

У НАС В ГОСТЯХ

НАРУШЕНИЯ ПРИНЦИПОВ КООПЕРАЦИИ КАК СТРАТЕГИЯ ВЫРАЖЕНИЯ ОНЛАЙН-ЖАЛОБ

А. Г. АВЕТИСЯН

ГУ им. В.Я. Брюсова

annaavetisyan987@gmail.com

Статья рассматривает проявления принципов кооперации, предложенных П.Грайсом, в онлайн-жалобах, трактуя их как коммуникативную стратегию. Цель исследования — изучить нарушения максим количества, качества, релевантности и способа, а также их языковые особенности в онлайн-жалобах. Анализ основан на реальных примерах, адресованных различным организациям (службам доставки, сетям общественного питания, платёжным системам и др.). Результаты показывают, что нарушения максим в большинстве случаев носят преднамеренный характер и обусловлены использованием иронии, гиперболы, игры слов, парадокса и других стилистических средств. Несмотря на снижение точности передаваемой информации, такие нарушения усиливают эмоциональное воздействие жалобы и способствуют вовлечению аудитории. Таким образом, нарушение принципов кооперации выступает в качестве эффективного прагматического инструмента, формирующего способы выражения и восприятия жалоб.

Ключевые слова: *принцип сотрудничества, прагматика, онлайн-жалоба, речевой акт, максима количества, максима качества, максима релевантности, максима способа, ирония, гипербола, игра слов.*

Յուրաքանչյուր մշակույթ ունի խոսքային ակտերի և խոսքային ժանրերի իրեն բնորոշ պահոցը [15: 149], և հենց այդ յուրահատկությունների ուսումնասիրությունն է կարևոր դեր խաղում միջմշակութային հաղորդակցության ճիշտ ընկալման գործընթացում [2: 199]:

Այս համատեքստում յուրաքանչյուր լեզու, բացի բառապաշարային տարբերություններից, առանձնանում է նաև աշխարհը հասկացությանացնելու և մարդկանց միջև հարաբերություններ կառուցելու յուրահատուկ միջոցներով: Այս հարաբերությունների արտահայտման և կարգավորման կարևոր դրսևորումներից մեկը հանրային վարքագիծն է, որի առանցքային քաղաղորհչը քաղաքավարությունն է [16: 255]:

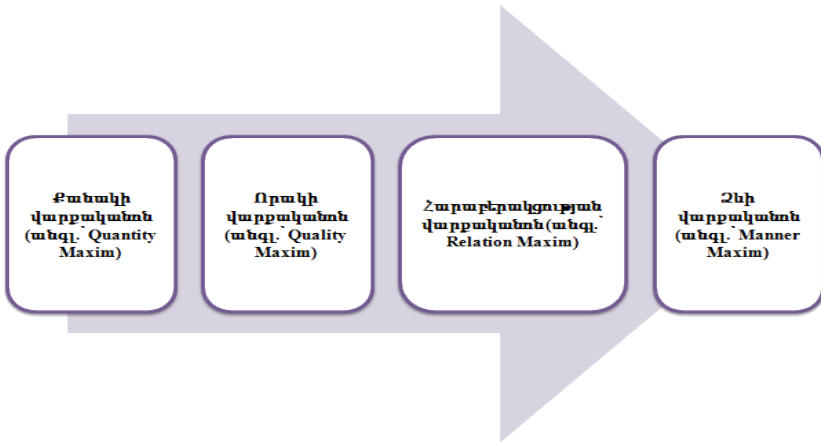
Քաղաքավարության և արդյունավետ հաղորդակցության մեխանիզմների ուսումնասիրության տեսանկյունից կարևոր է նաև հասկանալ, թե ինչ կանոններով է կարգավորվում հաղորդակցման գործընթացը:

Ինչպես նշում է հայ լեզվաբան Ե. Երզնկյանը, հաղորդակցական գործընթացի արդյունավետությունը բացահայտելու համար անհրաժեշտ է սահմանել այն կանոնները, որոնք կարգավորում են խոսքային գործունեությունը: Վերջինս, որպես կանոն, ենթարկվում է որոշակի սկզբունքների՝ այսպես կոչված խոսքի վարքականոնների (անգլ. maxim) [1: 55]:

