

Lytvyn Oksana. A Study of Antonymic Relations as Evidenced in a Psycholinguistic Experiment. This article presents the methodology and the results of a psycholinguistic experiment which was conducted for the purpose of determining the structure and the content of the linguistic category of antonymy in the English language. All of the 70 participants in the experiment (scholars in linguistics, university and college professors) are native speakers of English originating from a number of different English-speaking countries. In this experiment, the respondents were to evaluate and compare the extent to which a selection of twenty antonymous pairs can be considered to represent the phenomenon of lexical antonymy, using a scale of 0 to 3 points. The material for the experiment was selected from monographs, textbooks and linguistic encyclopedias written in English. Analysing the results of the experiment, we were able to identify the central zone of the category under investigation – the antonymous pairs which, in the opinion of the linguists consulted, provide the best representation of the relation referred to as lexical antonymy. The experiment showed that representativeness rating of the antonymous pairs does not correspond directly to their ranking in the linguistic works. The data produced by the experiment makes it possible for us to conclude that most of the antonymous pairs which are presented as illustrative examples in linguistic works are typical representatives of the lexical category of antonymy and constitute its central zone.

Key words: psycholinguistic experiment, linguistic category, structure of the category, antonymy, antonymous pair, satisfactives.

Стаття надійшла до редколегії
22.01.2015 р.

УДК 811. 112.2'373.6

Людмила Пасик

Когнітивний простір суб'єкта вибору як частина когнітивного простору ситуації вибору партнера

У статті висвітлено питання когнітивного простору суб'єкта вибору (жінки) в ситуації вибору партнера на матеріалі сучасної німецької мови. Проаналізовано теоретичний матеріал щодо визначення понять *когнітивний простір*, *фрейм*. Когнітивний простір суб'єкта вибору (жінки) потрактовано як невід'ємну частину когнітивного простору ситуації вибору партнера й змодельовано у вигляді інтегрованого фрейму, де за основу взято акціональний фрейм із подальшим його розгортанням у предметно-центричний фрейм. Когнітивний простір адресанта (жінки) в ситуації вибору партнера виражається так: тексти оголошень із рубрики «Знайомства» схарактеризовано невеликим обсягом і здебільшого однаковою композиційною структурою, вони містять таку інформацію про суб'єкт вибору: 1) автопортрет, у якому вказано вік, дані про зовнішність, характер, фінансове становище, освіту; 2) вимоги стосовно бажаного майбутнього партнера, мета та модель прогнозованих стосунків, що є притаманним для текстів такого типу.

Ключові слова: когнітивний простір, ситуація вибору партнера, суб'єкт вибору, акціональний фрейм, предметно-центричний фрейм.

Постановка наукової проблеми та її значення. Сучасна лінгвістика вдається до нових тенденцій моделювання інформації, яка потрапляє до свідомості мовця. Водночас, щоб жити в гармонії з навколишньою дійсністю, у людини постійно виникає потреба впорядковувати її у своїй свідомості на концептуальному рівні, тобто створювати максимально адаптований до світосприйняття концептуальний простір [1, с. 29].

На нашу думку, особисте життя людини, до сфери якого належить досліджуваний нами концепт PARTNERWAHL, дуже важливе для кожного індивіда, саме тому аналіз когнітивного простору ситуації вибору партнера в сучасному німецькому публіцистичному дискурсі перспективний та актуальний.

Мета статті – ідентифікувати когнітивний простір суб'єкта вибору (жінки). Досягнення поставленої мети передбачає розв'язання таких завдань: 1) установити когнітивний простір суб'єкта вибору за допомогою побудови предметно-центричного фрейму; 2) виявити основні особливості вираження когнітивного простору суб'єкта вибору в цьому типі дискурсу.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. Когнітивний простір (згідно з В. В. Красних) трактуємо як структуровану певним чином сукупність усіх знань та уявлень, яка співвідноситься з окремим індивідуумом (індивідуальний) і групою індивідуумів (колективний) [5, с. 41–45]. Когнітивний простір ситуації вибору в сучасній німецькій мові окреслюється когнітивним простором суб'єкта вибору (адресанта) й об'єкта вибору (адресата).

