

**В. В. Пашкевич**

**СПОСОБ ЯЗЫКОВОЙ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ  
ОБРАЗА СОВРЕМЕННОГО ПОДРОСТКА  
В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ХУДОЖЕСТВЕННОМ ТЕКСТЕ**

Имидж – это сконструированный или стихийно возникший, эмоционально окрашенный образ кого-либо, воспринятый массовым сознанием, рождающим определенное мнение. Понятие «образ» не тождественно понятию «имидж». Имидж конструируется целенаправленно и сознательно, а образ – то восприятие объекта, которое формируется спонтанно. Тем не менее, образ может стать имиджем, если изменять его специально.

И. А. Коханенко была предложена типология имиджей: габитарный имидж, вербальный, кинетический имидж, средовой имидж, профессиональный имидж, личностный имидж.

Особенности внешности, речи, невербальных знаков, среды обитания, ценностных установок, мотивации и самовосприятия специфичны для представителей молодого поколения разных стран. Показателем может художественный текст, а в частности, жанр *young adult*, центральной целью которого является влияние на восприятие читателем образа персонажа.

Литература для молодых взрослых делает акцент на внутреннем мире персонажа, где ключевое значение имеет тщательно проработанный психологический образ подростка. В связи с этим наибольшее внимание уделяется созданию ментального и личностного имиджа, автор стремится повлиять на то, как читатель воспринимает персонажа. Для психологического анализа персонажа авторы используют повествование от 1 лица, смену фокальности, концепцию абстрагирования персонажа от своего «я» с помощью альтернативной личности, двойника-*Doppelgänger*'а, создания атмосферы одиночества, а также свойственного подросткам бинарной модели мира. Коммуникативный имидж персонажа может передаваться посредством особой лексики, сленга, специфических художественных приемов, диалогов, монологов, повествованием от 1 лица и, так называемых, дневниковых записей. Через смену фокализации, самоанализ и самокритику персонажа авторы раскрывают детали габитарного и невербального видов имиджа.

Процесс восприятия персонажа имеет двойственный характер. Автор анализирует целевую аудиторию и, манипулируя языковыми художественными средствами, воссоздаёт собирательный образ подростка с целью переноса на персонажа и создания его индивидуального имиджа. В процессе восприятия читателем художественного текста, концепция имиджа персонажа становится естественно воспринимаемым индивидуальным образом.

Таким образом, языковая репрезентация образа персонажа-подростка, искусственно формируемая авторами жанра *young adult*, способна не только демонстрировать целевую социальную группу, отражать сложность и разносторонность подросткового опыта, но и формировать отношение представителей одного поколения к другому, облегчая процесс коммуникации.