

EMOJILAR NUTQ AKTI SIFATIDA: FUNKSIONAL-PRAGMATIK TAHLIL

Rasulova Muxlisa Sharof qizi

O'zbekiston davlat jahon tillari universiteti tayanch doktoranti (PhD)

E-mail: muxlisarasulova2001@gmail.com

Annotatsiya. Ushbu tadqiqotda raqamli muloqot jarayonida emoji-larning nutq akti sifatidagi o'rnini va ularning funksional-pragmatik xususiyatlari tahlil qilinadi hamda emoji-lar zamonaviy diskursda nafaqat hissiy-ekspressiv vosita ekanligi, balki kommunikativ niyatni ifodalovchi muhim pragmatik birlik sifatida ifodalanishi kengroq yoritib beriladi. Tadqiqotda nutq aktlari nazariyasi doirasida emoji-larning illokutiv va perlokutiv funksiyalari haqida ma'lumot keltiriladi va ularning multimodal kommunikatsiyadagi ahamiyati kengroq muhokama ostiga olinadi.

Kalit so'zlar: emoji, nutq akti, illokutiv akt, raqamli diskurs, multimodallik.

Abstract. This study analyzes the role of emojis as speech acts in digital communication and their functional-pragmatic features. Emojis in modern discourse are considered not only as emotional-expressive tools but also as important pragmatic units that convey communicative intent. Within framework of speech act theory, the study examines the illocutionary and perlocutionary functions of emojis and provides a broader analysis of their significance in multimodal communication.

Keywords: emoji, speech act, illocutionary act, digital discourse, multimodality.

Аннотация. В данном исследовании анализируется роль эмодзи как речевых актов в цифровой коммуникации и их функционально-прагматические особенности. В современном дискурсе эмодзи рассматриваются не только как средства выражения эмоций, но и как важные прагматические единицы, передающие коммуникативный замысел. В рамках теории речевых актов исследование рассматривает иллокутивные и перлокутивные функции эмодзи и предлагает более широкий анализ их значимости в мультимодальной коммуникации.

Ключевые слова: эмодзи, речевой акт, иллокутивный акт, цифровой дискурс, мультимодальность.

Kirish. Zamonaviy tilshunoslikda raqamli muloqot tushunchasi maxsus tadqiqot obyekti sifatida takomillashib bormoqda. Internet va mobil texnologiyalar rivojlanishi natijasida insonlar o'rtasidagi muloqot shakllari tubdan o'zgardi. Yozma nutqda vizual elementlar-emoji-lar, stikerlar, va GIF tasvirlarning keng qo'llanilishi kommunikativ jarayonni qaytadan o'rganishni taqozo etadi. Shu sababli, emoji-larni faqat hissiy belgilar sifatida emas, balki nutq aktining tarkibiy qismi yoki mustaqil kommunikativ birlik sifatida o'rganish dolzarb masalalardan biriga aylanib bormoqda.

Nutq aktlari nazariyasi asoschilari J. Ostin va J. Syorl til birliklarining funksional tabiatini ochib berib, nutqni harakat sifatida talqin qilgan. Ushbu nazariya doirasida har qanday nutq birligi ma'lum bir kommunikativ vazifani bajaradi. Shu sababli, emoji-lar ham nutq aktlari tizimiga integratsiyalashgan holda tahlil qilinishi mumkin. Bugungi kunda Danesi Marcel, Naomi Baron, Susan Herring kabi olimlar raqamli kommunikatsiya va visual belgilarni pragmatik jihatdan o'rganishga katta hissa qo'shmoqda.

Asosiy qism. Nutq aktlari nazariyasi tilshunoslikda pragmatic burilish yasagan yo'nalishlardan biri hisoblanadi. J. Ostin [1962] o'zining "How to do things with words" asarida nutqni uch bosqichga ajratib o'rganishni taklif etadi va ilk marotaba nutq aktlari nazariyasini tashkil etadi, hamda nutqni uch asosiy bosqichga ajratadi: lokutiv, illokutiv, perllokutiv aktlar. Keyinchalik J. Searle [1969] ushbu nazariyani rivojlantirib, illokutiv aktlarning klassifikatsiyasini ishlab chiqdi. J. Searle klassifikatsiyasi assertivlar, direktivlar, komissivlar, deklarativ va ekspressivlarga bo'linadi.

Raqamli kommunikatsiya tabiatan multimodal harakterga ega. Gunther Kress [2015] va Theo van Leeuwen [2005] multimodal nazariyasida ma'no faqat til orqali emas, balki turli semiotik resurslar orqali yaratilishini ta'kidlaydi. Emojilar aynan shunday semiotik resurslardan biri bo'lib, ular matn bilan birgalikda yagona kommunikativ tizimni tashkil etadi.

Emojilar nutq aktining illokutiv kuchini aniqlashtirish va modifikatsiya qilishda muhim rol o'ynaydi. J. Searle nazariyasiga ko'ra, illokutiv akt – bu so'zlovchining niyatini ifodalaydi. John Searle [1969] nazariyasiga ko'ra, illokutiv akt — bu so'zlovchining niyati. Emojilar aynan shu niyatni ochiq yoki yashirin shaklda ifodalaydi. Masalan: "Keling." → *neytral direktiv*, "Keling" (emoji bilan birgalikda ishlatilsa) → *yumshatilgan taklif*. Bu holatda emoji nutq aktining turini o'zgartirmasada, uning kuchini sezilarli darajada modifikatsiya qiladi. Emoji atamasi, asosan, tizimlashtirilgan belgilarga ishora qiladi.

