

В. В. Хомич

г. Минск, Республика Беларусь

АССОЦИАТИВНЫЙ ШЛЕЙФ, ФОН И ОРЕОЛ В ФОРМИРОВАНИИ СТРУКТУРЫ КОРОТКОГО РАССКАЗА

Малые формы литературы всегда были востребованы. Жанр короткого рассказа вызывает интерес не только у читателей, но и у исследователей. Тема, идея, законченность сюжета, воплощение авторского замысла при достаточно кратком изложении делают короткий рассказ очень привлекательным. В нём может изображаться целая история с начала до конца, может описываться один эпизод с ограниченным числом персонажей, рассказ может не иметь завершения, предоставляя читателю выбор дальнейшего развития событий.

Для художественных текстов характерно использование большого разнообразия ассоциативных связей. В восприятии короткого рассказа читателем главным является эмоциональное впечатление. Процесс ассоциирования играет огромную роль в создании эмоционально-чувственного восприятия. Все ассоциации, рождающиеся в нашем сознании, – это результат эмоционального восприятия окружающего мира. Воображение и фантазии напрямую связаны с эмоциями, которые мы испытываем в процессе прочтения художественных рассказов.

Художественный текст строится по законам ассоциативно-образного мышления. Вопрос о семантической структуре текста и механизмах текстообразования неразрывно связан с ассоциативным лексическим наполнением текста.

Для создания ассоциативного шлейфа, фона и ореола можно использовать слова как из текста рассказа, так и из ассоциативных словарей. Этот факт указывает на взаимодействие автора и читателя: текстовые ассоциации принадлежат автору, словарные – читателям.

Анализ художественных текстов показывает, как ассоциативный шлейф, фон и ореол позволяют не только воспринимать текст, но и создавать его. Они помогают раскрыть основную тему и идею, придают эмоциональность и драматичность создаваемому художественному произведению.

Когда мы говорим о тексте вообще, то часто употребляем словосочетание «связный текст», поскольку только целостность и связность характеризуют текст в полной мере. Подсознательно выбирая ключевые слова, обеспечивающие эти свойства текста, мы также неосознанно строим ассоциативные поля вокруг них, создавая как бы мини-тексты, состоящие из ассоциативных шлейфов, ассоциативного фона и ассоциативного ореола.

«Под ассоциативным полем текста понимается система стимулированных текстом в сознании адресата вербальных ассоциаций, организованных по принципу поля, имеющего ядро (наиболее частотные ассоциации) и периферию» [1, с. 20].

Слова, которые входят в словесно-ассоциативное поле художественного текста, рассматриваются как ассоциативный шлейф именно этого словоупотребления в конкретном представленном контексте. В ассоциативный шлейф входят все ассоциации из текстового ассоциативного поля, т.е. не только те, которые находятся в непосредственной близости от словоупотребления, но и те, которые находятся вдали от стимула, разбросаны по всему тексту, т.к. они «демонстрируют связность и единство лексикона текста» [2, с. 58–59].

Ассоциативный фон художественного текста создаётся в результате пересечения ассоциативных шлейфов. Они могут пересекаться в различных местах, в зависимости от количества направлений ассоциирования, представленных в тексте художественного рассказа.

«Значительная часть шлейфов, которая не пересекается с реальными словами текста, а является как бы словесно-ассоциативным сопровождением его, может рассматриваться как словесно-ассоциативный ореол текста» [2, с. 58]. Таким образом, ассоциативный ореол – это то, что не написано автором напрямую в тексте, это те ассоциации, которые должны возникать в сознании читателя при восприятии того или иного текста. «Ассоциативный фон и ореол – это и есть то, что внимательный читатель прочитывает между строк текста» [2, с. 59].

В ассоциативном ореоле участвуют слова-ассоциации как из текста, так и из ассоциативных словарей, так как ассоциативный ореол – это не только то, что можно прочесть, это то, что читателю предстоит увидеть между строк. Чтобы воссоздать ассоциации читателей можно использовать ассоциативные словари, которые построены на результатах ассоциативных экспериментов большого количества испытуемых.

В художественном рассказе эстетическая функция является очень значимой, ведь он воздействует не только на сознание реципиента, но и на его чувства, вызывает определенные эмоции. Автор художественного произведения как бы создает свой собственный, воображаемый мир и приглашает в него читателя. Читатель же в свою очередь пытается перенести этот мир в свою реальность, провести аналогии со своей жизнью, найти что-то общее с описываемыми событиями, сравнить себя с главными героями. Всё это становится возможным благодаря ассоциативной структуре текста, состоящей из ассоциативных шлейфов, фона и ореола.

