olinishi zarur.

Motivatsion ta'sirning psixologik asoslarini izohlashda A. Banduraning *self-efficacy*, ya'ni shaxsning o'z faoliyatini muvaffaqiyatli bajarish qobiliyatiga bo'lgan ishonchi haqidagi qarashlari muhimdir. Olim o'zlashtirilgan muvaffaqiyat tajribasi, boshqalarni kuzatish, verbal ishontrish va emotsional holatni o'z-o'ziga ishonch manbalari sifatida ko'rsatadi [6; 191–215-b.]. Motivatsion nutqda real muvaffaqiyat namunasi, bosqichma-bosqich reja va asosli dalda berish tinglovchining "men buni bajara olaman" degan ichki pozitsiyasini kuchaytirishi mumkin. Shunga qaramay, verbal rag'bat

real imkoniyat, resurs va sharoitni inkor qilmasligi lozim.

Diskurs yondashuvi motivatsion nutqni alohida gaplar yig'indisi emas, balki ijtimoiy vaziyat, ishtirokchilar roli, bilim, qadriyat va maqsadlar bilan bog'langan kommunikativ hodisa sifatida o'rganadi. T. A. van Dijk kontekstni kommunikativ vaziyatning oddiy tashqi tavsifi emas, balki ishtirokchilar ongida shakllanadigan va nutqni boshqaradigan model sifatida talqin qiladi [7; 16–20-b.]. Shu nuqtayi nazardan bir xil motivatsion formula turli yosh, kasb, madaniyat yoki psixologik holatga ega auditoriyalarda turlicha samara beradi. Auditoriya tahlili motivatsion nutqni tayyorlashning majburiy pragmatik bosqichi bo'lishi kerak.

Raqamli platformalar motivatsion nutqning multimodal tabiatini kuchaytirdi. Video va audio formatlarda so'z ma'nosi intonatsiya, temp, pauza, mimika, jest, musiqa, subtitrlar, tasvir va montaj bilan birgalikda idrok etiladi. Multimodal diskurs nazariyasida ma'no turli semiotik resurslarning uyg'unligi orqali yaratilishi ta'kidlanadi [8; 1–8-b.]. Shu sababli onlayn motivatsion nutqning perlokutiv kuchini faqat verbal matn asosida baholash to'liq natija bermaydi; uning vizual va akustik komponentlari ham tahlil birligi sifatida qaralishi zarur.

Tadqiqot nazariy-tahliliy xarakterga ega. Material sifatida klassik ritorika, nutqiy aktlar nazariyasi, pragmatika, kognitiv metafora, *self-efficacy*, kontekst va multimodal diskursga oid asosiy ilmiy manbalar tanlandi. Tahlilda tarixiy-genetik metod motivatsion nutq rivojining asosiy bosqichlarini aniqlash uchun; tavsifiy metod uning lingvistik va pragmatik belgilarini bayon qilish uchun; qiyosiy-nazariy metod turli konsepsiyalarning tushuntirish imkoniyatlarini solishtirish uchun; pragmatik va diskursiv tahlil esa illokutiv maqsad, auditoriya, kontekst va kutilayotgan perlokutiv ta'sir o'rtasidagi munosabatni izohlash uchun qo'llandi.

Tahlil jarayonida motivatsion nutqning alohida namunalariga oid mulohazalar illustrativ xarakterda qo'llanildi; maqolada empirik korpus yoki statistik chastota natijalari da'vo qilinmaydi. Shu bois "ustun", "samarali" yoki "ta'sirchan" kabi baholar nazariy manbalar sintezi asosida berildi va ularni kelgusida ingliz, rus hamda o'zbek tillaridagi onlayn motivatsion nutqlar korpusi orqali tekshirish talab etiladi. Mazkur cheklov tadqiqot natijalarini nazariy model sifatida talqin qilish zarurligini ko'rsatadi.

Sun'iy intellektidan foydalanish to'g'risida izoh: maqola matnini texnik tahrirlash, IMRAD tuzilmasiga moslashtirish va til jihatdan silliqlash jarayonida generativ sun'iy intellekt vositasidan foydalanildi. Ilmiy mazmun, manbalarni tanlash, keltirilgan xulosalarning haqqoniyligi va yakuniy matn uchun muallif shaxsan javobgardir.

Muhokama.