Згідно з О. О. Селівановою, фрейм – структура репрезентації знань, у якій відображено набуто через досвід інформацію про деяку стереотипну ситуацію та про текст, що її описує, а також інструкцію з її використання [6, с. 645]. М. Мінський уподібнював фрейм до бланка з порожніми клітинками, які потрібно заповнити [4]. Фрейм можна зобразити як «пучок» прогнозованих валентних зв'язків – слотів, або «векторів направлених асоціацій» [5, с. 119]. Слоти відповідають різним аспектам або параметрам, які виокремлюють на основі досвіду взаємодії людини з об'єктами цього типу. Конституентами типових фреймів є понятійні сутності, об'єктивовані в категоріальних значеннях частин мови. С. А. Жаботинська виділяє п'ять типів фреймів: предметно-центричний/предметний, акціональний, партонімічний, гіпонімічний, асоціативний [2, с. 16–23].

Когнітивний простір ситуації вибору можна зобразити у вигляді інтегрованого фрейму, основа якого – акціональний фрейм, слоти якого розгортаються в предметно-центричний фрейм:

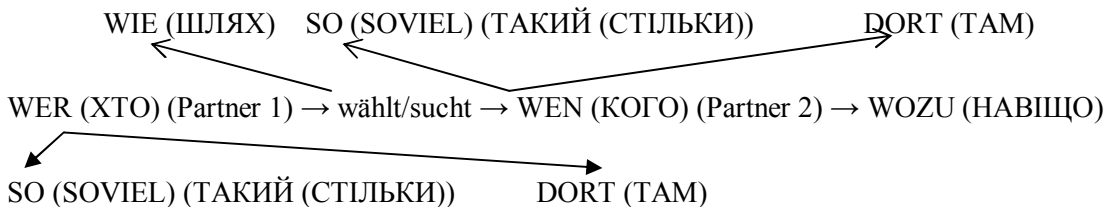


Рис. 1. Когнітивний простір ситуації вибору (акціональний фрейм)

Отже, у цій схемі є слоти WER – суб'єкт вибору і WEN – об'єкт вибору, які розгортаються своєю чергою в предметно-центричний фрейм, тобто систему пропозицій, де до одного й того ж логічного суб'єкта можуть примикати декілька логічних предикатів, які характеризують суб'єкт за якісною, кількісною (квантитивною), буттєвою, локативною, темпоральною, оціночною характеристиками [3, с. 3–14], тобто між логічним суб'єктом і логічним предикатом встановлюються внутрішньопросторові зв'язки (рис. 2).

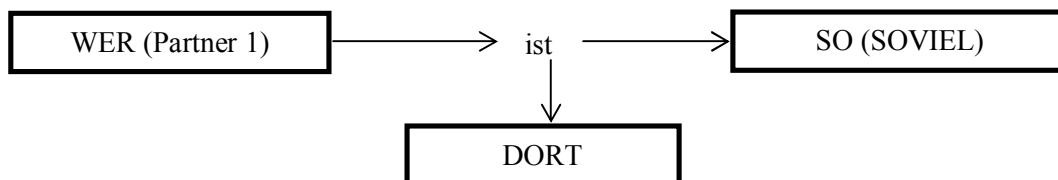


Рис. 2. Предметно-центричний фрейм

У цьому разі потрібно зазначити, що логічний суб'єкт (Partner 1) поділяється за родовими ознаками на чоловіка та жінку, і залежно від цього слоти WER, SO (SOVIEL) будуть наповнюватися іншими ознаками. Матеріалом дослідження виступають оголошення-запити в розділі «Знайомство/одруження» з німецькомовних електронних газет *sueddeutsche.de*, *quoka.de*, *augsburger-allgemeine.de* й анкетні дані із сайту знайомств *www.flirtcafe.de*.

Слот WER (PARTNER 1) називає людину-партнера, яка вибирає собі WEN, і може по-різному номінуватися. У цій розвідці зосередимося лише на такій ситуації вибору партнера, де суб'єктом вибору є жінка, тобто встановимо когнітивний простір суб'єкта вибору – жінки, як невід'ємну частину когнітивного простору ситуації вибору партнера.