На примере нескольких ключевых слов из художественных рассказов К. Шопен «The Kiss» [3] и Д. Г. Лоуренса «The Shadow in the Rose Garden» [4] покажем, какие тематические группы ассоциаций входят в ассоциативный шлейф, фон и ореол данных слов. Для этого проанализируем несколько ассоциативных полей. Чтобы построить ассоциативные поля в рассказе, необходимо выделить ключевые слова, слова-стимулы. Под ключевыми словами нами понимаются такие лексические единицы, которые представляют текст в свёрнутом виде и являются носителями его смысла. Их выбор основывается на лексическом значении слов, частоте их встречаемости в тексте. Он определяется авторской интенцией, его творческим замыслом, коммуникативной стратегией текстового развертывания. Ключевые слова чаще всего находятся в сильной позиции текста: в заглавии, в начальной позиции или в конце. Однако, несмотря на все существующие критерии отбора ключевых слов, их выбор остается достаточно свободным, что не раз отмечалось учеными-лингвистами.

В ассоциативном поле каждого из ключевых слов, в обеих его моделях текстовой и словарной, выделяется несколько направлений ассоциирования. Подробно рассмотрим несколько ключевых слов, которые чаще всего можно встретить в коротких рассказах. Первым из которых выступит слово *friend*.

Текстовое ассоциативное поле предлагает нам такие направления ассоциирования как:

1. *Friend* – *fellow, husband, woman, guest* – близкий человек;
2. *Friend* – *clever, tall, faithful, old* – характеристики;
3. *Friend* – *sense, manner, esteem, touch, hug* – выражение эмоций;

Тезаурусное ассоциативное поле предлагает следующие направления:

1. *Friend* – *friendship, affection, help, pleasure, relation* – философские понятия о дружбе;
2. *Friend* – *friend, neighbour, person, companion, girl* – близкий человек.

Проиллюстрировать ассоциативные поля данного стимула можно следующим образом (рисунок 1 и рисунок 2):

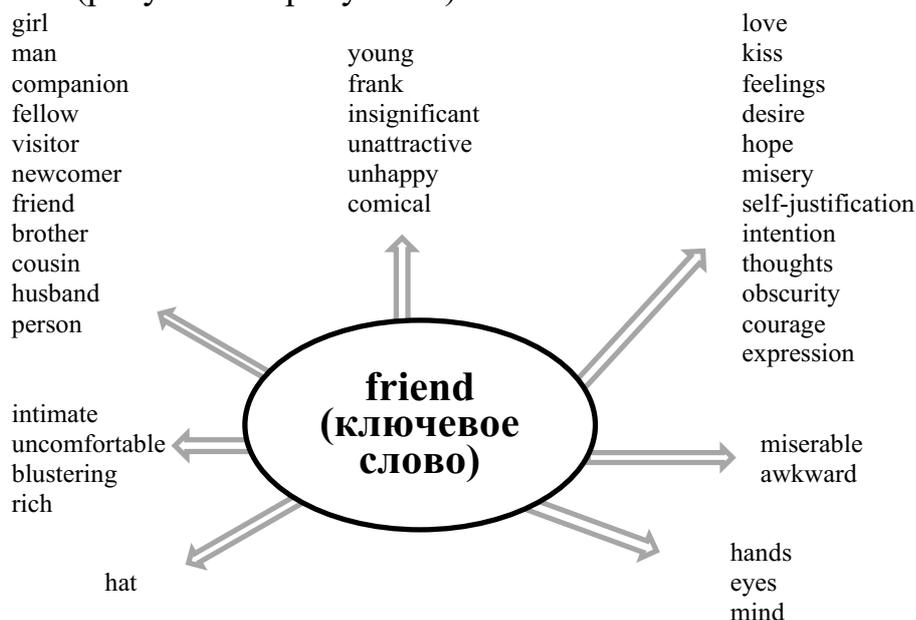


Рис.1. Текстовое ассоциативное поле (ассоциации автора)

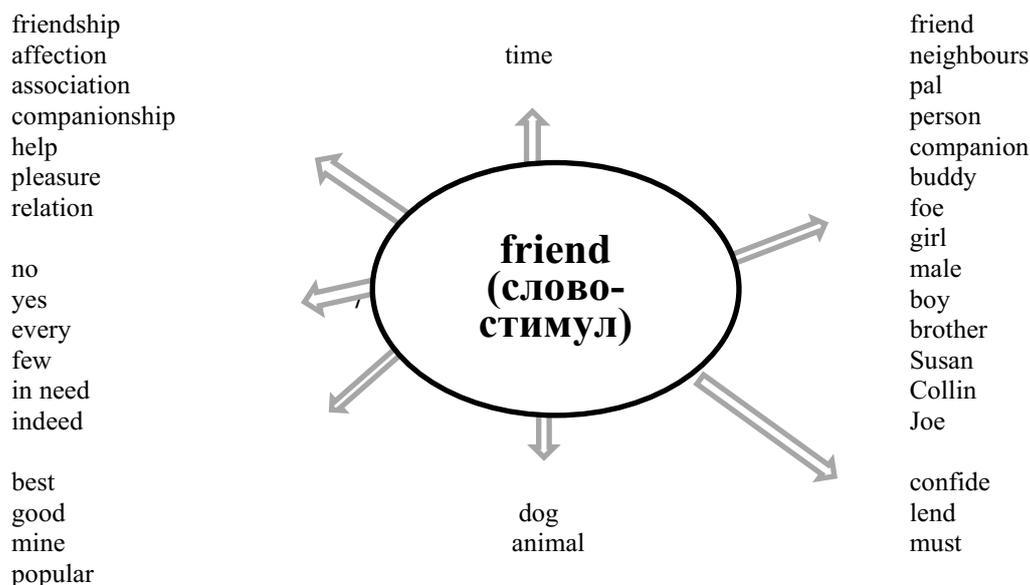


Рис. 2. Тезаурусное ассоциативное поле (ассоциации читателей)

