

11. Солганик Г. Я. О структуре и важнейших параметрах публицистической речи (языка СМИ) / Г. Я. Солганик // Язык современной публицистики : сборник статей. – М. : Флинт; Наука, 2005. – С. 13–30.
12. Яворська Г. М. Прескриптивна лінгвістика як дискурс / Г. М. Яворська. – К., 2000. – 288 с.

### **Мамич М. В. Лингвокультура информирования печатных текстов СМИ.**

#### **Аннотация**

*В статье очерчено категориальное содержание важной составляющей теории медиастилистики – лингвокультуры информирования как репрезентанта национальной и межнациональной традиции создания текста. Определена роль языка СМИ в государственной информационной политике. Предложен лингвокультурологический подход к обработке информации масс-медиа, что делает возможным её понимание в ценностно-аксиологическом аспекте.*

**Ключевые слова:** медиастилистика, лингвокультура информирования, государственная информационная политика, контент, медиатекст, информация.

### **Mamich M. V. Lingvoculture informing of media printed texts.**

#### **Summary**

*The article outlines the categorical content of an important component of the mediastylistic theory – lingvoculture informing as a representant of the national and ethnic tradition of the text creation. The role of media language in the state information policy is defined. A lingvocultural approach to mass-media information processing is proposed, which makes possible its understanding at value and axiological aspect.*

*Important element of mediastylistic is its lingvocultural component, as any verbal information is the embodiment of some culture, has its national and ethnic traditions of text creation, that is its special lingvoculture of information. That is why the goal of our research is emphasizing the term «lingvoculture of information» at lingvocultural study of media content. The goal involves resolving such problem as the rationalization of aforementioned term meaning. Object of research is a structure of lingvocultural content of print media, the subject is its information and cultural value-axiological content.*

*One of the important conclusions of this article is that lingvocultural approach to information enables detection of not only national / etnomarked signes (tokens, phrases, statements) but also those which provide universal values, assessments, situational communicative and pragmatic guidances, which has recorded guidance for social dialogue. The language, growing out the culture reflects it.*

**Key words:** mediastylistic, lingvoculture of information, state information policy, content, mediatext information.

УДК 811.111'42'276.3

**Марчишина А. А.,**  
*кандидат філологічних наук, доцент, докторант*  
*Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка*  
*E-mail: allama@ukr.net*

### **ВІД БЕРЕГИНИ ДО ТРАНСГЕНДЕРА: ФЕМІННА ГЕНДЕРНА ІДЕНТИЧНІСТЬ В АНГЛОМОВНІЙ ПОСТМОДЕРНІСТСЬКІЙ ПРОЗІ**

*У статті досліджується втілення фемінної гендерної ідентичності в образах персонажів постмодерністської англomовної прози. Зміст та особливості категорії фемінності розглядаються з позицій стереотипу та його трансформації у сучасних соціокультурних реаліях. Різновиди фемінної гендерної ідентичності відображаються в типажах протагоністів із природженою чи набутою фемінністю. Номінації типажів та їх текстова репрезентація забезпечуються відповідними мовними засобами.*

**Ключові слова:** фемінність, гендерна ідентичність, стереотип, жінка, постмодернізм.

Конструювання образу жінки та поняття жіночого до середини ХХ ст. відбувалося в межах архаїчної свідомості й з оперттям на етнокультурний стереотип. Гендерні дослідження доби постмодернізму дають підстави стверджувати, що ієрархічний андроцентричний стрижень традиційної моралі, відтворений у художній прозі, зазнає трансформацій під впливом зрушень у суспільній свідомості, прагнення до егалітарного розподілу соціальних авторитетів, поваги до особистісної самоідентифікації. Маркування мовними засобами рекультивованої соціальної парадигматики знаходить вияв у типажах протагоністів англomовної романістики, що узагальнюють гендерологічний досвід, накопичений сучасною соціогуманітаристикою.