Слот WER (PARTNER 1) – FRAU заповнюється такими лексичними одиницями, які актуалізують певні атрибути когнітивного простору суб'єкта вибору (жінки):

1) назви осіб жіночої статі – іменники, займенники: *Frau, sie, Dame, Lady, weibliches Wesen, Traumfrau, Stadtfrau, Mädels, Mädchenfrau, Freundin, Piratin, Henne, Mondgöttin, Engelchen, Vollblutfrau*;

2) назви за професією/освітою: *Ehemalige/dominante Geschäftsfrau, Mannequin, Lehrerin, Germanistin, Diplom-Pädagogin, Buchwissenschaftlerin, Studentin, (feminine) Akademikerin, Künstlerin, Rentnerin, Fotografin, Heilpraktikerin, Ärztin;*

3) за статусом: *Witwe, einsames Herz, Liebhaberin;*

4) назви за звичками: *NRin (Nichtraucherin), Raucher, Gelegenheitsraucher, NT (Nichttrinker);*

5) за зовнішністю: *Rubensfrau;*

6) назви за віком: *Endfünfzigerin;*

7) назви за інтересами/хобі: *ein Genussmensch, aber kein Angebertyp; ein Sonnenkind; (exquisite) Köchin; eine gute/saubere Hausfrau, Hobby-Gärtnerin, eine gute Autofahrerin, Sozia;*

8) назви за рисами характеру: *Rebellin, Trösterin, Wirbelwind, Nervensäge, Realistin, Schmusekatze;*

9) назви за знаком зодіаку: *Löwin, Jungfrau, Fische;*

10) назви за локальними/національними ознаками: *Ungarin, Philippinin, Schweizerin, Vietnamesin, Afrikanerin, Rumänin, Chinesin mit deutscher Staatsangehörigkeit, Russin, Ukrainerin, Kroatin, Kenianerin, Asiatin, Balkanfrau, Thailfrau, Regensburgerin;*

11) ніки: *Rose271, aurelie, Lindex, Russia-chica20, sTyLa_ChiiCa, babygurlz, ayleeen80, michaela30, sandachen88, jessica2244, vivilove20, kissme24times, Cauri, fyak100, Sunsweet, Rosi, fafalouisa, Arenaanja* та ін.

Слот *Partner 1* є SO (SOVIEL) наповнюється лексемами (здебільшого прикметниками, прислівниками та іменниками), які актуалізують такі ознаки досліджуваного нами явища:

1) позитивні риси характеру – основні чесноти [9]:

а) мудрість та знання – *weltoffen, intelligent, gebildet, vielseitig interessiert, vielseitig, anpassungsfähig;*

б) мужність, відвага – *ehrlich, fleißig, energievoll, unternehmungslustig, schlagfertig;*

в) людяність – *treu; zuverlässig; mit großem Herz und Familiensinn, zärtlich, warmherzig, gutherzig, unkompliziert;*

г) справедливість – *vorzeigbar; aufgeschlossen, anspruchsvoll;*

г) самовладання, витримка, поміркованість – *tolerant, temperamentvoll, selbstbewusst;*

д) трансцендентність/духовність – *lieb/liebevoll, liebenswert, natürlich, humorvoll, niveaувoll, gefühlvoll, wertebewusst, romantisch, mit Sinn für Ästhetik; voller Energie sprühend, lebensfroh, lebenslustig, lebensbejahend, mit Herz und Verstand, fromm, fröhlich, optimistisch, sehr unkonventionell, positive Lebenseinstellung, mit positiver Ausstrahlung, lustig;*

2) негативні риси характеру: *tiefsinnig, manchmal bisschen frech, herzliche Nervensäge, stur, etwas chaotisch, manchmal verrückt, keine Perle im Haushalt, trotzdem geerdet;*

3) зовнішність: *attraktiv, jugendlich, sympathisch, gut aussehend, charmant, ausgesprochen/sehr hübsch, junggeblieben, südlicher Typ, jung aussehend, nett, schön, mit feminin-erotischer Ausstrahlung, modern, gepflegt, zierlich, durchaus tageslichttauglich;*

