

7. Лелет І. О. Емоційність vs емотивність: взаємозв'язок та розмежування понять. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія*. 2021. Т. 1, № 49. С. 106–110. URL: <https://doi.org/10.32841/2409-1154.2021.49-1.26> (дата звернення: 15.01.2026).

8. Орехова Л., Чаєнкова О. Фразеологічні одиниці на позначення емоції радості (на матеріалі української, турецької та англійської мов). *Закарпатські філологічні студії*. 2022. Вип. 23, т. 1. С. 222–227.

9. Психологія емоцій та почуттів: підручник / О. М. Цільмак, Ю. І. Шмаленко Н. Е. Мілорадова, С. О. Гарькавець та ін.; за заг. ред. О. М. Цільмак. Одеса: Видавничий дім «Гельветика», 2024. 420 с.

10. Розмежування понять «Емоційність», «Емотивність», «Експресивність» та «Оцінність» у сучасному мовознавстві. *Сучасні дослідження з іноземної філології*. 2017. Вип. 15. С. 175–183. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Sdzif_2017_15_32 (дата звернення: 15.01.2026).

11. Фразеологічний словник української мови: у 2 кн. / уклад. В. М. Білоноженко, В. О. Винник, І. С. Гнатюк та ін. Київ: Наукова думка, 2003.

Ірина Домрачева
(*м. Вінниця*)

КООПЕРАТИВНІ ТА КОНФЛІКТНІ СТРАТЕГІЇ У КОМУНІКАЦІЇ

Мовленнєва комунікація – це насамперед процес спілкування, який має свої внутрішні закони і ґрунтується на певній системі усталених культурних норм [1, с. 1]. Вагомим підґрунтям успішної комунікації вважаємо таке спілкування, що скероване на створення успішної розмови і для адресанта, і для адресата – обох сторін мовленнєвого процесу.

Під час спілкування учасникам необхідно дотримуватися (за умови інтенції результативної, позитивної комунікації) комунікативного кодексу, що містить систему принципів, правил і конвенцій спілкування, які регулюють мовленнєву поведінку учасників комунікації й ґрунтуються на певних категоріях і критеріях. В основі комунікативного кодексу – комунікативна мета і комунікативний намір. Наприклад, комунікативна мета мовця – переконати співбесідника у власній правоті. Система його комунікативних намірів охоплює аргументацію власної правоти й аналіз помилок співбесідника. Комунікативному акту нічого не загрожує, поки мовець залишається в межах першого комунікативного наміру. Під час переходу до другого комунікативного наміру (аналізу помилок співрозмовника) можуть виникнути збої в комунікації, оскільки це стосується особистісної сфери адресата (хто слухає). Може статися конфлікт. Тоді говоримо про конфліктні мовні стратегії, які можуть бути застосовані мовцем / мовцями, однак такі комунікації порушують усі норми взаємодії осіб на різних рівнях. Необхідно узгодити ці два наміри [1, с. 59–60]. Зауважимо, услід за науковцями, що складниками кодексу спілкування є також принципи спілкування – найзагальніші вимоги до процесу

інтеракції в межах комунікативного спілкування, вимоги до всіх учасників спілкування; правила спілкування – вимоги до одного з учасників спілкування (адресанта чи адресата), яких він повинен дотримуватися; конвенції спілкування – звичаї (або домовленості) у процесах спілкування, певні елементи культури, які можуть варіюватися, не впливаючи на стратегії і тактики спілкування (сидіти чи обов'язково стояти – які звичаї).

Ми щодня спілкуємося один з одним, і цілком природним є те, що існують такі елементи культури, які можуть варіюватися, вони не порушують стратегії і тактики спілкування, і ними ми послуговуємося під час комунікації:

– конвенція вираження здатності (якщо хтось може щось обіцяти, то треба очікувати здійснення дії);

– конвенція висловлювання бажання (попередньо перед бажанням ми просимо дозволу: *дозвольте відчинити двері?*);

– конвенція дозволу (коли просять дозволу, то треба очікувати, що людина виконає цю дію, якщо буде дозвіл);

– конвенція висловлювання наміру (коли каже про намір, то треба очікувати виконання цього наміру) [1, с. 63].