Խոսքային վարքականոնների հիման վրա քաղաքավարության սահմանումը, ըստ Ե. Երզնկյանի, առաջին հերթին հենվում է Paul Grice-ի «Logic and Conversation» (1975) աշխատության վրա [1: 55]: Պ.Գրայսի համաձայն՝ հաղորդակցական վարքականոնների ամբողջությունը ձևավորում է համագործակցության սկզբունքը, որը ներառում է չորս հիմնական վարքականոններ (տես՝ գծապատկեր 1):

Գծապատկեր 1

Համագործակցության սկզբունքների տեսություն (ըստ Պ.Գրայսի)



Յուրաքանչյուր վարքականոն ներառում է իրեն բնորոշ ենթատեսակներ, որոնք ապահովում են դրա ամբողջականությունն ու համապարփակությունը: Դրանք են՝

➤ ***Քանակի վարքականոն***

- Տրամադրեք այնքան տեղեկատվություն, որքան պահանջվում է:
- Մի տրամադրեք ավելի շատ տեղեկատվություն, քան պահանջվում է [13: 45]:

➤ ***Որակի վարքականոն***

- Մի տրամադրեք տեղեկատվություն, որը կարող է կեղծ լինել:
- Մի տրամադրեք տեղեկատվություն, որի վերաբերյալ բավարար փաստարկներ չեք կարող ներկայացնել [13: 46]:

➤ ***Հարաբերակցության վարքականոն***

- Ներկայացրեք տվյալ իրավիճակի հետ առնչություն ունեցող տեղեկատվություն [13: 46]:

➤ ***Չնի վարքականոն***

- Խուսափեք տեղեկատվության անընմբռնելիությունից:
- Խուսափեք երկիմաստությունից:

- Եղեք հակիրճ (խուսափեք երկարաբանությունից):
- Եղեք համակարգված [13: 47]:

Սույն հետազոտության շրջանակում, հիմք ընդունելով Պ. Գրայսի համագործակցության սկզբունքների ամբողջությունը, փորձ է կատարվել ուսումնասիրել հայերեն և անգլերեն համացանցային խոսույթում առկա **բողոքներում** այդ վարքականոնների պահպանման և խախտման դրսևորումները:

Հարկ է նշել, որ նույն օրինակում հաճախ դիտվում են միաժամանակ մի քանի խախտումներ, այդ պատճառով առանձնացրել ենք առավել հաճախ հանդիպող համակցությունները (տես՝ գծապատկեր 2):

Գծապատկեր 2

Հաճախ հանդիպող վարքականոնների խախտումներ

ՀԱՅԵՐԵՆ	ԱՆԳԼԵՐԵՆ
ՔԱՆԱԿ + ՁԵՎ	
ՈՐԱԿԻ + ՁԵՎ	ՔԱՆԱԿԻ + ՈՐԱԿ
ՈՐԱԿ + ՀԱՐԱԲԵՐԱԿՑՈՒԹՅՈՒՆ + ՁԵՎ	ՔԱՆԱԿ + ՁԵՎ + ՈՐԱԿ
ՀԱՐԱԲԵՐԱԿՑՈՒԹՅՈՒՆ+ՁԵՎ+ՔԱՆԱԿ	

1. **Քանակի + ձևի վարքականոնների խախտում**

Քանակի և ձևի վարքականոնների խախտումներ նկատվում են այն օրինակներում, որտեղ օգտատերերն արտահայտում են իրենց բողոքներն՝ առանց ներկայացնելու բավարար մանրամասներ, որն էլ երբեմն առաջացնում է երկիմաստություն:

[*Վեոլիա Ջուր / Veolia Armenia մերսի, բայց արդեն բորբոսնեղ եմ*](#) [3]

Վերոնշյալ առցանց բողոքում, որը հասցեագրված է «ՎԵՈԼԻԱ ՋՈՒՐ» փակ բաժնետիրական ընկերությանը, առկա է **քանակի վարքականոնի խախտում**, քանի որ օգտատերը բավարար և հստակ տեղեկատվություն չի տրամադրում բողոքի պատճառների վերաբերյալ, ինչի հետևանքով ընթերցողը ստիպված է ինքնուրույն կռահել ստեղծված իրավիճակի հանգամանքները: Բացի այդ, նկատվում է նաև **ձևի վարքականոնի** խախտում, քանի որ «*արդեն*

բորբոսնել էմ» արտահայտությունը կիրառված է փոխաբերական իմաստով, ինչը խոսքին հաղորդում է երկիմաստ բնույթ:

Անգլերեն համացանցային խոսույթում նույնպես կարելի է հանդիպել **քանակի և ձևի վարքականոնների խախտումներ**:

DoorDash can dash right out of my life !!