Початок аналізу культури й суспільства крізь гендерну призму припадає на 60-ті роки минулого століття – час, що приблизно збігається з поширенням постмодерністського світогляду, тому уникнути їх перетину було неможливо. Однак розуміння проблеми гендеру відрізнялося у

різних країнах. У США поняття «гендер» (gender) сприймалося як культурний конструкт, що виник унаслідок спротиву патріархальній культурі жіночого пригноблення. У Франції тлумаченням терміна «гендер» займалися інтелектуальні кола, які апелювали до покладених у його основу статевих біологічних відмінностей [5, с. 18]. Як наслідок, французька феміністська критика (Ю. Крістева, Е. Сіксу) вплинула на розвиток «жіночої проблематики» в літературі, а теоретики постструктуралізму (Ж. Дерріда, Р. Барт, Ж. Лакан) сформувавши підвалини новітніх підходів до розуміння гендерної ідентичності. У Великобританії ж своєрідність інтересу до гендеру спричинювалась включенням до його розуміння класового аспекту, що зумовлювало кооперацію між соціальними й культурними інституціями. Гендерна ідентифікація у британському варіанті поєднувала стать, расу, сексуальність, соціальний статус і з появою постмодерністського світобачення прагнула змінити ієрархічну конфігурацію статево-гендерного співвідношення в суспільстві. Проте усі напрями постмодерністських поглядів на розуміння гендеру сходились на тому, що стать – це природжена, дана й фіксована категорія, а гендер – соціальний конструкт, до формування якого залучаються такі складники статі, як біологічна стійкість, генітальні ознаки, репродуктивна функція [5, с. 19]. При цьому, як підсумовує М. Вайт, немає жодного окремого (основного) чинника, який би мав визначальний вплив на статевий / гендерний статус індивіда в суспільстві [14]. Натомість сукупність різних чинників, їх конфігурація і взаємодія формують цілісну ідентичність у конкретному соціально-культурному середовищі в певний історичний період.

Мета статті – встановити типи фемінної гендерної ідентичності, втілені в образах персонажів англійської постмодерністської художньої прози. Завдання – окреслити сучасні підходи до розуміння гендерної ідентичності; встановити особливості фемінної гендерної ідентичності; розглянути типи фемінної гендерної ідентичності в белетристиці доби постмодернізму.

Постмодернізм руйнує патріархальні настанови «нормативної» ідентичності, пропонуючи розуміння гендеру не як суспільної матеріалізації біологічної статі, а як стереотипованої умовності, у якій кореляція «стать / гендер» зазнає змін залежно від трансформацій суспільної моралі, культурного розвитку, переорієнтації цінностей. Помітною стає відмова від есенціалістських пояснень гендерної дихотомії чоловічого/жіночого, бінарні опозиції більше не вважаються єдиною інтерпретативною схемою і загалом – замість розмежування і протиставлення (антиномії) з'являється диверсифікація, множинність як маскулінного, так і фемінного. Дослідники прагнуть «підважити унітарну категорію *жіноцтво*, показати множинність жіночих ролей та соціальних практик» [1, с. 57].

Лексикографічний опис поняття «фемінний» (feminine) фокусується на двох базисних ознаках: 1) «having characteristics that are traditionally thought to be typical of or suitable for a woman» [3; 13] – володіє характеристиками, традиційно приписуваними як типові або притаманні жінці; 2) «having qualities traditionally ascribed to women, as sensitivity, gentleness, demureness; soft; tender; delicate» [3; 4; 13] – володіє такими традиційно приписуваними жіночими якостями, як чуттєвість, м'якість, скромність; легкий, ніжний, тонкий. Таким чином, система мови конструє ідентичність, доповнюючи ядерне, денотативне значення (1) асоціативними смислами (2).

Стереотипні ознаки фемінності виявляються через виконання відповідних гендерних ролей. Так, нормативні, прийнятні функції дружини в сім'ї виглядають приблизно так: *I am always in here at the same time every day making lunches. That's all I ever do. Cook for you, clean for you, take care of the kids...* [12]. Мати-домогосподарка емоційно вигукує, що її життєдіяльність зводиться до приготування їжі (*cook*), утримання дому в чистоті (*clean*) й піклування про дітей (*take care of the kids*), при цьому все це – заради чоловіка (повтор фрази *for you*), якому й адресована ця репліка.

