

В. В. Хомич

АССОЦИАТИВНЫЙ ПОДХОД К ВЫБОРУ КЛЮЧЕВЫХ СЛОВ В ТЕКСТЕ

Процессы порождения и восприятия текста тесно связаны. Создавая текст, каждый автор, вероятно, думает о том, как он будет воспринят читателями.

Всё, что создаётся ориентированно на кого-то и требует понимания и оценки. Особую роль в этих непростых процессах играют ключевые слова – слова, доминирующие и при создании, и при восприятии текста. Согласно исследованиям А. А. Залевской и других психолингвистов, ключевые слова текста активизируют связанные с ними ассоциативные значения, имеющиеся в сознании индивида и, как правило, хранящиеся в долговременной памяти.

Ключевые слова – это опорные лексические элементы понимания текста. Они представляют собой изначально закодированную свёрнутую структуру текста. И если текст понимается как продукт осмысления автором действительности, реализуемой посредством словесно-ассоциативных полей, составляющих его структуру, то именно ассоциативное распределение ключевых слов внутри текста помогает понять его смысл и определить авторский замысел. Следует также отметить, что авторский замысел предопределяет различную степень смысловой нагрузки в структуре предложений, организующих текст. Но как определить, какие единицы наиболее значимы для понимания смысла текста? Данный вопрос тем или иным образом уже затрагивался во многих лингвистических исследованиях прагматической направленности. Большинство исследователей сходятся во мнении, что такими единицами являются ключевые слова текста. Непременными свойствами ключевых слов выступают повторение словесного образа с изменением и обогащением его назначения в контексте, богатство семантики, сложная полисемия и разнообразие контекстных связей.

Одно и то же слово в тексте способно приводить в движение ассоциативные поля, которые в лексиконе человека образуют огромную сеть, значительно превышающую объём и возможности рабочей памяти человека.

Ассоциации возникают в нашем сознании уже при наличии в нём определённых знаний и представлений о значении слова. Таким образом, для построения текстовых ассоциативных полей учитывается главный смысл текста, основная идея автора, способы и средства передачи автором этой идеи, всё, что влияет на формирование того или иного слова в данном тексте. В последнее время в психолингвистических исследованиях текста ключевое слово сближают с понятием «концепт», за ключевыми словами стоят лексические концепты как ментально-психические образования.

Таким образом, ключевые слова в структуре текста носят, как правило, концептуальный характер и выполняют роль опор, формирующих лично-плановый и в то же время целостный смысл текста.

Ключевые слова приравниваются к образам, возникающим в сознании автора при создании текста. Считается целесообразным рассматривать ключевые слова в роли образов, поскольку сначала в сознании появляется образ того, что нужно создать. Когда задаётся та или иная тема, то в сознании появляются образы и ассоциации, а потом они передаются при помощи слов. Ассоциации связывают ключевые слова, как бы создавая основу для порождения ассоциативных связей между словами текста. Идея автора – создать образы, а с точки зрения психолингвистического анализа текста, с позиции его порождения и восприятия эти образы становятся ключевыми словами. Для литературы – это художественный образ, для психологии – образ сознания, а для лингвистики – это ключевое слово в тексте.

Ведь когда перед читателем предстают определённые образы, в его сознании возникает набор ассоциаций согласно рассматриваемой теме, сюжету и авторскому замыслу. Он может не только глубже понять основную идею автора, но и как бы создать свой собственный текст, пытаясь пересказать, передать информацию, полученную им при прочтении.

Ассоциативный фон текста свидетельствует о существовании достаточно прочных связей между словами в тексте. В процессе текстопорождения роль ключевых слов очень важна, они связывают замысел, который автор реализует в своём произведении с тем, как читатель его воспринимает. Существуют определённые правила выделения ключевых слов, однако исследователи не раз отмечали, что всё же их выбор остаётся достаточно свободным.

Пытаясь понять основную идею автора, читатель будет выделять важные для понимания опорные слова и словосочетания. Любой достаточно развёрнутый текст можно превратить в набор ключевых слов, опираясь на которые читатель может восстановить весь текст. Это происходит при помощи ассоциаций, которые связывают ключевые слова между собой и образуют вокруг них поля из слов, ассоциативно связанных друг с другом.

Читатель воспринимает предметный мир как целое только при условии, что в нём есть что-то постоянное, определённые опорные элементы, отображённые в нашем сознании в виде образов предметов и ситуаций, константных по сравнению с образом мира. Чтобы образ мира изменялся (а он существует только в изменении), в нём должно быть что-то относительно

неизменное. Так и в тексте. Только роль образа предмета в его восприятии и понимании играет образ содержания слова, психический эквивалент его значения.

При психолингвистическом подходе к порождению текста и построению ассоциативных полей внутри него мы не можем рассмотреть, как лексические единицы связаны между собой внутри поля, поскольку ассоциации разные, из разных сфер, ассоциирование может происходить по разным направлениям. Рассмотрение слов в тексте как целой единой системы становится возможным благодаря наличию в нём ключевых слов и слов ассоциативно с ними связанных. Поскольку в тексте они объединены одной общей темой и идеей.

Ассоциативная роль ключевых слов заключается в моделировании ассоциативного пространства текста.

Высокая частотность употребления ключевых слов в художественном тексте в целом и в композиционно значимых его частях помогает раскрыть авторский замысел и заинтересованность читателя.

Участие в создании смысловой многоплановости текста в целом, в реализации эстетических и идеологически окрашенных значений, в выражении важных художественных идей автора ключевые слова и ассоциации, связанные с ними, играют важную роль как при прохождении текстов, так и при их восприятии читателями.