Nazariy manbalar sintezi motivatsion nutq genezisini to'rtta shartli bosqichga ajratish imkonini beradi. Birinchi bosqich marosimiy, mifologik va og'zaki-an'anaviy kommunikatsiya bilan bog'liq bo'lib, unda jamoaviy birdamlik, jasorat va axloqiy me'yorlarni mustahkamlovchi da'vatlar ustun bo'lgan. Ikkinchi bosqich klassik ritorika davri bo'lib, ishtirokchilar usullari va notiq-auditoriya munosabati nazariy jihatdan tizimlashtirilgan. Uchinchi bosqich XX asr pragmatik va psixologik paradigmatlari ta'sirida nutqning harakat va ta'sir sifatidagi mohiyati ilmiy tushuntirilgan davrdir. To'rtinchi bosqich esa raqamli va multimodal kommunikatsiya davri bo'lib, motivatsion nutq ommaviy, tezkor, qisqa va algoritmik tarqaladigan kontentga aylangan.

Mazkur periodizatsiya tarixiy shakllar o'rtasida qat'iy chegara mavjudligini anglatmaydi. Aksincha, zamonaviy motivatsion nutqda qadimgi da'vat, klassik ritorik uchlik, psixologik rag'bat va raqamli vizualizatsiya bir vaqtda qo'llanishi mumkin. Masalan, shaxsiy muvaffaqiyat hikoyasi ethosni mustahkamlaydi, muammo haqidagi emotsional tasvir pathosni yuzaga chiqaradi, aniq bosqichlar va dalillar logosni ta'minlaydi, yakuniy "Bugun boshlang" tipidagi direktiv esa harakatga undaydi. Shunday qilib, motivatsion diskurs tarixiy qatlamlarning funksional sintezidir.

Nutqiy aktlar nuqtayi nazaridan motivatsion nutqni makroillokutiv akt sifatida talqin qilish maqsadga muvofiq. Uning umumiy maqsadi motivatsiya hosil qilish bo'lsa-da, bu maqsad ketma-ket yoki parallel joylashgan mikroaktlar orqali amalga oshadi. Dastlab assertiv aktlar vaziyatni izohlaydi: muammo tabiiy ekanligi, o'zgarish mumkinligi yoki tajriba mavjudligi bayon qilinadi. Keyin ekspressiv aktlar samimiylik va qo'llab-quvvatlashni kuchaytiradi. Direktiv aktlar aniq harakatni taklif qiladi, komissiv aktlar esa hamkorlik yoki kelajakdagi majburiyatni ifodalaydi. Mazkur ketma-ketlik tinglovchining qarshiligini kamaytirib, da'vatni qabul qilish uchun pragmatik zamin yaratadi.

Direktiv akt motivatsion nutqda markaziy o'rin tutadi, biroq u buyruq shaklida berilishi shart emas. "Harakatni bugun boshlang" bevosita direktiv bo'lsa, "Siz birinchi kichik qadamni qaysi vaqtda qo'ya olasiz?" ritorik yoki savol shaklidagi bilvosita direktivdir. Bilvosita shakl tinglovchining avtonomiyasini saqlaydi va qarorni o'zi qabul qilayotgandek his qilishiga yordam beradi. Shu bois ta'lim va psixologik qo'llab-quvvatlash kontekstida keskin buyruqlardan ko'ra maslahat, taklif va birgalikdagi rejalashtirishga asoslangan direktivlar ko'proq etik va pragmatik jihatdan maqbuldir.

Assertiv aktlarning vazifasi faqat ma'lumot berish emas, balki motivatsion da'vat uchun epistemik asos yaratishdir. Shaxsiy tajriba, tekshiriladigan dalil, sabab-oqibat izohi va real cheklovlarni tan olish notiqning ishonchliligini oshiradi. Biroq "hamma narsa faqat o'zingizga bog'liq" kabi mutlaq assertivlar ijtimoiy, iqtisodiy yoki psixologik sharoitlarni inkor qilishi mumkin. Bunday soddalashtirish qisqa emotsional ko'tarinkilik bersa-da, muvaffaqiyatsizlik holatida tinglovchida aybdorlik hissinin kuchaytirishi ehtimoli bor. Demak, motivatsion nutqning samaradorligi optimizm bilan realistik baholash o'rtasidagi muvozanatga bog'liq.

