

УДК 81'42'25:159.923.2

КАБІРІ Магда – кандидат філологічних наук, доцент кафедри перекладознавства імені Миколи Лукаша, Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, майдан Свободи, 4, Харків, 61022, Україна (magda.kabiri@karazin.ua)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3664-4660>

DOI: <https://doi.org/10.24919/2522-4565.2021.45.14>

Бібліографічний опис статті: Кабірі, М. (2021). Стратегія самопрезентації як засіб утілення ідентичності: перекладацький аспект. *Проблеми гуманітарних наук: збірник наукових праць Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка. Серія «Філологія»*, 45, 153–164. doi: 10.24919/2522-4565.2021.45.14.

СТРАТЕГІЯ САМОПРЕЗЕНТАЦІЇ ЯК ЗАСІБ УТІЛЕННЯ ІДЕНТИЧНОСТІ: ПЕРЕКЛАДАЦЬКИЙ АСПЕКТ

Анотація. У фокусі нашого дослідження перебуває поняття «ідентичність», яке розглядаємо у термінах перекладацьких студій. Термін «ідентичність» має багато визначень та тлумачень у лінгвістичних дослідженнях, де він визначається як феномен чіткого усвідомлення мовцем своєї належності до певного соціального та/або особистісного статусу в рамках соціальних ролей. Метою дослідження є доведення на основі аналізу дібраного ілюстративного матеріалу статусу стратегії самопрезентації як засобу маніфестації ідентичності в перекладі. Методами дослідження послуговували: метод суцільної вибірки, метод електронної обробки баз даних, метод порівняльного перекладацького аналізу. У роботі розглянуто реалізацію ідентичності за посередництвом самопрезентації як стратегії англomовного дискурсу. Наукова новизна роботи полягає у тому, що в ній уперше стратегія самопрезентації розглядається крізь призму перекладацьких студій та постає як засіб передачі ідентичності в перекладі. Утілення стратегії самопрезентації передбачає залучення низки локальних та глобальних стратегій і тактик та імплементується в дискурсі за допомогою самопрезентем – висловлень, використання яких має на меті ідентифікацію мовця, надання особистої інформації про нього, тобто його особистісні, індивідуальні та ситуативні характеристики або оцінки цих характеристик. Важливим складником перекладу ідентичності вважаємо втілення стратегії самопрезентації шляхом перекладу самопрезентем. Перебіг нашого дослідження засвідчив, що функція перекладу тут полягає у збереженні когнітивного підґрунтя та кінцевих цілей передачі самопрезентем у цільовому тексті, а реалізація цієї функції видається можливою лише шляхом відтворення або адаптації. Ілюстративні фрагменти, наведені у нашій роботі, верифікували, що відтворення під час перекладу висловлень-самопрезентем може бути успішно застосоване у разі

лінгвокультурної подібності вихідної та цільової мов та культур. Адаптація ж, своєю чергою, застосовується під час перекладу висловлень-самопрезентем, які мають специфічні риси, притаманні вихідній лінгвокультурі, у зв'язку з чим, відповідно, виникає потреба у певних змістових та структурних трансформаціях.

Ключові слова: переклад, ідентичність, самопрезентація, висловлення-самопрезентема, мета, функція, відтворення, адаптація.

KABIRI Magda – Candidate of Philological Sciences, Associate Professor at Mykola Lukash Translation Studies Department, V. N. Karazin Kharkiv National University, 4, Svobody square, Kharkiv, 61022, Ukraine (magda.kabiri@karazin.ua)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3664-4660>

DOI: <https://doi.org/10.24919/2522-4565.2021.45.14>

To cite this article: Kabiri, M. (2021). Stratehiia samoprezentatsii yak zasib vtilennia identychnosti: perekladatskyi aspekt [Self-presentation strategy as a means of identity implementation: translation perspective]. *Problemy humanitarnykh nauk: zbirnyk naukovykh prats Drohobyt'skoho derzhavnoho pedahohichnoho universytetu imeni Ivana Franka. Seriya «Filolohiia» – Problems of Humanities. «Philology» Series: a collection of scientific articles of the Drohobych Ivan Franko State Pedagogical University*, 45, 153–164. doi: 10.24919/2522-4565.2021.45.14 [in Ukrainian].

