

*М.Ю. Гетманская, А.В. Киселева*

**Ассоциативность как основной аспект  
функционирования слова в художественном тексте**

Ассоциативность является важным и наиболее значимым коммуникативным свойством слова, поскольку речемыслительная деятельность человека обладает ассоциативным характером.

Ассоциативность речи непосредственно связана с размышлениями и эмпатией, то есть вызовом сопереживания у человека, апеллируя к его рациональной и эмоциональной памяти, в результате чего осуществляется мощнейшая стимуляция как интеллектуального, так и душевного потенциала. Для того, чтобы вызвать необходимые ассоциации целесообразно задействовать такие приемы, как аналогия, ссылки на прецеденты, примеры, экспрессивность высказываний.

По мнению философов и психологов, ассоциация – это процесс соединения двух элементов путем установления связи между ними, который имеет психофизическую основу. При появлении одного члена ассоциативной пары этот условный рефлекс обеспечивает обязательную актуализацию другого. Подобное обнаружение взаимосвязи объектов действительности и выявление определенных взаимоотношений является основой человеческого мышления.

Язык, как главный инструментальный мышления и средство общения, основывается на законах ассоциации. На лексическом уровне это демонстрируется особенно ярко и выразительно. Исходя из этого, текст можно представить в виде ассоциативно-семантической сети, которая реализуется вербально. Структура такой ассоциативно-семантической сети речевого произведения соотносится с составом внутреннего лексикона автора, «стоящего за текстом» [7,8].

Текст рассматривается нами в качестве речевого продукта, который является концептуально обусловленным и коммуникативно-ориентированным в пределах конкретной области коммуникации и имеет информативно-смысловое и прагматическое содержание. Согласно такой дефиниции, текст представлен как результат речемыслительной деятельности автора, который включает в себя концепт (идею, отражающую замысел его создателя и образующую целостность текста) и содержит информацию (смысл) в его ориентации на получателя. Кроме того, текст имеет определенную стилистическую окраску и обладает эффектом воздействия (прагматикой) [1]. Текст располагает рядом постоянных и переменных признаков, таких как развернутость, последовательность, связность, законченность.

В зависимости от типа информации, содержащейся в тексте, его можно определить как научный, научно-публицистический, литературный и т.п. Распределение информации в разных видах текстов неодинаково: так, в художественном тексте, в отличие от научного или научно-публицистического, есть своеобразные «темные места», которые требуют додумывания и самостоятельных умозаключений выводов. В.П. Белянин определяет художественный текст как «загадочную сущность», которая заинтере-

совывает и завлекает читателя, обуславливая его стремление проникнуть в эту сущность, попытаться по-своему интерпретировать текст [3].

Художественный текст обязательно имеет такую типологию, которая направлена на родо-жанровые характеристики, тогда как нехудожественный текст имеет свою частную типологию (например, научный текст, официально-деловой текст, текст массовой коммуникации и т.п.).

В отличие от нехудожественного текста, который строится на основе логического мышления, художественный текст создается на основе ассоциативно-образного мышления, в котором весь накопленный жизненный материал трансформируется в своеобразную «маленькую вселенную», представленную глазами конкретного автора. Именно в художественном тексте за представленными картинками жизни всегда есть интерпретационный функциональный (подтекстный) план, так называемая «вторичная действительность» [5]. Что касается нехудожественного текста, то он в большинстве случаев является одномерным и одноплановым, в нем действительность представлена реально и объективно. Художественный текст воздействует на эмоциональную область человеческой личности, тогда как нехудожественный демонстрирует иной вид воздействия – на интеллектуальную область. Помимо этого, в художественном описании оперирует закон психологической перспективы. Кроме того, эти типы текстов отличаются по своим функциям: для художественного текста характерна коммуникативно-информационная, а для нехудожественного – коммуникативно-эстетическая.

Художественный текст отличается употреблением образно-ассоциативных свойств речи. Конечной целью творчества здесь является образ, тогда как нехудожественному тексту, как правило, словесная образность не присуща, а при ее наличии служит только лишь способом передачи информации, является своего рода ее объяснением. Художественная литература относится к виду искусства, где инструменты образности подчиняются эстетическому идеалу создателя. В нехудожественной литературе словесный образ играет второстепенную роль, что освобождает автора от такой подчиненности [6]. В этом случае ему необходимо отразить информационное содержание какого-либо понятия или явления с привлечением образа, то есть использованием, например, метафоры, сравнения и других средств выразительности.