а) очі – *blaue, grüne, braune Augen;*

б) волосся – *blond, Naturblondine, sommerblond, blonder Sonnenschein, brünett, dunkelhaarig, langes Haar, längere schwarze Haare, rote Naturlocken; schwarz gefiedert;*

в) фігура – *schlank, groß, vollbusig, Frau mit Rundungen, habe keine Modelmaße/bin weder schlank, noch jung; gut mollig und lange kein Omatyp, mit schöner Oberweite, kräftig, mit ordentlich Bauch, wiege ein gutes Pfund, mollig, ein paar Rundungen machen nicht eckig und nicht kantig, mit top/normaler/guter Figur, Rubensfigur, ein paar Kilos zu viel, sportlich, sportlich-elegant, ich bin auch Trägerin von Tatoos, zierlich;*

г) стан здоров'я – *(top)fit, körperlich und geistig gesund;*

г) фізичні вади – *mit leichter Körperbehinderung;*

д) хобі/вподобання: *musikalisch, naturliebend, tanzfreudig, reisefreudig, sehr tierliebend, mit kulturellen Interessen, reise gern, tanze u philosophiere gerne, Snowborden/Ski, Housemusik, Klavier, backe und koche gerne;*

е) матеріальне становище: *mit Wohnsitz in München und London, gut situiert, finanziell unabhängig, habe im Leben fast alles erreicht, kann mir jeden Wunsch erfüllen, mit beiden Beinen fest im Leben stehend, mit guter Rente;*

є) вік: *junggeblieben, jung; Mitte 30/40/60..., 68 Jahre jung;*

ж) віросповідання: *gläubige Christin*;

з) статус: *alleinstehend, getrennt, verheiratet, in einer festen Beziehung, geschieden, mit drei munteren Kids, ledig*.

Наведемо декілька прикладів, у яких найяскравіше актуалізуються зазначені ознаки:

(1) *Schlanke Akademikerin, 40, 164, NR, sonnige Ausstrahlung, herzlich und leidenschaftlich, wertebewusst, Humor und Harmonie liebend, hat ihr großes Glück in Sachen Liebe immer noch nicht gefunden. Du bist wirklich herzlich, lachst gerne, gehst achtsam und wertschätzend mit deinen Menschen um und möchtest ein gemeinsames Nest der Geborgenheit schaffen und eine glückliche Zukunft mitgestalten? Dann melde dich doch bitte mit Bild unter hurra2014@gmx.de. Kinderwunsch ist willkommen, aber nicht Voraussetzung. Zuschriften unter ✉ ZS1918949 an SZ [11, 06.09.14].*

(2) *Warmherzige, engagierte Lehrerin, 44, Rubensfrau, NR, kulturell interessiert, mit erw. Tochter, träumt von einer harmonischen, gleichberechtigten Beziehung und einer gemeinsamen Reise im Wohnmobil in den Norden [11, 31.10.14].*

(3) *Süße Piratin (35, stud., 1 Sohn) sucht mutigen Seeräuber mit Herz und Hirn für aufregende und dauerhafte Beziehung. BmB Zuschr. u. 101278 an AZ, Telechiffre 57778 [7, 21.08.2010].*

Результати (кількісного) аналізу вказують на те, що найтипівішим атрибутом суб'єкта вибору є такі його зовнішні риси, як *schlank, attraktiv, jung* (струнка, приваблива, молода). Значну роль відведено також таким ознакам, як позитивні риси характеру: *lieb, ehrlich, treu, warmherzig, humorvoll* (любляча, чесна, вірна, добросердечна, дотепна), а також хобі та вподобання, а найменш типові негативні риси характеру, оскільки суб'єкт вибору в цьому разі хоче вдало експлікувати спонукання адресата до зосередження уваги саме на ньому.