Подобным образом можно проанализировать и другие ключевые слова, наиболее часто встречающиеся в художественных рассказах. Например, слово *kiss*.

В текстовом ассоциативном поле данного слова-стимула выделяется 3 направления ассоциирования:

1. *Kiss – lips, face, man, wife, hug* – эти ассоциации указывают на процесс проявления близости между людьми;
2. *Kiss – hope, intimacy, world, everything, ardent, misadventure* – проявление чувств и эмоций;
3. *Kiss – wedding, marriage, meeting, good-bye* – выступает символом событий;

В словарном ассоциативном поле обозначились два направления ассоциирования:

1. *Kiss – neck, lips, mouth, cheek, man, woman, girl, boy* – процесс проявления близости между людьми;
2. *Kiss – love, embrace, life, will* – проявление чувств и эмоций.

Одно из самых любимых слов многих авторов, ключевое слово *love* в своем текстовом ассоциативном поле предлагает такие ассоциативные направления как:

1. *Love – woman, friend, brides, husband, person* – названия лиц;
2. *Love – secret, breath, tears, kiss, passion, sorry, honesty, choice* – чувства, эмоции, переживания

В словарном ассоциативном поле отмечаем следующие ассоциации:

1. *Love – people, lower, kiss, wife, female, girl, woman* – названия лиц;
2. *Love – first, dear, kind, nice, soft, warmth, affection, emotion* – чувства, эмоции, переживания.

Одним из наиболее частых и значимых ключевых слов является слово *house*. Здесь ассоциации распределяются следующим образом:

1. *house – farmhouse, farm, shed, cottage, mansion, door* – объект, место жительства;

2. *house – family, woman, daughter, boy, girl, child, supper, milk* – это семья, чувство защищённости.

Среди тезаурусных ассоциаций отмечаются следующие:

1. *house – home, warmth, security, mother, life* – дом, домашний уют;
2. *house – building, flat, bungalow, mansion, cottage* – место жительства;
3. *house – shelter, home, warm, big, cozy, comfortable* – уют и благополучие.

Эти направления ассоциирования показывают, как ассоциации взаимодействуют между собой внутри ассоциативных полей, и как это влияет на создание ассоциативной структуры художественного текста. Также художественный текст является отражением действительности. Словесно-ассоциативное поле соотносит содержание текста с действительной ситуацией. Текстовая и тезаурусная модели ассоциативных полей в одинаковой мере отражают системно упорядоченный лексикон в сознании носителей языка. Это видно из структуры обоих полей, поскольку большинство тематических групп, выделяемых в них, совпадает. Этот факт доказывает, что ассоциативная модель, отражающая действительность, одинакова в художественном тексте, в словаре и в сознании носителя языка.

Словесно-ассоциативное поле выступает как отражение языкового сознания, как психолингвистическая модель сознания носителей языка, активизирующаяся в момент появления стимула для ассоциирования и выступающая одним из текстообразующих факторов.

Известным фактом является то, что любой текст ситуативен. Он несёт определенную информацию. Информативность является очень важным признаком текста, поскольку связанность и цельность текста реализуется, основываясь на информации, передаваемой им. Художественный текст коротких рассказов представляется в виде словесно-ассоциативных полей, которые создают ассоциативный шлейф, фон и ореол и при этом реализуют основные свойства текста, такие как цельность, связанность, информативность, ситуативность и завершенность, а значит создают полноценный текст и формируют структуру рассказа.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Болотнова, Н. С.* Художественный текст в коммуникативном аспекте и комплексный анализ единиц лексического уровня / Н. С. Болотнова. – Томск, 1992. – 312 с.
2. *Клименко, А. П.* Ассоциативные связи слов текста / А. П. Клименко // Психолого-педагогические и лингвистические проблемы исследования текста. – Пермь, 1984. – С. 58–59.
3. *Chopin, K.* The Kiss / K. Chopin [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.eastoftheweb.com/short-stories/UBooks/Kiss860.shtml>. – Date of access: 10.02.2024.
4. *Lawrence, D. G.* The Shadow in the Rose Garden / D. G. Lawrence [Electronic resource]. – Mode of access: <https://xpressenglish.com/shadow-in-the-rose-garden/>. – Date of access: 15.02.2024.