I'M DONE !!!! [11]

Ամերիկյան DoorDash առաքման ծառայությանը հասցեագրված գրառման մեջ **քանակի և ձևի վարքականոնների խախտումները**, մի կողմից, պայմանավորված են բավարար տեղեկատվության բացակայությամբ, իսկ մյուս կողմից՝ բողոքի սաստկությունն ուժգնացնող պատկերավորման միջոցների (տվյալ դեպքում՝ *բառախաղ* ոճական հնար) և պատկերանշանային միջոցների (*գլխագիր, բազմակի բացականչական նշաններ*) կիրառմամբ: *Բառախաղ* ոճական հնարն արտացոլվում է DoorDash անվան «dash» բաղադրիչի կրկնությամբ («dash right out of my life»), ինչը հաղորդագրությանը տալիս է հեզմական երանգ:

2. **Քանակի + որակի վարքականոնների խախտում**

Քանակի + որակի վարքականոնների խախտումները գերիշխող մաս են կազմում անգլերեն համացանցային խոսույթում:

Those chips look older than me !!! [4]

KFC արագ սննդի ռեստորանների ցանցին հասցեագրված գրառումը, որը վերաբերում է սպասարկման որակին, պարունակում է միաժամանակ **քանակի և որակի վարքականոնների խախտում**:

Քանակի վարքականոնի տեսանկյունից հաղորդագրությունը չափազանց սեղմ է և չի տրամադրում բավարար տեղեկատվություն (օրինակ՝ որտեղից են գնվել չիպսերը կամ ինչ վիճակում են եղել):

Որակի վարքականոնը խախտվում է *չափազանցության* («chips look older than me») կիրառմամբ, քանի որ այն բառացիորեն ճշմարիտ չէ, այլ օգտագործվում է հեզմական ձևով՝ ընդգծելու արտադրանքի հնացած լինելը: Օգտատերն այս խախտումը կատարել է դիտավորյալ՝ ընդգծելով բողոքի հուճկոյանը և քննադատական բնույթը:

Մեկ այլ օրինակ է “5 Guys” արագ սննդի ռեստորանների ցանցին հասցեագրված բողոքը:

*I'm renaming “5 Guys” to “5 Lies”. The overpriced fries are “all that”, but the burger SUX. No flavor at all
Apologies to Krystal. [5]*

Թեև գրառման մեջ կիրառված են որոշ գնահատողական լեզվական կառույցներ («overpriced fries», «burger SUX», «no flavor»), այնուամենայնիվ բացակայում են հստակ տվյալներ՝ ժամանակի, տեղի և պայմանների վերաբերյալ, ինչի հետևանքով տեղեկատվությունը լիարժեք չէ:

Որակի վարքականոնը խախտվում է բառախաղի միջոցով՝ “5 Guys”-ը վերանվանելով “5 Lies”, ինչը ենթադրում է կազմակերպության անազնիվ քաղաքականություն: Քանի որ ապացույցներ չեն ներկայացվում, պնդումը փաստական հիմք չունի: Այդ պատճառով տվյալ խախտումը կարելի է դիտարկել որպես դիտավորյալ, որն ուժեղացնում է քննադատական ազդեցությունը:

Ամերիկյան Subway արագ սննդի ռեստորանների ցանցին հասցեագրված մեկնաբանությունը նույնպես ընդգրկում է **քանակի և որակի խախտումներ**:

It was nice you could afford to pay all the professional athletes to make your commercials. Now only professional athletes can afford to buy a sandwich. [8]

Գրառման մեջ առկա է **քանակի վարքականոնի մասնակի խախտում**, քանի որ այն չի ներառում հստակ տվյալներ (օրինակ՝ իրական արժեքները և դրանց համեմատությունը), այլ սահմանափակվում է ընդհանրական ներկայացմամբ:

Սակայն առավել ընդգծված է հենց **որակի վարքականոնի խախտումը**, քանի որ հաղորդագրության մեջ կիրառված *պարադոքս* լեզվաոճական հնարը ոչ միայն շեղում է փաստացի ճշմարտացիությունից, այլև նպատակային կերպով խաթարում է դրա ընկալումը:

Հարկ է նշել, որ այս գրառման մեջ պարադոքսը կառուցվում է երկու հակադիր գաղափարների վրա. առաջինը վերաբերում է գովազդային արշավների վրա մեծ ֆինանսական միջոցների ծախսին

(«you could afford to pay all the professional athletes to make your commercials»), իսկ երկրորդը՝ ապրանքի գնի այնպիսի բարձրացմանը, որի արդյունքում այն դառնում է անհասանելի լայն հանրության համար («Now only professional athletes can afford to buy a sandwich»):

3. Որակի + ձևի վարքականոնների խախտում

Որակի վարքականոնը ենթադրում է ճշմարտացի և հիմնավորված տեղեկատվության փոխանցում, որի խախտումները հաճախ ուղեկցում ձևի վարքականոնի խախտումներով հայերեն համացանցային խոսույթում:

Idram Payment System կարողա Ձեր էփը կիրակի օրերով հանգստանումա, եթե տենց քան կա ասեք, խմանանք էլի, թե չէ 10 րոպե չեմ կարում կպնեմ: [6]

Idram առցանց վճարային համակարգին հասցեագրված գրառման մեջ *անձնավորում* պարունակող ճարտասանական հարցի միջոցով «*կարողա Ձեր էփը կիրակի օրերով հանգստանումա*» օգտատերն ծաղրական վերաբերմունք է արտահայտում ստեղծված իրավիճակի վերաբերյալ: Այս երևույթը կարող է դիտարկվել **որակի վարքականոնի խախտում**, քանի որ անմիջապես չի համապատասխանում բառացի իրականությանը: Գրառման մեջ առկա են նաև *օտարաբանություններ* («էփը») և *առօրյա-խոսակցական լեզվին բնորոշ կառուցվածքներ*, այդ թվում՝ «*ա*» օժանդակ բայի, «*տենց*» (գրական՝ *այդպես*), «*կարում*» (գրական՝ *կարողանում*) և «*կպնում*» (գրական՝ *միանում*) ձևերի կիրառությունները, որոնք կրում են ոչ պաշտոնական և խոսակցական բնույթ: Դա ազդում է գրառման իմաստի հստակության վրա և հանգեցնում **ձևի վարքականոնի մասնակի խախտման**:

4. Որակի + հարաբերակցության + ձևի վարքականոնների խախտում

Այս խմբում դիտարկվում են այն օրինակները, որոնցում միաժամանակ խախտվում են **որակի, հարաբերակցության և ձևի վարքականոնները**՝ դրսևորվելով իրականության աղավաղմամբ, թեմատիկ շեղումներով և լեզվական անորոշությամբ:

Լոնգեր չիզր ավելի փոքր լինել չէր էլ կարող, **"մերսի"**

"կշտացա":

անունը դրեք **ՇՈՐԹԵՐ**))) [7]

KFC արագ սննդի ռեստորանների ցանցին հասցեագրված գրառման մեջ օգտատերը խախտվում է **որակի վարքականոնը** **չարիազանցություն** ոճական հնարի միջոցով, որը գրառմանը հեզնական բնույթ է փոխանցում: Բացի այդ, օգտատերը **բառախաղի** միջոցով առաջարկում է **լոնգեր** անվանման **լոնգ** (անգլ.՝ long, հայ.՝ երկար) **ձևույթը** փոխարինել **շորթ** ձևույթով (անգլերեն՝ short, հայ.՝ կարճ)՝ արտահայտելով սենդվիչի չափերի փոքրացման մասին իր դժգոհությունը: Այս հակադրական խաղը ուժեղացնում է հումորային ազդեցությունը և ավելի է ընդգծում **որակի վարքականոնի խախտումը:**

«Մերսի» և «կշտացա» բառերի ուղիղ իմաստներին հակադրվելով՝ օգտատերը ստեղծում է հեզնանք ոճական հնար, որով ակնարկվում է իրական դժգոհություն մատուցված սննդից: Սա նպաստում է **որակի վարքականոնի դիտավորյալ խախտմանը:**