Постмодерністський художній текст відображає світоглядні позиції, що передбачають звільнення культури від канонів і обмежень. Гендерна ідентифікація у добу постмодернізму більше не залежить від масових стереотипів, сповідуваних суспільством упродовж століть. Вона стає процесом і результатом самовідчуття у ролі чоловіка або жінки, довільного усвідомлення і прийняття своєї статево-рольової поведінки – самоідентифікацією: актуалізується принцип «розпоряджатися собою на власний розсуд» [2, с. 15].

Розгортаючи оповідь, художній твір «вихоплює з життя чи конструє такі сюжети й персонажі, що вирізняються на буденному тлі» [1, с. 15]. Фемінна гендерна ідентичність у постмодерністській прозі плюралізується, розщеплюється на *типажі*, кожен з яких концентрує згусток ознак, смислів за такими категоріями, як зовнішність, одяг, статус у соціальній групі, матримоніальний статус, вік, рідше – фах, професійна зайнятість.

Образ, який узагальнює фемінну гендерну ідентичність, позначається лексемою-дескриптором *woman* («adult female human» [3; 4; 13]). Це узагальнюючий типаж персонажів, яких суспільство ідентифікує як носіїв фемінної гендерної ідентичності та які самоідентифікуються як жінки. Така

ідентичність формується як засаднича біологічна даність, поєднана із позитивним процесом гендерної соціалізації за допомогою виконання усталених сценаріїв дій у стандартних ситуаціях. Так, наприклад, К. Фу прогнозує, якою буде її героїня, подорослішавши: *Already the seed of the **woman** she would become was visible, the **woman** who would crush multivitamins to a powder with the back of a chef's knife, who would believe eating disorders were things that happened to young girls; grown women could not be too thin* [9]. Серед необхідних атрибутів жінки (*woman*) – додавання покритих кухонним ножом мультівітамінів (*crush multivitamins to a powder with the back of a chef's knife*) у їжу своїм домочадцям, обізнаність із проблемами травлення у дівчаток (*eating disorders were things that happened to young girls*), не надто струнка фігура (*grown women could not be too thin*). При цьому остання ознака набувається з часом, тобто жінкою потрібно стати (*grown women*).

Ідентичність жінки постмодерністського періоду часто поєднує різнопланові гендерні ролі. Їй вдається досягнути гармонії між ними шляхом компромісів та універсалізації своїх функцій у громадському і сімейному житті:

*How lucky she was. She was a **woman** who had everything. A husband, four children, a lover, and a soon-to-be successful career. What more could one ask for? Her body, soaked in the sun, reflected back into the water of the bay the gloss of comfort absorbed over the last few weeks with James [husband] and the children in France. They had camped in the Perigord, eaten truffles and confit de canard, and tried hard to have a successful family holiday* [11, с. 31].

Ідентичність героїні у цьому уривку сконструйована із таких гендерних ролей, як «дружина» (*a husband*), «мати» (*four children*), «коханка» (*a lover*), «фахівчиня» (*a soon-to-be successful career*). Наскільки важко їй це вдається, свідчить фінальна синтаксема абзацу (*tried hard to have a successful family holiday*) – для того, щоб бути щасливою, треба докладати зусиль.

Жінка доби постмодерну не обмежує себе стереотипно встановленими для її біологічної статі гендерними ролями і моделями поведінки: *She seems to him in this illuminated moment to represent the unreachable archetype: a woman of both male and female worlds, swanning her way between the two with a rare verve and poise* [10, с. 57]. Чоловік-співрозмовник бачить перед собою жінку (*woman*), чий образ не вкладається у звичний стереотип фемінності, а має ознаки чоловічого і жіночого (*both male and female*), тим самим розширюючи семантику ключової лексеми *woman*.