Слот DORT наповнюється лексемами, які актуалізують локативні ознаки:

1) місто та околиці: *Raum Augsburg, aus München, Nähe Basel, Raum Karlsruhe +/- 50 km*;

наприклад (4): *... Wenn du jetzt noch aus dem Raum Karlsruhe +/- 50 km kommst würde ich mich freuen von Dir zu hören... [10, 11.03.2015].*

2) країна: *die Schweiz, Polen, die Ukraine*

3) телефон та е-мейл: *hurra2014@gmx.de, ☎ 089-716801810*.

Когнітивний простір суб'єкта вибору – жінки не обмежується наданням інформації про себе, він також включає і дані про бажаного партнера – об'єкт вибору, який може бути:

1) за статтю: *der Mann (männliches Pendant, das Gegenstück, der Zweiohrhase, der Seelenverwandte, der Restlebenspartner, der Singlemann, der Herr, der Gentleman, der Gockel, der Kerl, der Traumprinz, der Typ, der Verbündete, der Zauberer, der Erlkönig), die Frau (die Dame, die Lady)*;

наприклад (5): *Mondgöttin, 50+, groß, schlank, jung, langhaarig, sucht Erlkönig für alles Schöne dieses Lebens. ✉ ZS1920328 an Südd. Ztg. [11, 21.11.14]*

2) за характером: *treu, stark, ernsthaft, lebensfroh, intelligent, witzig, ehrlich, zuverlässig, liebevoll, lebensfroh, warmherzig, wertebewusst, weltoffen, intelligent, großzügig*;

наприклад (6): *... Mr Right mit Ecken u Kanten gesucht, treu, klug, unabhängig ... bis 55... [10].*

3) за зовнішністю: *schön, charmant, attraktiv, nett, schlank, sportlich, vielkopfhaarig, ohne Bart, kräftig, sympathisch, gepflegt, gutaussehend, tageslichttauglich, mit männlicher Ausstrahlung*;

4) за матеріальним становищем: *bodenständig, finanziell unabhängig, mit beiden Beinen im Leben fest stehend, für den Dinge wie Versorgung und Absicherung selbstverständlich sind*;

наприклад (7): *... Wenn du mir zudem noch ein finanziell sorgenfreies Leben bieten kannst – mit Absicherungen (Noterielle Regelung erwünscht), dann darfst du dich gerne melden! Ich bin eine sehr attraktive und sinnliche Orientalin, 33J. 165 cm, wohlgeformt schlank, hübsches Gesicht, ohne Anhang [10].*

Важливим елементом когнітивного простору адресанта є також модель прогнозованих стосунків: партнера шукають для спільного проведення часу, створення гармонійного партнерства, сталих/тривалих/дружніх/любовних стосунків, для одруження/створення сім'ї:

наприклад (8): *... Suche einen sehr vermögenden und großzügigen Mann zum Heiraten. ... [10].*

Отже, когнітивний простір суб'єкта вибору (жінки) виражається так: тексти оголошень із рубрики знайомств мають невеликий обсяг і відносно стійку композиційну структуру, яка містить:

1) автопортрет, у якому висвітлено вік, зовнішність, характер, матеріальне забезпечення та освіта;

2) вимоги до бажаного майбутнього партнера та мету й модель стосунків, що є притаманним для текстів даного цього дискурсу.

Висновки. На основі проаналізованого фактичного матеріалу можна зробити такий висновок: жінки як суб'єкт вибору, описуючи себе, прагнуть видатися привабливими, вірними, здатними любити, хочуть бачити у своєму обранцеві здебільшого теж лише позитивні риси характеру й дуже часто наголошують на факторах матеріального забезпечення, незалежності партнера.

Перспективою подальших досліджень вважаємо вивчення когнітивного простору суб'єкта вибору – чоловіка.