Як уже було зазначено вище, дослідження комунікативної взаємодії передбачає виокремлення двох основних типів спілкування – кооперативного і конфліктного. Кооперативний тип характеризується симетричною поведінкою комунікантів, узгодженістю їхніх дій, що зумовлено спільною комунікативною настановою [3, с. 68]. Конфліктний тип, за визначенням Л. Д. Швелідзе, потрактовується як діалогічна або полілогічна взаємодія комунікантів, які мають протилежні або суперечливі позиції щодо певного факту, явища, ситуації, особи та активно доводять свою правоту у вербальній і невербальній формі [3, с. 134].

У нашому аналізі кооперативних та конфліктних стратегій у мовленні ми будемо послуговуватися науковими здобутками у цій сфері дослідниці Лідії Швелідзе. Саме її класифікація системи стратегій і тактик спілкування є викінченою та інформативною.

Дослідниця зауважує у своїй праці «Мовні засоби реалізації комунікативних стратегій у дискурсі соціальних мереж (на матеріалі української й англійської мов)», що «кооперацію (співробітництво) як тип комунікативної взаємодії виокремив Г. П. Грайс, визначивши його як основний принцип спілкування»: саме ним у межах кооперації було сформульовано чотири правила – максимум спілкування, що ґрунтуються на філософських категоріях якості, кількості, відношення і способу [3]. Це максими 1) якості (які передбачають дотримання комунікантами відповідності змісту висловлень об'єктивній дійсності, що унеможлиблює вживання абсурдних, безглуздих, хибних висловлювань), 2) кількості (які вказують на «дотримання вимог до обсягу повідомлення, що має бути не більшим і не меншим для реалізації комунікативного задуму»), 3) відношення (що характеризуються тематичною єдністю комунікативної взаємодії: комуніканти не повинні відхилитися від теми спілкування) і 4) способу вираження (які передбачають пошук і вибір комунікантами найбільш вдалих мовних форм взаємодії, зокрема таких мовних засобів, що забезпечують однозначність і зрозумілість висловлень).

У випадку порушення максими способу вираження, наприклад, спостерігаємо наявність термінів, складних речень образних висловів і под., не зрозумілих адресату [2; 3]. Ще приклад, однак вже про порушення максими якості: на сайті оренди виставляється квартира для винайму. Ціна висока, на думку читачів, і не відповідає стану квартири. Коментарі до так званої «презентації» помешкання:

Лілія: Для мене це нежитловий стан. Реально можна в депресію впасти в тій кімнаті...

Дарія: І диван, на якому баба відійшла у краще життя (Facebook, 29.03.2025).

Тобто опис цієї квартири не відповідає ціні (неякісна інформація), порушення максими якості. Найпродуктивнішими щодо девіативного тлумачення прочитаного (говоримо про письмове мовлення) є саме коментарі до дописів [2, с. 38].

Зауважимо, що науковиця виділяє два великі блоки мовленнєвих стратегій – кооперативні та конфліктні. Саме дослідження Лідія Швелідзе виконала на матеріалі інтернет-ресурсу, однак вважаємо, що її класифікації доречні і для інших стилів української мови.

З-поміж кооперативних виділено такі стратегії: аргументації, інформативності, самопрезентації, спонукання, ритуальності. Стратегія аргументації має такі тактики: авторитетності, діалогічності, суб'єктивності, солідаризації. Наприклад, у комунікативній ситуації *Дуже ціную нашу дружні відносини з Туреччиною, але друзі мають відверто та чесно говорити один з одним. Свята Софія – це символ для різних конфесій і має залишатися ним. Впевнений, що можна знайти достойне та прийнятне для всіх рішення (Twitter, П. Клімкін, 12.07.2020)* бачимо активну аргументувальну позицію мовця. Або ж такий приклад: *У мене в дитсадочку готували рис з м'ясом і підливою. Він ніколи не був у стані застиглого клею. До підливи входила томатна паста і я, мала, не знала як описати цю страву та просила вдома приготувати мені «оранжеву кашку, як у садочку» (тактика суб'єктивності).*