Типаж жінки-матері ідентифікується іменниковими дескрипторами *mother, Mother, Mommy, Mummy, mommy, Mom, Mum, Ma, grandmother, grandma*. Лексикографічне тлумачення ключової номінації типажу (*mother*) – *a female parent or a woman having or regarded as having the status, function, or authority of a female parent* [4]; *a woman who gives birth to a child; a woman whose egg unites with a sperm, producing an embryo; a woman who adopts a child; a woman who raises a child; a female parent of an animal; a female ancestor* [13]. Отже, у системі мови концепт 'MOTHER' вміщує такі ознаки, як 1) жіноча стать; 2) батьківський статус; 3) факт народження чи всиновлення дитини; 4) соціальна функція матері. Типаж матері відтворює особу, яка «запрограмована» на виконання гендерної соціальної програми, що передбачає реалізацію репродуктивної функції жінки та соціокультурну роль матері як агента соціалізації й енкультурації власної дитини [1, с. 183].

Материнська соціальна роль не завжди відповідає тим стереотипам, як її зображують глянцеви журнали: *My **mother**, who was nothing like the **mommies** in the magazines, was washing down the kitchen table. My **mother**, more like a wind than a person: visible only in her aftermath, the cleanliness and destruction she left behind, forgettable until a tornado blew off the roof* [9]. На відміну від гламурних «мамочок» із журналів (*mommies*), незважаючи на забезпечення чистоти в оселі, мати (*mother*) персонажа майже завжди залишалась непомітною (*forgettable until a tornado blew off the roof*).

Постмодерністська реальність, втілена в художній текст, зображує новий типаж матері – самотньої матері, матері-одиначки з дітьми, від яких відмовився їх батько:

*Their father said, "Since you are leaving and taking the kids, I expect you to be able to support them. If you want any help, you can come back and live with me." Salvador lived up to his word and never provided any support, and I never returned to him nor asked for his financial help.*

*Life was not easy as a **single mother** receiving no child support. I was in a constant panic about money, always hoping the end of the month would arrive before the end of the money* [7, с. 6].

Оповідачка ідентифікує себе самотньою матір'ю (*single mother*), на утриманні якої опинилося троє дітей при живому батькові. Авторитарна позиція чоловіка, який вимагав покірності від дружини в обмін на матеріальну підтримку, поставила героїню у вкрай скрутне матеріальне становище, але не зламала морально.

Лексемою-дескриптором типажу жінки-дружини є *wife*, менш частотною та гендерно нейтральною – *married* (одружена). Система мови характеризує цю ідентичність такими ознаками: *a*

*married woman, especially when considered in relation to her partner in marriage; a woman (archaic or dial., except in idioms) [4]; the lawful consort of man; a woman who is united to man in the lawful bonds of wedlock; the correlative of husband [3]; a woman joined to another person in marriage; a female spouse [13].* Наведені дефініції констатують такі складники концепту 'WIFE': 1) жіноча біологічна стать; 2) проходження процедури шлюбу; 3) спільність із іншим членом подружжя, зазвичай – чоловічої статі, визнана суспільством. Статус дружини має юридично-правове регулювання, здобуття якого «пов'язане із свідомим вибором та цілеспрямованими діями» [1] і визначається через стосунок до іншої особи (чоловіка). Цю статусну й антиномічну дуальність можна проілюструвати прикладом: *...as they paced around the deck the first time, Lefty and Desdemona were still **brother and sister**. The second time, they were **bride and bridegroom**. And the third, they were **husband and wife** [6].* Гендерний розподіл біологічних і соціальних ролей втілюється в антиноміях (*brother and sister, bride and bridegroom, husband and wife*), існування елементів яких можливе лише за умови їх протилежності. До таких належить типаж *wife*, чий статус можливо встановити лише у поєднанні з маскуліним типажем – *husband*.

Деструктивний вплив постмодерністського світогляду позначився в тому, що статус жінки-дружини можна отримати, виходячи зі споживацьких міркувань: *August offered to **marry** Adele to simplify her immigration. She agreed. It was a matter of paperwork and translation in a Standesamt. Two **women** from the house witnessed with stoic disinterest [9].* Пропозиція одружитись з розрахунку (*to simplify her immigration*) сприйнята героїнею позитивно. Фіктивний шлюб не тільки не викликав суспільного остракізму, а й був офіційно схвалений двома іншими жінками (*women*), які засвідчили (*witnessed*) цей акт із неймовірною байдужістю (*with stoic disinterest*). Відповідно, наслідки такого «весілля» не вписуються у стереотипну соціально-культурну програму: *«It wasn't the **wedding** I was happy about. Ironically, **being married** to August meant I could finally **leave** him,» she wrote, much later [9].* Ключові сигнали шлюбу (*wedding, married*) фактично ідентифікують роз'єднання пари (*leave*).

