

**В. В. Хомич**

## ФОРМИРОВАНИЕ АССОЦИАТИВНОГО ВОСПРИЯТИЯ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ТЕКСТА

Идея ассоциативности всегда была интересной и актуальной. До сих пор не существует единого определения ассоциации. Ассоциация – понятие абстрактное и достаточно субъективное, каждый видит в нем что-то свое, поэтому, давая определение ассоциации, каждый автор вкладывает в него собственное понимание процесса ассоциирования.

В настоящее время ассоциации изучаются в соотнесенности с тремя возможными способами их репрезентации: в системе языка, в структуре личностной языковой способности в качестве особого способа репрезентации языковой системы и в тексте.

«Любое слово всегда может вызвать в памяти все, что способно тем или иным способом с ним ассоциироваться», – писал Ф. де Соссюр. Действительно, множественные ассоциативные эксперименты в психолингвистической практике доказывают правоту этого высказывания. В сознании и даже подсознании каждого носителя языка для каждого слова присутствует определенный набор ассоциаций, активирующийся в момент появления стимула для ассоциативной деятельности.

В языковой системе отношения между словами достаточно свободны: использование каждого из слов может происходить независимо от его связи с другими словами. В тексте же все слова связаны, поскольку они употребляются в конкретном контексте, где появление одного слова может повлиять на раскрытие значения других слов, присутствующих в данном контексте.

В ментальном лексиконе (в нашем сознании) существуют тематические группы, в которых слова ассоциативно связаны друг с другом, так же, как они представлены в словарях и текстах.

При восприятии художественных текстов индивидуально-личностный фактор является очень важным. Несмотря на многие существующие стереотипы, ассоциации весьма индивидуальны, что затрудняет восприятие ассоциативной структуры текста, поскольку невозможно проникнуть в сознание каждого носителя языка и увидеть в нем отражение действительности.

При прочтении текстов в сознании возникает ассоциативная картина, читатель представляет текст в образах, но формирование этих ассоциативных образов зависит от различных факторов. Тексты читаются и воспринимаются разными людьми, они все интерпретируют предлагаемую автором информацию неоднозначно. Однако в тексте есть тема и идея, которые привлекают определенную группу людей, интересующихся именно этой проблемой. Тексты читаются миллионами людей на протяжении многих лет с целью получения информации, а также используются для различных лингвистических исследований. В отличие от научных текстов, чьи данные интерпретируются точно и практически однозначно, художественные тексты, с течением времени могут интерпретироваться по-разному. Так, прочитав один и тот же рассказ с интервалом в 10–20 лет, читатель может все воспринять по-другому. Герои и события могут казаться иными, и при повторном прочтении внимание обращается совсем не на те детали, которые привлекали внимание при первичной встрече с текстом, многое пересматривается, переоценивается.

Автор и читатель редко бывают знакомы лично. Их связывает та ассоциативная нить, которая возникает между ними в процессе порождения и восприятия художественных произведений.

Художественный текст во многом состоит из неожиданных, возникающих в сознании ассоциаций, связываясь между собой в определенные тематические группы, представляющие собой ассоциативные поля.

Благодаря этим ассоциативным полям в структуре текста мы видим развитие сюжета художественного произведения, противопоставление хорошего плохому, реального – нереальному. Это свойство ассоциативных полей особенно важно при создании художественного текста, его прочтении и восприятии.

Основная идея текста задает направление ассоциирования, и каждый исследователь при анализе того или иного текста опирается на те принципы, согласно которым он выделяет ключевые слова и моделирует их ассоциативные поля. Моделируемые поля в свою очередь отражают ассоциативную природу ключевых слов и разнообразие вызываемых ими ассоциаций.

Текстовые ассоциативные поля играют важную роль в лексической структуре текста, поскольку она включает ключевые слова и их ассоциативное окружение и выявляется в ходе анализа текста с точки зрения его ассоциативного наполнения. Текст рассматривается «как сложно организованная сеть ассоциатов, в образовании которой участвуют ассоциативно-смысловые поля ключевых слов, значимые для познавательной деятельности адресата». Отбор слов и их значений в тексте чрезвычайно важен для его лексической структуры, одним из главных компонентов которой являются ассоциативные поля, содержащие тематические группы и тематически организованные цепочки слов, благодаря которым и формируется ассоциативное восприятие всего текста.