Серед тактик інформативності виокремлено описову, констатувальну та фактографічну. Наприклад, описова тактика: *Сьогодні «вийшла» у світ – побувала на врученні премії Шевельова. Проїхалася Києвом, побачила Сквороду і ще раз зрозуміла, як я засиділася вдома і який чудесний Київ (Facebook, Т. Гундорова, 17.12.2020) [3].*

Стратегія самопрезентації поділена на тактики самооцінювання: *Гляньте, панство, я знову зробив цілу обкладинку і цього разу щиро пишаюся нею (Facebook, В. Сорд, 05.03.2020), гіперболізації та ідеалізації.*

Виокремлено також кооперативну стратегію спонукання з реалізацією тактик наказу, прохання та рекомендації: *Якщо ви раптом ще не ходили, дуже раджу: не пропустіть виставку «Золото Поділля: історія народів». Кажуть, вона триватиме ще кілька тижнів (як компенсація локдауну, що від'їв оті самі кілька тижнів) (Facebook, В. Арєнєв, 12.12.2020).*

Варто згадати і за стратегію ритуальності під час кооперативного спілкування, що поділяється на тактики привітання, подяки: *Сьогодні слова подяки і наші молитви линуть за людей з великим і мужнім серцем – за тих, хто покликаний рятувати інших, допомагати, попереджувати біду, щораз ризикуючи навіть власним життям чи здоров'ям (Twitter, Митрополит Єпіфаній, 17.09.2020), співчуття [3].*

Кооперація у мовленні – це запорука успішного комунікативного акту. Зауважимо, що конфліктний тип поведінки спричинює девіації у мовленні, які призводять до непорозуміння, а відтак – до розчарування (агресії, небажання спілкуватися, негативного сприйняття особистості і под.).

Конфліктні стратегії можуть бути конструктивні та деструктивні і мають таку структуру: 1. Стратегія дискредитації, де основними тактиками є звинувачення, образа, погроза. 2. Стратегія незгоди: критика, самокритика. 3. Стратегія тролінгу (провокації). Конструктивна стратегія при конфліктній комунікації зберігає одну особливість: тут статус комунікантів залишається незмінним: симетрична комунікація забезпечена дотриманням принципу ввічливості. Саме тому конфлікт не продовжується: кожний учасник висловлюється, але не переходить до деструктивних мовленнєвих дій [3, с. 144]. Зрозуміло, що самі стратегії вже свідчать про небажання адресанта підтримувати дружню розмову, кооперуватися, а навпаки моделюється той тип комунікації, який призводить до обривання спілкування, розмова стає «неекологічною», і врешті-решт завершується. На мовному рівні визначальною рисою конфліктної взаємодії є вербальна агресія, що супроводжується стилістично зниженими та некодифікованими мовними засобами. На лексичному рівні вербальна агресія репрезентована негативно оцінною лексикою, інвективами, okazionalizмами і фемінітивами; на фразеологічному рівні – сталими зворотами з оцінною семантикою; на морфологічному рівні – дієслівними формами наказового способу, 2-ої особи і відповідними займенниками; на синтаксичному рівні – питальними і спонукальними реченнями [3, с. 196], наприклад: *Парадокс цих місцевих виборів у тому, що в результаті них немає жодної загальнонаціональної партії, яка виграла вибори. Тобто місцеві вибори показали, що народ України не довіряє жодній загальнонаціональній партії. І це дуже тривожний сигнал* (Із часопису) (тактика самокритики).