Джерела та література

1. Андрусь А. Ф. Онтологічний аспект концепту та основні підходи до його визначення / А. Ф. Андрусь // Вісн. Луган. нац. ун-ту. – Луганськ : ЛНУ, 2011. – Вип. 9 (220). – С. 29–34.
2. Жаботинская С. А. Концептуальный анализ: типы фреймов / С. А. Жаботинская // Вісн. Черкас. ун-ту: Сер. : Філологічні науки. – 1999. – Вип. 11. – С. 12–25.
3. Жаботинская С. А. Ономазиологические модели и событийные схемы / С. А. Жаботинская // Вісн. Харк. нац. ун-ту ім. В. Н. Каразіна. – 2009. – № 837. – С. 3–14.
4. Жаботинська С. А. Посесивна конструкція і концептуальні трансформи / С. А. Жаботинська / Мова. Людина. Світ: до 70-річчя проф. М. П. Кочергана : зб. наук. ст. / за ред. О. О. Тараненка. – К. : Вид. центр КНЛУ, 2006. – С. 178–192.
5. Красных В. В. Виртуальная реальность или реальная виртуальность? // Человек. Сознание. Коммуникация / В. В. Красных. – М. : Диалог-МГУ, 1998. – 350 с.
6. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія / О. О. Селіванова. – Полтава : Довкілля-К, 2006. – 716 с.
7. Augsburg Zeitung [Elektronische Ressource]. – Mode des Zugangs : <http://bekanntschafen-anzeigen.augsburger-allgemeine.de/>
8. FlirtCafe [Elektronische Ressource]. – Mode des Zugangs : <http://www.flirtcafe.de/de/>
9. Focus [Elektronische Ressource]. – Mode des Zugangs : http://www.focus.de/gesundheits/gesundleben/stress/positive-psychologie-eine-frage-des-charakters_aid_223390.html
10. Quoka [Elektronische Ressource]. – Mode des Zugangs : <http://www.quoka.de>
11. Süddeutsche Zeitung [Elektronische Ressource]. – Mode des Zugangs : <http://www.sueddeutsche.de>

Пасик Людмила. Когнитивное пространство субъекта выбора как часть когнитивного пространства ситуации выбора партнёра. В статье рассматривается проблема когнитивного пространства субъекта выбора (женщины) в ситуации выбора партнёра на материале современного немецкого языка. Анализируется теоретический материал по вопросам определения понятий *когнитивное пространство* и *фрейм*. Когнитивное пространство субъекта выбора (женщины) рассматривается как неотъемлемая часть когнитивного пространства ситуации выбора партнера и моделируется в виде акционального фрейма с последующим разворачиванием его в предметно-центрический фрейм. Когнитивное пространство адресанта (женщины) в ситуации выбора партнера выражается следующим образом: тексты объявлений из рубрики «Знакомства» отличаются маленьким объемом и почти одинаковой композиционной структурой и содержат такую информацию о субъекте выбора: 1) автопортрет, который содержит данный о возрасте, внешности, характере, финансовом положении и образовании; 2) требования к желаемому будущему партнеру, цель и модель прогнозируемых взаимоотношений, что есть характерным для текстов такого типа.

Ключевые слова: когнитивное пространство, ситуация выбора партнера, субъект выбора, акциональный фрейм, предметно-центрический фрейм.

Pasyk Lyudmyla. Cognitive Space of Subject of Choice as a Part of Cognitive Space of Situation of Partnerchoice. The article deals with the problem of addresser's (woman) cognitive space in the situation of partner-choice in modern German language. The theoretical material on the themes *cognitive space* and *frame* is analyzed by the author. The cognitive space of the situation of partnerchoice in German language is characterized by the cognitive space of the subject of choice (addresser), the object of choice (addressee), the motive/aim and way of choice which is liable to the frame modeling. It has been used the integrated frame with the dominance of the actional where slots are expanded into object-centered frame. The addresser's cognitive space in the situation of partnerchoice finds expression in the next ways: the texts of announcements from the lonely hearts columns have little volume and a more or less stable compositional structure which contains: 1) self-portrait which enlightens age, appearance, character, financial condition and education; 2) requirements for a desirable future partner and an aim and a model of relationships, which is characteristic for the texts of such a type of discourse.

Key words: cognitive space, situation of partnerchoice, subject of choice, action frame, object-centered frame.