Շարաբերակցության վարքականոնի խախտումը դրսևորվում է նրանով, որ գրառումը հիմնականում կենտրոնացած է սննդի չափի և ակնկալիքների չարդարացման վրա, սակայն վերջնական ձևակերպումը («անունը դրեք **ՇՈՐԹԵՐ**»)) շեղվում է զուտ տեղեկատվական նկարագրությունից դեպի ծաղրական գնահատական:

Ձևի վարքականոնը մասամբ խախտված է, քանի որ օգտագործված են խոսակցական բառեր («մերսի», «կշտացա») և մեծատառով ներկայացված բառային միավոր «**ՇՈՐԹԵՐ**», ինչը հաղորդագրությանը հաղորդում է անորոշություն:

«ՕՆԷՔՍ» արագ առաքման ծառայությանը հասցեագրված գրառումը, որը վերաբերում է սպասարկման ցածր որակին, նույնպես ընդգրկում է **հարաբերակցության, որակի և ձևի վարքականոնների խախտումներ:**

Մտա [ONEX.AM](https://onex.am) տեսնեմ պատվերներս ուր են հասել էն էլ պարզվեց ես 1.2 տոննայանոց ինչ-որ բան եմ պատվիրել))) ու 2.5 միլլիոն փող եմ պարտք 🤔🤔 մոտոս **ընկճախտ** ա: **Դժնդակ օրեր գնացեք, դրվատանքի օրեր եկեք**))) 😊 [9]

Որակի վարքականոնը խախտվում է, քանի որ բողոքը ձևակերպված է *չափազանցություն* ոճական հնարի («1.2 տոննայանոց ինչ-որ բան եմ պատվիրել», «2.5 միլիոն փող եմ պարտք») կիրառմամբ, սակայն այս խախտումը դիտավորյալ է և նպատակ ունի գրառմանը հաղորդել հումորային երանգ:

Հարաբերակցության վարքականոնի տեսանկյունից նկատվում է թեմատիկ շեղում. թեև գրառումը մեկնարկում է ONEX-ի ծառայության վերաբերյալ դժգոհությամբ, սակայն եզրափակվում է օգտատիրոջ հուզական վիճակի նկարագրությամբ: Այս հուզական արտահայտությունը դրսևորվում է *բառային հակադրություն* ոճական հնարով («դժնդակ օրեր գնացեք, դրվատանքի օրեր եկեք»): Ներկայացնելով այս հակադիր ձևակերպումները՝ օգտատերը խախտում է **հարաբերակցության վարքականոնը**, քանի որ իր բողոքը շեղում է բուն թեմատիկ ուղղվածությունից՝ հաղորդագրությանը տալով հումորային և գնահատողական հնչերանգ:

Ինչ վերաբերում է **ձևի վարքականոնին**, այն խախտվում է ոչ պաշտոնական (*էն, ընկճախտ ա*), հումորային և որոշ չափով երկիմաստ լեզվամիջոցների կիրառմամբ, ինչի հետևանքով հաղորդագրությունը դառնում է ոչ հստակ և կառուցվածքային առումով անկանոն:

5. **Հարաբերակցության+ձևի+քանակի վարքականոնների խախտում**

Այս խմբում ընդգրկված են այն օրինակները, որտեղ համակցվում են **հարաբերակցության, ձևի և քանակի վարքականոնների խախտումները**՝ դրսևորվելով թեմայից շեղմամբ, արտահայտման ոչ հստակությամբ և տեղեկատվության թերի ներկայացմամբ: Նման օրինակ է «ՅՈՒԲՈՄ» հեռահաղորդակցության ընկերությանը հասցեագրված բողոքը:

Նոր զանգել էի Ucom, սակագնային պլանս փոխելի, հիմա էտ աղջկա հետ իրա կիսուրից ենք խոսում [10]

Գրառման մեջ օգտատերը նախ անդրադառնում է Ucom-ի սակագնային պլանի փոփոխությանը, այնուհետև կտրուկ թեմատիկ շեղում է կատարում՝ անցնելով «աղջկա կիսուրի» վերաբերյալ

խոսակցությանը, ինչի արդյունքում խախտվում է **հարաբերակցության վարքականոնը**:

Այս թեմատիկ անցումը խաթարում է հաղորդագրության ամբողջական փոխանցումը և հանգեցնում է իմաստային անհամապատասխանության: Միաժամանակ նկատվում է նաև **ձևի վարքականոնի որոշակի շեղում**, քանի որ խոսքը կառուցված է ոչ պաշտոնական և կտրուկ անցումներով, որոնք նվազեցնում են իմաստի հստակությունն ու տրամաբանական փոխկապակցվածությունը:

Քանակի վարքականոնը մասամբ խախտված է, քանի որ ներկայացվում են ոչ էական և սկզբնական խնդրի լուծմանը չնպաստող մանրամասներ, ինչի արդյունքում նվազում է հաղորդակցության արդյունավետությունն:

6. **Քանակ + ձև + որակ վարքականոնների խախտում**

Այս խմբում ներկայացված են այն օրինակները, որտեղ միաժամանակ խախտվում են **հարաբերակցության, ձևի և քանակի վարքականոնները**: Դա ստեղծում է թեմատիկ անհամապատասխանություն, խոսքի ոչ հստակություն և տեղեկատվության թերի կամ ավելորդ ներկայացում:

Ամերիկյան Krispy Kreme Doughnuts սրճարանին հասցեագրված բողոքը ընդգրկում է **նման խախտումներ**:

They have rats and discrimination [12]

Քանակի վարքականոնի տեսանկյունից հաղորդագրությունը չափազանց հակիրճ է. այն չի տրամադրում որևէ հստակ տեղեկատվություն՝ իրավիճակը հասկանալու համար:

Գրառումը կարելի է դիտարկել նաև **որակի վարքականոնի որոշակի խախտում**, քանի որ ներկայացված պնդումները («rats», «discrimination») փաստացի հաստատված չեն և չեն ուղեկցվում ապացույցներով: Այդ պատճառով դրանք ընկալվում են որպես սուբյեկտիվ մեղադրանքներ, այլ ոչ թե հստակ փաստեր: Բացի այդ, օգտատերը կիրառում է *գյուզմա*¹ ոճական բառային հնարը, որը

¹ Չյուզման ենթադրում է քերականական միևնույն հարաբերություն, սակայն իմաստային տարբեր դրսևորումներ [14]: Տվյալ դեպքում «rats» (առնետներ) և

գրառմանը հաղորդում է պատկերավորություն և արտահայտչականություն, ինչը, իր հերթին, հանգեցնում է **ձևի վարքականոնի որոշակի խախտման**:

Այսպիսով՝ կարելի է նշել, որ Պ. Գրայսի համագործակցության սկզբունքների խախտումներն առցանց բողոքներում ոչ թե պատահական շեղումներ են, այլ գիտակցված հաղորդակցական ռազմավարություններ: Օգտատերերը հաճախ միտումնավոր խախտում են *քանակի, որակի, հարաբերակցության և ձևի վարքականոնները*՝ կիրառելով *չափազանցություն, հեզմանք, բառախաղ, պարապոք* և այլ լեզվաոճական միջոցներ, որոնք ուժգնացնում են բողոքի հուզարտահայտչականությունը: Այսպիսի խախտումները, թեև նվազեցնում են հրապարակման տեղեկատվական արժեքը, սակայն միաժամանակ նպաստում են բողոքի արտահայտմանը և հանրության վրա ազդեցության մեծացմանը: Այսպիսով, առցանց միջավայրում համագործակցության սկզբունքների խախտումը կարելի է դիտարկել որպես արդյունավետ գործարանական գործիք, որի միջոցով օգտատերերը ոչ միայն արտահայտում են իրենց դժգոհությունը, այլև ստեղծում են դրա ընկալման և մեկնաբանման նոր եղանակներ:

ЛИТЕРАТУРА

1. *Ерзнкян Е.* Лингвистическая категория вежливости: семантика и прагматика. Ереван: ЕГУ, 2018.
2. *Beebe L., Takahashi T.* Sociolinguistic Variation in Face-Threatening Speech Acts Chastisement and Disagreement, In the Dynamic Interlanguage Empirical Studies in Second Language Variation edited by Eisenstein M., New York, Plenum Press, 1989, 199-218.
3. Facebook [Electronic resource] // Mode of access: <https://rebrand.ly/or4l0je> (Date of access: Apr 1, 2026).
4. Facebook [Electronic resource] // Mode of access: <https://rebrand.ly/m5bbkvt> (Date of access: Apr 1, 2026).
5. Facebook [Electronic resource] // Mode of access: <https://rebrand.ly/eqeh1js> (Date of access: Apr 1, 2026).