Отже, для успішного, результативного комунікативного процесу потрібні, на наш погляд, кооперативні стратегії, з дотриманням комунікативного кодексу та правил. Це – спілкування двох, як мінімум, учасників мовлення, кожен із яких повинен усвідомлювати свою позитивну роль у комунікації, що потенційно завершується результатом спільних дій. Конфліктні тактики, на жаль, є у мовленні комунікантів, і це визначається насамперед інтенцією мовця чи мовців, але не створює атмосфери взаєморозуміння, поваги та взаємодії задля успішного результату. Кожна із таких стратегій містить різні інструменти впливу під час комунікації, реалізуючись на всіх мовних рівнях – від фонетичного до комунікативного. Саме дослідження таких складників мовленнєвого процесу може стати предметом аналізу не завжди однорідних (почасти міксованих) комунікаційних процесів на сучасному етапі словесної взаємодії учасників спілкування.

Література

1. Домрачева І. Р., Аксьонова І. О. Основи мовленнєвої діяльності: навч. посіб. Вінниця: ДонНУ імені Василя Стуса, 2018. 101 с.
2. Домрачева І. Психолінгвістичний аспект комунікації Всемережжя. *Грамматичні читання – XIII*: матеріали Міжнародної науково-теоретичної конференції

(15–16 трав. 2025 р.) / Донецький нац. ун-т імені Василя Стуса; наук. ред. А. Загнітко. Вінниця: ТОВ «ТВОРИ», 2025. С. 36–40.

3. Швелідзе Л. Д. Мовні засоби реалізації комунікативних стратегій у дискурсі соціальних мереж (на матеріалі української й англійської мов): дис. ... канд. філол. наук. Вінниця, 2021. 240 с.

Анатолій Загнітко
(*м. Вінниця*)

СУЧАСНИЙ МУЛЬТИМОДАЛЬНИЙ ТЕКСТ: ВЗАЄМОДІЯ ВЕРБАЛЬНИХ І НЕВЕРБАЛЬНИХ КОМПОНЕНТІВ

Вступ. У сучасних тенденціях розвитку мовознавства важливим постає переосмислення традиційного поняття тексту з урахуванням його семасіологічного, ономасіологічного, комунікативного, дискурсивного та інших аспектів. У межах антропоцентричної парадигми текст перестає розглядатися винятково як лінійна вербальна структура з активним розгортанням п'яти глобальних категорій – суб'єкта, події, часу, простору, оцінки, – й постає як складне семіотичне утворення, у якому взаємодіють різні знакові системи. Особливої актуальності набуває студіювання мультимодальних текстів, що поєднують вербальні та невербальні компоненти й активно функціонують у сучасному цифровому та медійному дискурсивних вимірах.

Актуальність дослідження зумовлена зростанням ролі візуальної комунікації, розвитком медіалінгвістики та трансформацією способів подання інформації. У сучасних інституційних і неінституційних дискурсах вербальні елементи дедалі частіше взаємодіють із зображенням, графікою, кольором і шрифтом, утворюючи єдине смислове поле.

Мета дослідження – проаналізувати особливості взаємодії вербальних і невербальних компонентів у сучасному мультимодальному тексті та встановити їх роль у процесі смислотворення. Відповідно до актуалізованої мети значущими постають завдання, що охоплюють необхідність: 1) окреслити теоретичні засади мультимодальності; 2) визначити типи мультимодальних текстів; 3) проаналізувати структурні моделі взаємодії різних кодів; 4) з'ясувати прагматичні та когнітивні ефекти мультимодальності.

1. Теоретичні основи мультимодального тексту. Поняття мультимодальності пов'язане з ідеєю полікодовості тексту, тобто використання різних семіотичних систем для передання інформації. У сучасній лінгвістиці мультимодальний текст здебільшого визначають як комунікативну одиницю, що інтегрує вербальні (мовні) та невербальні (візуальні, графічні, аудіальні) компоненти в цілісну смислову структуру [4, с. 97; 5, с. 101; 7, с. 45].

Істотним є розмежування понять «креолізований текст» і «мультимодальний текст». Якщо перший передбачає поєднання вербального й зображального компонентів (комікси, реклама (постери, буклети), плакати, карикатури, ілюстровані