Ekspressiv aktlar motivatsion muloqotning emotsional aloqasini ta'minlaydi. Maqtov, minnatdorlik, hamdardlik, tabrik va dalda tinglovchining qadrlanish hissinin kuchaytiradi. Lekin umumiy va asossiz maqtov individual vaziyatga mos kelmasa, sun'iylik taassurotini uyg'otadi. Shu sababli ekspressiv akt aniq kuzatuv bilan birlashtirilishi kerak: "Siz qiyin vazifani tugatdingiz, demak, muntazamlikni saqlay olishingiz isbotlandi" kabi konstruksiyada baho fakt bilan asoslanadi. Bunday birlik assertiv va ekspressiv aktlarning qo'shilishi orqali o'z-o'ziga ishonchni kuchaytiradi.

Konseptual metaforalar motivatsion nutqning semantik va kognitiv tashkil etilishida muhim rol o'ynaydi. "Yo'l"

modeli maqsadni bosqichlarga ajratish, "to'siq" modeli muammoni vaqtinchalik sinov sifatida ko'rsatish, "cho'qqi" modeli yutuqning yuqori darajasini ifodalash imkonini beradi. Biroq "hayot – kurash" yoki "muvaffaqiyat – g'alaba" kabi urush metaforalari raqobatni haddan tashqari kuchaytirishi va hamkorlik jihatini yashirishi mumkin. Shuning uchun metafora tanlovi auditoriya qadriyatlarini va kommunikativ vazifaga mos bo'lishi, alternativ konseptual modellarni — "rivojlanish", "o'sish", "hamkorlik", "muvozanat" — bilan boyitilishi kerak.

Motivatsion nutqning perlokutiv natijasi to'liq nazorat qilinmaydi. So'zlovchi ruhlandıririshni maqsad qilgan bo'lsa ham, tinglovchi da'vatni bosim, tanbeh yoki manipulyatsiya sifatida qabul qilishi mumkin. Bunga auditoriyaning avvalgi tajribasi, ruhiy holati, so'zlovchiga munosabati, madaniy me'yorlar va nutqning aytilish usuli ta'sir qiladi. Demak, illokutiv maqsad bilan perlokutiv natija o'rtasida avtomatik tenglik yo'q. Tadqiqotchi motivatsion nutqni tahlil qilganda faqat "so'zlovchi nima demoqchi?" savolini emas, balki "auditoriya buni qanday qabul qilishi mumkin?" savolini ham qo'yishi lozim.

Onlayn motivatsion diskursda auditoriya ko'pincha aniq emas va platforma algoritmlari kontentning kimga yetib borishini qisman belgilaydi. Qisqa video formatlari diqqatni tez jalb qiluvchi sarlavha, takror, keskin qarama-qarshilik, fon musiqasi va subtitrlarni talab qiladi. Bu vositalar perlokutiv ta'sirni kuchaytirishi mumkin, ammo murakkab masalalarni soddalashtirish, kontekstdan uzilgan tavsiyalar va hissiy manipulyatsiya xavfini ham oshiradi. Raqamli motivatsion nutqning sifat mezonlari sifatida manbaning ishonchligi, da'voning tekshirilishi, auditoriya farovonligiga zarar yetkazmaslik va individual farqlarni hisobga olish taklif etiladi.

O'zbek, rus va ingliz tillaridagi motivatsion nutqlarni qiyoslash istiqbolida universal nutqiy akt turlari bilan milliy-madaniy realizatsiya vositalarini farqlash muhim. Direktiv, assertiv yoki ekspressiv aktlar barcha tillarda mavjud bo'lishi mumkin, biroq ularning bevositalik darajasi, murojaat shakli, hurmat vositalari, maqol va hikmatlardan foydalanish, individualizm yoki jamoaviylikka urg'u berish usuli farqlanadi. Shu sababli kelgusidagi empirik tadqiqotlarda bir xil mavzu, platforma va auditoriya parametrlariga ega ko'p tilli korpus yaratish, nutqiy aktlarni aniq mezonlar asosida kodlash va perlokutiv indikatorlarni izohlar, reaksiyalar yoki so'rovnoma ma'lumotlari orqali tekshirish zarur.

