



СОЦИОПРАГМАТИЧЕСКИЕ ФУНКЦИИ ПОХВАЛЫ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Бурханова Гульрух Садридиновна

*Преподаватель Самаркандского государственного
педагогического института*

gulruhburhanova9@gmail.com

тел +998- 91-557-01-16

Республика Узбекистан, Самарканд

Аннотация. В статье рассматриваются социопрагматические функции похвалы в социальных сетях как особого вида цифрового дискурса. Анализируется похвала как речевой акт, выполняющий коммуникативные, социальные и стратегические функции в онлайн-взаимодействии. Особое внимание уделяется роли похвалы в формировании социальной идентичности, поддержании межличностных отношений и управлении впечатлением в виртуальной среде. Делается вывод о многофункциональности похвалы и ее зависимости от контекста цифровой коммуникации. [1]

Ключевые слова: похвала, социопрагматика, речевой акт, социальные сети, цифровой дискурс, онлайн-коммуникация, языковая стратегия.

Похвала в социальных сетях представляет собой важный социопрагматический инструмент, выполняющий ряд коммуникативных и социально значимых функций. В условиях цифрового взаимодействия она служит средством поддержания межличностных отношений, конструирования позитивного имиджа адресанта и адресата, а также укрепления социальной солидарности внутри онлайн-сообществ. Похвала способствует выражению одобрения, эмпатии и принадлежности к группе, выполняя фатическую и аффилиативную функции. Одновременно она может



использоваться как стратегический речевой акт, направленный на получение ответной реакции, повышение символического капитала (лайков, комментариев, подписок) и управление впечатлением. Таким образом, похвала в социальных сетях выходит за рамки простого выражения позитивной оценки и становится многофункциональным социопрагматическим механизмом, отражающим нормы цифрового общения и социальные ожидания пользователей. В рамках социопрагматики похвала рассматривается как речевой акт позитивной оценки, направленный на адресата и обусловленный социальными нормами и коммуникативной ситуацией. В отличие от офлайн-коммуникации, в социальных сетях похвала реализуется в условиях публичности, асинхронности и мультимодальности, что существенно расширяет ее функциональный потенциал. [2]

Коммуникативные функции похвалы в социальных сетях. Одной из основных функций похвалы является фатическая функция, направленная на установление и поддержание контакта между пользователями. Похвала в форме комментариев, эмодзи или реакций способствует созданию дружелюбной атмосферы общения и снижению коммуникативной дистанции. Кроме того, она выполняет экспрессивную функцию, выражая эмоциональное отношение адресанта к контенту или личности адресата. [3]

Социальные и прагматические функции. Похвала в социальных сетях выполняет важную аффилиативную функцию, укрепляя чувство принадлежности к определенному сообществу. Она также служит инструментом конструирования позитивного имиджа как адресата, так и самого говорящего. В прагматическом плане похвала может использоваться стратегически — для привлечения внимания, получения ответной реакции, повышения социального статуса или накопления символического капитала (лайков, репостов, подписчиков).



Манипулятивный и нормативный аспекты похвалы. В ряде случаев похвала приобретает манипулятивный характер, выступая средством косвенного воздействия на адресата. Одновременно она отражает нормы и ценности конкретного онлайн-сообщества, формируя стандарты «одобряемого» поведения и контента. Таким образом, похвала становится механизмом социального регулирования в цифровом пространстве. [4]

Похвала в социальных сетях представляет собой сложный социопрагматический феномен, выходящий за рамки простого выражения положительной оценки. Она выполняет коммуникативные, социальные, имиджевые и стратегические функции, отражая специфику цифрового дискурса и современные формы социального взаимодействия. Изучение похвалы в онлайн-среде позволяет глубже понять механизмы речевого поведения пользователей и динамику социальных отношений в условиях цифровизации коммуникации. [5]

Список литературы

1. Браун П., Левинсон С. Вежливость: некоторые универсалии в языковом употреблении. М.: Языки славянской культуры, 2005. С. 65–120.
2. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. М.: ЛКИ, 2008. С. 210–245.
3. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград: Перемена, 2002. С. 178–214.
4. Leech G. Principles of Pragmatics. London: Longman, 1983. P. 132–160.
5. Herring S. Computer-Mediated Discourse Analysis. Oxford: Oxford University Press, 2013. P. 45–88.