Постмодерністська трансформація аксіологічних орієнтирів висуває професійну діяльність на передній план фемінного активізму та його соціальної затребуваності: *Is this sensible? Matilda asks herself. They're both wearing jeans and dark jackets; walking hand in hand through the wood, only the sound of denim surfaces brushing against each other counterpoints with the crack of the usual twigs. I mean, I'm a **professional woman**, goes on Matilda to herself, winner of the Bowler Prize, President of the CCA, daughter of a Kensington GP; who am I, allowing myself to be thus led by a mischievous, irresponsible young man? (William is a year younger than Matilda, and he knows what Matilda thinks about his maturity) [10, c. 62].* Серед чеснот постмодерністської жінки чільне місце посідає фахова зайнятість (*professional woman*), суспільне визнання за професійні успіхи (*winner of the Bowler Prize*), участь у громадському житті (*President of the CCA*) і наостанок – статус батька (*daughter of a Kensington GP*). Усе це дає їй незалежність від приятеля (*be thus led by a ... man*), який не є її офіційним чоловіком і, до того ж, молодший за неї.

Незбіг соціальної та біологічної статі продукує нові різновиди гендерної ідентичності, які «оживають» у персонажах сучасної англійської постмодерністської художньої прози і вирізняються певними ознаками: зовнішністю (манерою представлення власної особистості оточуючим), одягом, лінією поведінки, мовленнєвою специфікою, позиціонуванням власної ідентичності в соціумі (соціальній групі). При цьому традиційну статево-гендерну кореляцію іноді доводиться уточнювати:

«And Teri Lynn is...?»

«The **T-girl** I met online».

**T-girl. Trans girl. Right.** <...>

*She was tall, and more attractive than most **GG's** our age. **GG** – **Genetic Girls**. That's what Liam called us, as opposed to **TG's** or **T-girls** [12].*

Оповідачка розмежовує біологічних дівчат (*GG – Genetic Girls*) і дівчат-трансгендерів (*TG's, T-girls, Trans girl*).

Фемінні трансгендери прагнуть перейняти сутність представниці іншої статі й бути рівною серед подібних до себе:

«I just want to be normal, and **normal is being a girl**. I'm tired of not being myself, I'm tired of being confused. I just want to be a girl. I have no future as a man».

*I asked him if he wanted to move to a new school and go as a girl next year. «I can muddle through high-school as a boy, he replied». «I don't think going to school as a girl will be a solution because I would just be hiding and pretending from another side». He wanted to **BE a girl**, not just dress-up as a girl [7, c. 6].*

Підліток Деніел, перебуваючи у чоловічому тілі, відчуває себе дівчиною і мріє бути звичайною (*normal*) представницею жіночої статі з усіма відповідними соціально-культурними атрибутами. Жіночий одяг (*dress-up as a girl*) таку проблему не вирішує.

Трансгендерне перевтілення доводить, що фемінність – не природжена, а набута ознака: *After a few weeks it became evident to all who knew Danielle that this change was a wonderful and happy process for her. She was bubbly, exuberant and optimistic about her new life, as the person who had been hidden inside began to emerge. She began letting go of the male role she had tried to maintain. She still had demons of the boy sitting on her shoulder always whispering that the male was still present, but they were becoming quieter. As she became more confident that others were seeing a girl, she let more of her beautiful character blossom and be exposed to the world. It was a celebration of life!* [7, с. 18]. Дівчина-трансгендер Данієлла (*Danielle*), біологічної чоловічої статі (*male was still present*), отримавши схвалення та підтримку від членів сім'ї на реалізацію власної фемінної ідентичності, поступово позбувається необхідності виконувати маскулінну гендерну соціальну програму (*began letting go of the male role*). Рушійною силою такого перетворення стало суспільне визнання її гендерної ідентичності (*others were seeing a girl*). Таким чином, основою особистої ідентифікації є не факт «бути дівчиною», а можливість «бути сприйнятою як дівчина».