«discrimination» (խտրականություն) բառային միավորները պատկանում են տարբեր իմաստային խմբերի և տարբեր հասկացություններ են մատնանշում:

6. Facebook [Electronic resource] // Mode of access: <https://rebrand.ly/fd14e2> (Date of access: Apr 1, 2026).
7. Facebook [Electronic resource] // Mode of access: <https://rebrand.ly/1nckqog> (Date of access: Apr 1, 2026).
8. Facebook [Electronic resource] // Mode of access: <https://rebrand.ly/pwjssxy> (Date of access: Apr 1, 2026).
9. Facebook [Electronic resource] // Mode of access: <https://rebrand.ly/eo9pva1> (Date of access: Apr 1, 2026).
10. Facebook [Electronic resource] // Mode of access: <https://rebrand.ly/lyzzpty> (Date of access: Apr 1, 2026).
11. Facebook [Electronic resource] // Mode of access: <https://rebrand.ly/2e4086> (Date of access: Apr 1, 2026).
12. Facebook [Electronic resource] // Mode of access: <https://rebrand.ly/xo4s289> (Date of access: Apr 1, 2026).
13. *Grice H.P.* Logic and Conversation. In: Syntax and Semantics, Vol. 3, Speech Acts edited by Cole P. and Morgan J.L., New York, Academic Press, 1975, 41-58.
14. *Malewitz R.* What is a Zeugma? [Electronic resource] // Mode of access: <https://rebrand.ly/c69bb1> (Date of access: Apr 1, 2026).
15. *Wierzbicka A.* Cross-cultural Pragmatics: The Semantics of Human Interaction. Berlin, New York, Walter de Gruyter, 2003.
16. *Yus F.* Cyberpragmatics. Internet-Mediated Communication in Context, John Benjamins Publishing Company, 2011.

REFERENCES

1. *Yerznkyan Ye.* Lingvisticheskaya kategoriya vezhlivosti: semantika i pragmatika. Yerevan: YEGU, 2018.
2. *Bibi L., Takakhashi T.* Sotsiolingvisticheskiye variatsii v rechevykh deystviyakh, ugrozhayushchikh litsu, nakazanii i nesoglasii, v «Dinamicheskikh mezh"yazykovykh empiricheskikh issledovaniyakh variatsiy vtorogo yazyka» pod redaktsiyey Eyzenshteyna M., N'yu-York, Plenum Press, 1989, 199–218.
3. Facebook [Elektronnyy resurs] // Rezhim dostupa: <https://rebrand.ly/or4l0je> (Data dostupa: 1 aprelya 2026 g.).
4. Facebook [Elektronnyy resurs] // Rezhim dostupa: <https://rebrand.ly/m5bbkvt> (Data dostupa: 1 aprelya 2026 g.).
5. Facebook [Elektronnyy resurs] // Rezhim dostupa: <https://rebrand.ly/eqeh1js> (Data dostupa: 1 aprelya 2026 g.).

6. Facebook [Elektronnyy resurs] // Rezhim dostupa: <https://rebrand.ly/fd14e2> (Data dostupa: 1 aprelya 2026 g.).
7. Facebook [Elektronnyy resurs] // Rezhim dostupa: <https://rebrand.ly/1nckqog> (Data dostupa: 1 aprelya 2026 g.).
8. Facebook [Elektronnyy resurs] // Rezhim dostupa: <https://rebrand.ly/pwjssxy> (Data dostupa: 1 aprelya 2026 g.).
9. Facebook [Elektronnyy resurs] // Rezhim dostupa: <https://rebrand.ly/eo9pva1> (Data dostupa: 1 aprelya 2026 g.).
10. Facebook [Elektronnyy resurs] // Rezhim dostupa: <https://rebrand.ly/lyzzpty> (Data dostupa: 1 aprelya 2026 g.).
11. Facebook [Elektronnyy resurs] // Rezhim dostupa: <https://rebrand.ly/2e4086> (Data dostupa: 1 aprelya 2026 g.).
12. Facebook [Elektronnyy resurs] // Rezhim dostupa: <https://rebrand.ly/xo4s289> (Data dostupa: 1 aprelya 2026 g.).
13. *Grice H.P.* Logic and Conversation. In Syntax and Semantics, Vol. 3, Speech Acts edited by Cole P. and Morgan J.L., New York, Academic Press, 1975, 41-58.
14. *Malewitz R.* What is a Zeugma? [Elektronnyy resurs] // Rezhim dostupa: <https://rebrand.ly/c69bb1> (Data dostupa: 1 aprelya 2026 g.).
15. *Verzhbitska A.* Mezhekul'turnaya pragmatika: Semantika chelovecheskogo vzaimodeystviya, Berlin, N'yu-York, Walter de Gruyter, 2003.
16. *Yus F.* Kiberpragmatika. Internet-oposredovannaya kommunikatsiya v kontekste, John Benjamins Publishing Company, 2011.