Marcel Danesi [2017] emojilarning kelib chiqishi tarixi haqida o'z asarida to'liq malumot keltirib o'tgan, unga ko'ra "Emoji" so'zi yaponchadan kelib chiqqan bo'lib, emoji so'zining "e" harfi "rasm" degan ma'noni anglatadi va moji "harf, belgi" degan ma'noni anglatadi deb ta'kidlab o'tgan. "Emoji" so'zi birlikda ham ko'plikda ham ishlatiladi va emoji belgilari emotikonlardan farq qiladi, hamda boshlang'ich belgilar 1998-yilda yapon telekommunikatsiya xodimi Shigetaka Kurita tomonidan yaratilgan. U *manga* komiklarning ishqibozi bo'lganligi sababli vizual jihatdan jozibali manga uslubini grafikroq emotsikon uslubini almashtirish uchun moslashtirgan. "Xususan, 1997-yildan buyon internetdan foydalanish keng tarqalgan va ko'p foydalanuvchilar veb-saytlar hamda elektron pochta xabarlarida "ASCII" smayliklaridan foydalanishni boshladilar" [Marcel Danesi, 2017]. Bu shuningdek, mashhur jurnalist Nikolas Lufrani oddiy tinish belgilari bilan almashtiriladigan "portret smaylik shakllari"ni yaratgan yil edi. Shundan so'ng, smaylik butun dunyo bo'ylab "ijobiylik" va "quvnoqlik" ramzi sifatida qabul qilindi.

"Ijtimoiy tarmoqlardan foydalanish muloqot qiluvchi shaxsning ochiqligini boshqarish, muloqotni anonim qilish [soxta sahifalar yaratish, ismingizni yashirish yoki o'zgartirish, tijorat maqsadlarida sahifani shaxssizlashtirish] imkonini beradi. Ko'p odamlar bu xususiyatdan ongsiz ravishda foydalanadilar. Masalan, "avatar" - profil rasmingizni tanlashda hamma ham o'z fotosuratlaridan foydalanmaydi" [S.V. Pervuxina, M.P. Churikov, 2021]. "Qabul qiluvchining anonimligi "botlar" - raqamli tarmoqlar orqali aloqa qilish uchun sun'iy intellektni [reklama sohasida] joriy etishni odatiy holga aylantirdi, bu esa qabul qiluvchilarga anonim qo'ng'iroq qilish [reklama sohasida], internetdagi postlarga sharhlar berish orqali sayt faolligini oshirishga imkon beradi. Shunday qilib, hozirgi kunda odamlar ko'pincha nutq so'zlash va sun'iy intellekt bilan muloqotga duch kelishadi, ko'pincha buni bilmasdan" [L.A. Mesenyashina, 2019]. "Ba'zi hollarda, ular chet tillarini o'rganayotganda chat

xonalarida botlar bilan ataylab muloqot qilishni boshlaydilar. Masalan, Mondly va Cleverbot platformalari chet tillarini mashq qilish uchun bunday xizmatlarni taklif qiladi [A.S. Budnikova, 2020]”. Bunday suhbatdoshning istalgan vaqtda mavjudligi, o‘qitish xarajatlari bunday botlarga talabni oshiradi.

S.V. Pervuxina, M.P. Churikov [2021] ta’kidlashicha, raqamli muloqot xabarni tasvirning bir qismi sifatida qabul qiluvchilarning qisqacha fikrlashini rivojlantiradi, og‘zaki kodga emas, balki og‘zaki bo‘lmagan kodga ko‘proq e’tibor qaratadi. Rangli rasmlar diqqatni tortadi va ma’lumotni idrok etish uchun zarur bo‘lib qoladi.

Xulosa. Emojilar zamonaviy raqamli muloqotda muhim pragmatik vositalardan biri sifatida shakllanib bormoqda. Ular nutq aktining tarkibiy qismi yoki mustaqil birlik sifatida, illokutiv kuchni aniqlashtirish va modifikatsiya qilish, perllokutiv ta’sirni kuchaytirish hamda kommunikativ samaradorlikni oshirish vazifalarini bajaradi.

ADABIYOTLAR RO‘YXATI:

1. Austin. J.L. How to do things with words. Oxford University Press. 1962.— 94 –120.
2. Gunther Kress. Multimodality: A Social Semiotic Approach to Contemporary Communication. – London: Routledge, 2015.
3. Kerslake, L., & Wegerif, R. [2017]. Review of the book The semiotics of emoji: the rise of visual language in the age of the Internet, by M. Danesi. Media and Communication, 5[4], 75-78. <https://doi.org/10.17645/mac.v5i4.1041>.
4. Marcel Danesi. The semiotics of emoji. The rise of visual language in the age of the internet. 2017, 1-5.
5. Searle, J.R. Expression and meaning: Studies in the theory of speech acts. Cambridge University Press. 1979.—187.
6. Theo van Leeuwen. Introducing Social Semiotics. – London: Routledge, 2005.
7. Будникова А.С. Использование чат-ботов при изучении иностранного языка Будникова А.С., Бабенкова, О.С. // Ученые записки. Электронный научный журнал Курского государственного университета. – 2020. – № 3 [55].
8. Месеняшина Л.А. Инструмент или собеседник? Вестник Челябинского государственного университета. – 2019. – № 10 [432]. Филологические науки. Вып. 118. С. 98—103. DOI: 10.24411/1994-2796-2019-11014
9. Первухина С.В., Чуриков М.П. Цифровая коммуникация в лингвистических исследованиях // *Russian Linguistic Bulletin*. 2021. №2,[26]. –DOI: <https://doi.org/10.18454/RULB.2021.26.2.1>