Итак, для художественного текста имеет принципиальное значение образно-эмоциональная, обязательно субъективная сущность явлений и событий, тогда как нехудожественному тексту свойственна логико-понятийное содержание, которое по возможности представлено объективно. Отсюда, для художественного текста форма является содержатель-

ной сама по себе, она является особенной и оригинальной, поскольку в ней и заключается сущность художественности. Выбранная автором «форма жизнеподобия» предназначена для передачи иного содержания: так, например, изображение пейзажа может оказаться не нужным само по себе, это только форма для выражения внутреннего состояния автора, а также созданных им персонажей. С помощью такого содержания и формируется «вторичная действительность». Внутренний изобразительный план во многих случаях представлен через внешний предметный план. Таким образом образуется двуплановость и многоплановость художественного текста, что нехарактерно тексту нехудожественному.

Ассоциативные связи доминируют в художественном тексте, отсюда художественное слово является фактически понятийно неисчерпанным. Разные ассоциации порождают разные «наращения смысла». Одни и те же явления предметного мира воспринимаются разными авторами по-разному и пробуждают разные ассоциации. Для художественного текста большое значение имеет не столько предметно-понятийный мир, сколько представление, то есть наглядное изображение предмета, возникающее в памяти и в воображении. Именно представление является переходным элементом между непосредственным восприятием и понятием.

Ассоциативность как универсальное коммуникативное свойство узуального слова является интегральным в системе его основных свойств, с которыми оно соотносится [2]. Фонетическое оформление, непроницаемость, обособленность и одноударность демонстрируют независимость слова по отношению к другим словам или единицам языка и обуславливают, потенциально ограничивают и детализируют его ассоциативные связи. Ассоциативную природу имеет также номинативность слова, которая дает ему возможность заменять в сознании человека конкретный феномен окружающего мира. В итоге, частотность любого самостоятельного слова определяется его расположением в ассоциативно-вербальной сети словарного запаса отдельного человека, поскольку узловые звенья лексикона фиксируют наиболее востребованные, ключевые в его речи слова [7]. Сочетаемость параметров слова непосредственно обнаруживаются в его ассоциативных связях. Мотивированность базируется на возможности слова ассоциативно соотноситься со структурными и лексическими мотиваторами, что происходит благодаря его внутренней форме (теория лексической мотивированности). Что касается цельюоформленности, то она непосредственно проявляется в ассоциативных связях слова, поскольку грамматическая форма стимула обуславливает форму большинства реакций [8]. На ассоциативных связях также основываются такие свойства слова как экс-

прессивность, образность, оценочность и эмотивность.

Ассоциативно-смысловое поле слова представлено в виде оптимальной по наглядности и широте диапазона информации модель, которая определяет коммуникативные свойства слова, воплощающиеся в его коммуникативном потенциале. Коммуникативный потенциал слова рассматривается как «все, что обуславливает его готовность участвовать в общении в качестве элемента высказывания — носителя определенного «кванта» знания и прагматического заряда, то есть основные лингвистические параметры слова, его связь с другими лексическими единицами, предметно-логическая соотнесенность, тематика-ситуативные и оценочно-прагматические связи» [4].

Итак, ассоциативное поле слова отражает и фиксирует многообразие его лингвистических и экстралингвистических характеристик. Такое отражение коммуникативных возможностей слова в его ассоциативных связях дает возможность предположить, что ассоциативность является такой потенциальной и универсальной способностью единиц лексического уровня, которая пробуждает в сознании человека ассоциации как с системой языка, миром понятий, так и явлениями окружающей действительности, и именно ассоциативность определяет все основные аспекты функционирования слова.

#### ***Библиографический список***

1. Акопянц А.М. Прагматика и лингводидактика: монография. Ростов-на-Дону, 2008.
2. Бабенко И.И. Ассоциативность как интегральное коммуникативное свойство слова // Труды региональной научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Сибирская школа молодого ученого» (21-23 декабря 1998 г.). Томск: Изд. ТГПУ, 1999. С. 55-57.
3. Белянин В.П. Основы психолингвистической диагностики (Модели мира в литературе). М.: Тривола, 2000. 248 с.
4. Болотнова Н.С. Основы теории текста. Томск: Изд-во Том. пед. ун-та, 1999. 98 с.
5. Бондаренко Е.И. Обозначение лица пожилого возраста атрибутивными сочетаниями в русском и английском языках // Стилистика и культура речи: Межвузовский сборник научных статей. Пятигорск, 2000. С. 53-57.
6. Гапон Л.А., Алиева В.В. Инфографика как инструмент визуализации грамматического материала в контексте компьютерно-опосредованной коммуникации // Новые идеи в лингвистике XXI в.: Актуальные проблемы и тенденции в рамках современных направлений лингвистической мысли. Межвузовский сборник научных трудов. Пятигорск: ПГЛУ, 2016. С. 57-67.
7. Залевская А.А. Слово в лексиконе человека: психолингвистическое исследование. Воронеж: Изд-во Воронеж. гос. ун-та, 1990. 206 с.
8. Караулов Ю.Н. Ассоциативная грамматика русского языка. М: ЛКИ, 2010. 332 с.