Непорозуміння як елемент інтерпретаційної трихотомії

У статті через призму когнітивно-дискурсивної парадигми проаналізовано статус непорозуміння як процесу та результату інтерпретаційної діяльності, що має місце під час комунікативної інтеракції. Опираючись на провідні лінгвокогнітивні течії мовознавчих студій, досліджено інтеграційну модель інтерпретаційного акту як базової моделі розуміння мови. З'ясовані характерні ознаки непорозуміння та його місце в ієрархії розуміння мовленнєвих повідомлень. Непорозуміння потрактовано як таке, що має місце під час неповного або неправильного розкриття змісту мовленнєвого повідомлення у ході діалогічних ігор. Виокремлено основні змістові лакуни й інформаційні відхилення, що призводять до формування неадекватної моделі ментальної репрезентації реципієнта дискурсу. Останню розглянуто як проекцію висловлення в ментальній реальності інтерпретатора; внутрішню ментальну модель дискурсу, структурні компоненти якої мають смислове навантаження, а сукупно представляють семантично-прагматичний зміст комунікативного повідомлення – його повне значення.

Ключові слова: дискурс, інтерпретація, розуміння, непорозуміння, ментальна репрезентація, пропозиційний зміст, прагматичний зміст.

Постановка наукової проблеми та її значення. Когнітивна і розумово-мовленнєва діяльність індивіда перебуває в епіцентрі вивчення сучасних лінгвістичних студій. Мова займає позицію найважливішого об'єкта когнітології, наукову перспективу якої становить широкий спектр досліджуваних проблем. Серед останніх найвагомішою є проблема побудови моделі розуміння мови, яка повсякчас залишається актуальною у вітчизняних та зарубіжних дослідженнях (Г. І. Богін, В. В. Красних, О. О. Селіванова, У. Чейф, G. Brown, A. Carassa, R. Carston, T. A. Dijk, D. Wilson). Наукові розвідки формують теоретико-концептуальні передумови для системного та змістовного вивчення категорії *непорозуміння* як процесу та результату комунікації, що має певні відхилення.

Аналіз досліджень цієї проблеми. Сучасна наукова парадигма характеризується тим, що в дихотомії *норма / аномалія* акценти часто зміщуються у бік другого елемента. Позиція нормо-центризму перестала бути панівною лінгвістиці. Це підтверджує поява праць, у яких розглядають проблеми, пов'язані з розумінням, а інтерпретація постає в неефективному, негативному вияві (К. Баззанелла, Е. Вайганд, М. Даскал, Л. В. Короткова, О. В. Кукушкіна, С. М. Почепинська, Л. Л. Славова).

На сучасному етапі проблема розуміння мовлення отримала новий статус, виносячи на перший план не поняття *розуміння*, а поняття *досягнення розуміння* (*coming to understanding*) [15, с. 756] на інтерактивному рівні. Ця модель діалогічної взаємодії передбачає існування *непорозуміння* як окремого типу інтерпретації дискурсу, спричиненого об'єктивними і суб'єктивними чинниками, що є притаманним мовленню та когніції.

Вивчення проблеми непорозуміння як комунікативно-когнітивного явища стало можливим зі становленням в останні десятиліття ХХ ст. нової когнітивно-дискурсивної парадигми наукового знання, яка значно розширила кут зору на досліджувану проблему. З'явилися шляхи для вивчення ментальних операцій, які перебувають поза зоною сприйняття та ідентифікації і стосуються подальших фаз інтерпретації й моделювання проекції висловлення адресанта. Відтак, дослідження проблеми непорозуміння стало можливим лише за поєднання сучасних тенденцій аналізу глибинних процесів опрацювання інформації з аналізом впливу зовнішнього контексту, зв'язком із дійсністю та екстралінгвальними чинниками.

Мета дослідження – з'ясувати лінгвокогнітивний статус непорозуміння як типу інтерпретації та виокремити його основні комунікативні ознаки.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. В основу нашого дослідження покладено два підходи: *когнітивний* та *дискурсивний*. Синтез цих напрямів, зокрема врахування процесів когнітивних систем та екстралінгвальних чинників, визначає наші погляди на проблему розуміння, інтерпретації та непорозуміння зокрема. З такої позиції *інтерпретація* виступає як когнітивний процес та одночасно результат з'ясування змісту окремих мовленнєвих і