Зовнішність жінок-трансгендерів кардинально відрізняється від стереотипної. Героїня роману Л. Файнберг «*Stone Butch Blues*» Джесс Голдберг являє ідентичність *butch* (особа жіночої статі, яка виконує маскулінну роль у лесбійській парі) і описує свій зовнішній вигляд: *We needed our sleeves rolled up, our hair slicked back, in order to live through it* [8, р. 8]; *They took me to get my first sports coat and tie ... A narrow black silk tie* [8, р. 30].

*Butch* приймає свої біологічні дані, не прагнучи до транссексуалізації, але її соціальна програма поведінки спрямована на виконання стереотипних чоловічих функцій. Уявлення про красу *butch* руйнує традиційний канон привабливості і свідчить про його соціально-культурне конструювання: ***Strong, burly women, wearing ties and suit coats.*** <...> *They were the handsomest women I'd ever seen* [8, р. 27–28]. У цьому фрагменті портрет створений не тільки нетиповими для жінок прикметниками *strong, burly*, вони одягнені в піджаки і краватки, але і прикметником у найвищому ступені порівняння *the handsomest*, що традиційно використовується для опису чоловіків. *Butch* одягає сукню тільки в особливих ритуальних випадках: *I couldn't put on a dress. I shuddered at the thought. Besides, it was a moot point – I didn't own one. But if the word had come down from the older butches, something must be up* [8, р. 116].

Персонажі з гендерною ідентичністю *femme* виконують фемінну роль у трансгендерній парі. Особа, яка ідентифікує себе як *femme*, може біологічно бути чоловіком або жінкою (*The other femmes – male and female – looked at me differently* [8, р. 34]). Одяг і зовнішній вигляд *femme* відрізняються підкресленою жіночністю (*in tight dresses and high heels* [8, р. 28]).

Таким чином, у постмодерністському художньому тексті відбувається трансформація семантичної структури поняття фемінності. Образ фемінної гендерної ідентичності втілює як традиційне розуміння жіночості, так і проникнення постмодерністських принципів деструкції, асистемності, плюральності у простір тексту. Сигнали мовного маркування соціально-культурної статі протагоністів репрезентують їхню гендерну ідентичність не як біологічну даність, а як спосіб інтерпретації природжених ознак. Перспективним видається аналіз текстового конструювання маскулінної гендерної ідентичності.

#### Список використаної літератури

1. Кісь О. Жінка в традиційній українській культурі (друга половина ХІХ – початок ХХ ст.) : монографія / О. Кісь. – Львів, 2012. – 287 с.
2. Липовецкий Ж. Третья женщина. Незыблемость и потрясение основ женственности / Ж. Липовецкий. – СПб. : Алетей, 2003. – 495 с.
3. American Dictionary of the English Language. – Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://websterdictionary1828.com>.
4. Browse Dictionary. – Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://www.dictionary.com/browse>.
5. Escudero-Alias M. Long Live the King: A Genealogy of Performative Genders / Maite Escudero-Alias. – Cambridge: Cambridge Scholars Publishing, 2009. – 225 p.
6. Eugenides J. Middlesex / J. Eugenides. – Електронний ресурс. – Режим доступу: [http://royallib.com/book/Eugenides\\_Jeffrey/Middlesex.html](http://royallib.com/book/Eugenides_Jeffrey/Middlesex.html).
7. Evelyn J. Mom, I need to be a girl / Just Evelyn. – Imperial Beach : Walter Trook Publishing, 1998. – 77 p. – Електронний ресурс. – Режим доступу : [http://www.transfigurations.co.uk/filestore/Mom\\_I\\_need\\_to\\_be\\_a\\_girl.pdf](http://www.transfigurations.co.uk/filestore/Mom_I_need_to_be_a_girl.pdf).
8. Feinberg L. Stone Butch Blues / Leslie Feinberg. – Los Angeles : Alyson Books, 2003. – 564 p.
9. Fu K. For Today I Am a Boy / Kim Fu. – Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://kimfu.ca/books/for-today-i-am-a-boy/>.
10. Oakley A. Matilda's Mistake / Ann Oakley. – L. : Flamingo, 1991. – 167 p.