ՀԱՄԱԳՈՐԾԱԿՑՈՒԹՅԱՆ ՄԿՉՈՒՆՔՆԵՐԻ ԽԱԽՏՈՒՄՆԵՐԸ ՈՐՊԵՍ
ԱՌՑԱՆՑ ԲՈՂՈՔՆԵՐԻ ԱՐՏԱՀԱՅՏՄԱՆ ՌԱԶՄԱՎԱՐՈՒԹՅՈՒՆ

Ա. Հ. ԱՎԵՏԻՍՅԱՆ

Վ. Բրյուսովի պետական համալսարան

Մույն հոդվածն ուսումնասիրում է Պ.Գրայսի համագործակցության սկզբունքների դրսևորումներն առցանց բողոքներում դիտարկելով դրանք որպես հաղորդակցական ռազմավարություն: Հետազոտության նպատակն է ուսումնասիրել Պ.Գրայսի կողմից առաջարկված *քանակի, որակի, հարաբերակցության և ձևի վարքականոնների խախտումները*, ինչպես նաև դրանց լեզվական առանձնահատկությունները համացանցում հրապարակված բողոքներում: Վերլուծությունը հիմնված է տարբեր կազմակերպություններին (առաքման ծառայություններ, սննդի ցանցեր, վճարային համակարգեր և այլն) հասցեագրված իրական օրինակների վրա: Արդյունքները ցույց են տալիս, որ վարքականոնների խախտումները հիմնականում կրում են դիտավորյալ բնույթ և պայմանավորված են *հեզևանքի, չափազանցության, բառախաղի, պարադոքսի* և այլ լեզվաոճական միջոցների կիրառմամբ: Թեև դրանք նվազեցնում են տեղեկատվության հստակությունը, միաժամանակ ուժեղացնում են բողոքի հուզական ազդեցությունը և նպաստում լսարանի ներգրավմանը: Այսպիսով, համագործակցության սկզբունքների խախտումը արդյունավետ գործաբանական գործիք է, որը ձևավորում է բողոքի արտահայտման և ընկալման ձևերը:

Բանալի բառեր՝ համագործակցության սկզբունք, գործաբանություն, առցանց բողոք, խոսքային ակտ, քանակի վարքականոն, որակի վարքականոն, հարաբերակցության վարքականոն, ձևի վարքականոն, հեզևանք, չափազանցություն, բառախաղ

**VIOLATIONS OF THE COOPERATIVE PRINCIPLES AS A STRATEGY
FOR EXPRESSING ONLINE COMPLAINTS**

A. G. AVETISYAN

Brusov State University

The article examines the manifestations of Gricean Cooperative Principle in online complaints, viewing them as a communicative strategy. The aim of the study is to

analyze violations of the maxims of quantity, quality, relation, and manner, as well as their linguistic features in online complaints. The analysis is based on authentic examples addressed to various organizations (delivery services, food chains, payment systems, etc.). The results show that maxim violations are largely intentional and are achieved through the use of irony, hyperbole, wordplay, paradox, and other stylistic devices. Although these violations reduce informational clarity, they simultaneously enhance the emotional impact of complaints and increase audience engagement. Thus, violations of the Cooperative Principle function as an effective pragmatic tool, influencing how complaints are expressed and understood.

Key words: *Cooperative Principle, pragmatics, online complaints, speech acts, maxim of quantity, maxim of quality, maxim of relation, maxim of manner, irony, hyperbole, wordplay*

Информация о статье: статья поступила в редакцию 20 марта 2026 г., подписана к печати в № 1.CXXII (122).2026 30.05.2026.