Muhokama natijalari motivatsion nutqni faqat ijobiy emotsiya ishlab chiqaruvchi janr sifatida emas, balki etik javobgarlikni talab qiluvchi ta'sir diskursi sifatida ko'rish kerakligini ko'rsatadi. Samarali motivatsion nutq tinglovchini o'z irodasidan mahrum qilmaydi, uning shaxsiy tajribasini inkor etmaydi va bajarib bo'lmaydigan da'valarni bermaydi. U muammoni tan oladi, imkoniyatni asoslaydi, amaliy qadamni taklif etadi va tinglovchining qaror qabul qilish huquqini saqlaydi. Aynan shu tamoyillar motivatsion nutqning pragmatik samaradorligi bilan ilmiy-axloqiy maqbulligini birlashtiradi.

Natijalar.

1. Nazariy tahlil motivatsion nutqni tinglovchining kognitiv, emotsional va xulqiy holatiga maqsadli ta'sir ko'rsatadigan murakkab makroakt sifatida belgilash imkonini berdi. Makroaktning umumiy illokutiv maqsadi motivatsiya hosil qilish bo'lib, u assertiv, direktiv, ekspressiv va komissiv mikroaktlarning o'zaro bog'langan tizimi orqali amalga oshadi.

2. Motivatsion nutq genezisi marosimiy-og'zaki, klassik-ritorik, pragmatik-psixologik va raqamli-multimodal bosqichlarga ajratildi. Ushbu bosqichlar bir-birini butunlay almashtirmaydi; zamonaviy nutqda oldingi davrlarning da'vat, hikoya, axloqiy baho va ishonitirish usullari yangi media vositalari bilan birikadi.

3. Motivatsion ta'sirning funksional modeli "lokutiv asos – illokutiv yo'naltirish – perlokutiv natija" zanjiri orqali tavsiflandi. Lokutiv mazmun muammoni va imkoniyatni tushuntiradi; illokutiv kuch rag'batlantirish, maslahat, da'vat yoki qo'llab-quvvatlashni amalga oshiradi; perlokutiv natija esa tinglovchining munosabati, qarori yoki harakatidagi o'zgarish bilan belgilanadi.

4. Direktiv aktlar motivatsion nutqning harakatga undovchi markazi ekani, biroq ularning ta'siri assertiv dalillash va ekspressiv qo'llab-quvvatlash bilan uyg'unlashgandagina kuchayishi aniqlandi. Bevosita buyruqdan tashqari maslahat, taklif, savol va birgalikdagi rejalashtirish shaklidagi bilvosita direktivlar auditoriya avtonomiyasini yaxshiroq saqlaydi.

5. Konseptual metafora motivatsion nutqda mavhum maqsad va qiyinchiliklarni kognitiv jihatdan tushunarli qilish vositasi sifatida belgilandi. Shu bilan birga, har bir metafora voqelikni tanlab yoritishi sababli "kurash" va "g'alaba" modellarni "o'sish", "yo'l", "hamkorlik" hamda "muvozanat" modellari bilan muvofiqlashtirish zarurligi asoslandi.

6. Raqamli motivatsion nutqning perlokutiv kuchi verbal matn, ovoz, tasvir, musiqa, subtitrlar va montajning multimodal birligi orqali shakllanishi ko'rsatildi. Shu bilan birga, algoritmik tarqalish va qisqa format soddalashtirish hamda manipulyativ ta'sir xavfini oshiradi; shuning uchun ishonchlik, kontekstga moslik va zarar yetkazmaslik asosiy etik mezonlar sifatida belgilandi.

7. Tadqiqotning amaliy natijasi sifatida motivatsion nutqni tahlil qilish uchun besh bosqichli sxema taklif etildi: 1) kommunikativ vaziyat va auditoriyani aniqlash; 2) lokutiv mazmunni ajratish; 3) illokutiv akt turlarini kodlash; 4) verbal va multimodal strategiyalarni tavsiflash; 5) kutilayotgan yoki qayd etilgan perlokutiv natijani baholash. Mazkur sxema ko'p tilli onlayn motivatsion diskurs korpusini o'rganishda metodik asos bo'lib xizmat qilishi mumkin.

Xulosa.

Motivatsion nutq uzoq tarixiy taraqqiyotga ega bo'lgan, zamonaviy raqamli muhitda yangi shakl va kanallar bilan boyigan lingvopragmatik hodisadir. Uning genezisi dastlabki jamoaviy da'vatlar va pand-nasihatlardan klassik ritorika, pragmatika, psixologik motivatsiya nazariyalari hamda multimodal onlayn diskursgacha bo'lgan uzviy rivojlanishni qamrab oladi. Tarixiy shakllar o'zgargan bo'lsa-da, tinglovchini ishonitirish, ruhlandırirish va faoliyatga yo'naltirish vazifasi uning funksional yadrosi bo'lib qolgan.