11. Oakley A. The Men's Room / Ann Oakley. – L. : Flamingo, 1991. – 312 p.

12. Peters J. A. Luna / Julie Ann Peters. – Електронний ресурс. – Режим доступу : <http://www.bestfreenovels.net/Young-adult/Luna/>.

13. The American Heritage Dictionary of the English Language. – Електронний ресурс. – Режим доступу : <https://www.ahdictionary.com/word/search.html>.

14. Whyte M. The Status of Women in Preindustrial Societies / Martit Whyte. – Princetown : Princetown University Press, 1978. – 236 p.

### **Марчишина А. А. От берегини до трансгендера: феминная гендерная идентичность в англоязычной постмодернистской прозе.**

#### **Аннотация**

*В статье исследуется воплощение феминной гендерной идентичности в образах персонажей постмодернистской англоязычной прозы. Содержание и особенности категории феминности рассматриваются с позиций стереотипа и его трансформаций в современных социокультурных реалиях. Разновидности феминной гендерной идентичности отражаются в типажах протагонистов с врожденной или приобретенной феминностью. Номинации типажей и их текстовая репрезентация представлены соответствующими языковыми средствами.*

**Ключевые слова:** феминность, гендерная идентичность, стереотип, жєницина, постмодернизм.

### **Marchyshyna A. A. From homemaker to transgender: feminine gender identity in English postmodern prose.**

#### **Summary**

*The paper considers the problem of gender identity in postmodern fiction. The concept of feminine representation in a text is analysed due to the contemporary understanding of gender as a social and cultural entity of a person.*

*The paper objectives include classification of feminine identity types actualized by fiction protagonists and verbal means of their representation.*

*The study focuses on such feminine character types as 'woman', 'mother', 'wife', 'transgender girl', 'butch', 'femme'. The semantic structure of these lexemes, its transformation in the present social and linguistic reality are supplied with theoretical background and literary texts exemplification. Feminine stereotypes and their violations are described as viewed in present-day circumstances. Postmodern worldview is treated as the crucial factor of gender dichotomy splitting and emergence of plurality of identities instead. Thus, feminine identities are no longer built-in properties of a sex but a result of self-perception and self-expression.*

*Feminine gender identities of text characters get their verbal nominations and attributes with the context serving the function of explanation and interpretation.*

*Further research implies scholarly interest towards masculine gender identity analysis and language means of its representation.*

**Key words:** femininity, gender identity, stereotype, woman, postmodernism.

УДК 81'44:004

**Мачульська К. Я.,**

*аспірант кафедри прикладної лінгвістики*

*Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*

*E-mail: k.machulska@lntu.edu.ua*

### **ПРИЙОМИ ВПЛИВУ НА СПОЖИВАЧА У РЕКЛАМНОМУ ДИСКУРСІ (НА МАТЕРІАЛІ АНГЛОМОВНИХ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНІВ)**

*У статті здійснено спробу описати прагматичні аспекти рекламного дискурсу. Виокремлено прийоми впливу на споживача у рекламному дискусі: прийоми релевантності, гендерної орієнтації та персоналізації. Останній реалізується двома способами: спосіб прямого звернення до споживача та спосіб залучення соціальних авторитетів. Продемонстровано випадки їх застосування на прикладі рекламних слоганів англомовних Інтернет-магазинів.*

**Ключові слова:** рекламний дискурс, Інтернет-магазин, рекламний слоган, прийоми вплив, споживча поведінка.

У нинішню епоху інформаційного вибуху реклама відіграє важливу роль у зміні поведінки і ставлення споживачів щодо рекламованих продуктів. Реклама змінює не тільки культуру споживання, але і відношення користувача до продукту. У всьому світі рекламні оголошення використовувалися для презентації найрізноманітніших брендів. Протягом останніх двох десятиліть