Nutqiy aktlar nazariyasi motivatsion nutqning ichki mexanizmini aniq tavsiflash imkonini beradi. Lokutiv mazmun,

illokutiv maqsad va perlokutiv ta'sir bir-biridan farqlanadi, lekin real kommunikatsiyada o'zaro bog'liq holda ishlaydi. Motivatsion nutqning samaradorligi birgina da'vat yoki emotsional iboraga emas, balki ishonchli axborot, auditoriyaga mos illokutiv kuch, konseptual jihatdan tushunarli obraz va etik jihatdan maqbul ta'sir strategiyasining uyg'unligiga bog'liq.

Tadqiqot motivatsion nutqda direktiv aktlar markaziy, assertiv va ekspressiv aktlar esa ularni asoslovchi hamda emotsional jihatdan qo'llab-quvvatlovchi funksiyani bajarishini ko'rsatdi. Konseptual metaforalar murakkab g'oyalarni anglashni osonlashtiradi, multimodal vositalar esa raqamli platformalarda ta'sirni kuchaytiradi. Biroq perlokutiv natija doimo so'zlovchi nazoratida bo'lmagani sababli auditoriya, kontekst, madaniy me'yor va individual psixologik holat hisobga olinishi shart.

Kelgusidagi tadqiqotlarda ingliz, rus va o'zbek tillaridagi onlayn motivatsion nutqlardan muvozanatli korpus tuzish, nutqiy aktlarni yagona annotatsiya mezonlari asosida tasniflash, metaforik modellar va multimodal resurslarni qiyoslash hamda auditoriya reaksiyasi orqali perlokutiv samarani tekshirish maqsadga muvofiq. Bunday empirik izlanishlar mazkur maqolada taklif etilgan nazariy modelni sinash, milliy-madaniy farqlarni aniqlash va ta'lim hamda media uchun ilmiy asoslangan tavsiyalar ishlab chiqishga xizmat qiladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Aristotle. *Rhetoric* / translated by W. Rhys Roberts. – The Internet Classics Archive, 1994. – URL: <https://classics.mit.edu/Aristotle/rhetoric.html>.
2. Austin J. L. *How to Do Things with Words*. 2nd ed. / ed. by J. O. Urmson, M. Sbisà. – Cambridge, MA: Harvard University Press, 1975. – URL: https://pure.mpg.de/rest/items/item_2271128/component/file_2271430/content.
3. Searle J. R. A Taxonomy of Illocutionary Acts // *Language, Mind, and Knowledge* / ed. by K. Gunderson. – Minneapolis: University of Minnesota Press, 1975. – P. 344–369. – URL: <https://hdl.handle.net/11299/185220>.
4. Grice H. P. Logic and Conversation // *Syntax and Semantics*. Vol. 3: *Speech Acts* / ed. by P. Cole, J. L. Morgan. – New York: Academic Press, 1975. – P. 41–58. – DOI: https://doi.org/10.1163/9789004368811_003.
5. Lakoff G., Johnson M. *Metaphors We Live By*. – Chicago: University of Chicago Press, 2003. – URL: <https://press.uchicago.edu/ucp/books/book/chicago/M/bo3637992.html>.
6. Bandura A. Self-Efficacy: Toward a Unifying Theory of Behavioral Change // *Psychological Review*. – 1977. – Vol. 84. – No. 2. – P. 191–215. – DOI: <https://doi.org/10.1037/0033-295X.84.2.191>.
7. Van Dijk T. A. *Discourse and Context: A Sociocognitive Approach*. – Cambridge: Cambridge University Press, 2008. – URL: <https://www.cambridge.org/core/books/discourse-and-context/0DD1E5E0E198CA32A9AE95B6A2F780E1>.
8. Kress G., van Leeuwen T. *Multimodal Discourse: The Modes and Media of Contemporary Communication*. – London: Arnold, 2001. – URL: <https://www.routledge.com/Multimodal-Discourse-The-Modes-and-Media-of-Contemporary-Communication/Kress-Leeuwen/p/book/9780340608777>.