SELF-PRESENTATION STRATEGY AS A MEANS OF IDENTITY IMPLEMENTATION: TRANSLATION PERSPECTIVE

Summary. Our research is focused on the notion of “identity”, which is regarded within the scope of translation studies. The term “identity” has many interpretations in non-linguistic investigations, where it is defined as a phenomenon of clear awareness of the speaker of their belonging to a certain social and/or individual status within the social roles. Our paper aims to prove on the basis of theoretical and illustrative material selected the status of self-presentation strategy as a means of identity manifestation on translation and also regards the identity realization by the means of self-presentation as a strategy of English discourse. Methods of the research included the following: method of continuous sampling, method of electronic database processing, method of comparative translational analysis. The scientific novelty of the research is that this paper is the first to regard the self-presentation strategy from the translation studies perspectives and to interpret it as a means of identity implementation in translation. Self-presentation strategy realization counts on involving a range of local and global strategies and tactics and is implemented in the discourse through self-presentemes – utterances, the use of which aims at identifying the speaker, providing their individual information, namely their personal, individual and situational characteristics or evaluation of these characteristics. We regard implementation of self-presentation strategy via translating self-presentemes an important component of translating identity. The course of our research justified that here the function of translation lies in preserving the cognitive basis and final aims of transferring self-presentemes in the target text, and this function might be realized by only two means – rendering or adaptation. The illustrative fragments,

given in our paper verified that in translating utterances-self-presentemes rendering might be successfully applied in the case of linguocultural similarity of the source and target languages and cultures. Adaptation, in its turn, is implied in translating utterances-self-presentemes which have specific features, peculiar for the source linguoculture, which, correspondingly, results in the necessity of certain substantial and structural transformations.

Key words: *translation, identity, self-presentation, utterance-selfpresenteme, function, rendering, adaptation.*

Постановка проблеми. У сучасну добу однією з провідних тенденцій перекладознавства є так званий «культурний поворот», який розширив межі сфер перекладознавчих розвідок, а також надав їм нових перспектив. У термінах західного перекладознавства кульмінація «культурного повороту» припала саме на початок 1990-х років, що призвело до присвячення низки фундаментальних та ґрунтовних розвідок питанню сприятливого впливу перекладу на антиколоніальний опір. Унаслідок цього відбулося переміщення акценту з відтворення тексту оригіналу засобами цільової мови до розуміння перекладу як міжкультурної комунікації. (Alyoshyna, 2019, p. 75; Hostova, 2017).

У цьому зв'язку набуває значущості й відтворення ідентичності у перекладі, зокрема за посередництвом утілення стратегії самопрезентації, чим і визначається **актуальність** нашого дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження явища ідентичності має довгу історію, яка сягає корінням в античну філософію. Прагнення до автентичного втілення знання про буттєві принципи втілювалося в етичній рефлексії, яка слугувала проявом інтенції до сталого, стабільного відтворення екзистенційного ядра ідентичності (Любивий, 2019, с. 49).

Вагомий внесок у дослідження поняття ідентичності здійснили також психологічні розвідки. Протягом останніх шести десятиліть, від моменту започаткування Е. Еріксоном поглибленого вивчення патологій характеру у термінах психоаналітичної теорії та розгляду цього феномену в теоретичній концепції, «ідентичність» отримала багато тлумачень. Спочатку дослідник запропонував термін «ідентичність его», який він називав стійким і постійним відчуттям того, ким ми є, стверджуючи, що саме «ідентичність его» дає змогу людині об'єднати всі різні версії себе (батьківське Я, кар'єрне Я, статеве Я) в одне ціле (On Identity, www; Erikson, 1956).

Безпосередній зв'язок між ідентичністю та перекладом, безперечно, є однією з головних причин зростання інтересу перекладознавства до проблеми ідентичності протягом останніх двох десятиліть. Ще одна причина такої зацікавленості багатьма сучасними перекладознавцями проблемою явища ідентичності полягає у популярності концепції ідентичності у соціальному житті та соціальних та гуманітарних науках загалом. Поглиблене вивчення цих позицій перекладознавством та іншими дисциплінами було б неможливим без досліджень кореляцій між знаком та світом, що дало змогу дещо відійти від есен-

ціалізму та позитивізму. Подолання есенціалізму та структуралізму виявилось необхідною передумовою для створення сучасних концептуалізацій перекладу (Hostova, 2017).

Отже, маємо підстави вважати ідентичність багатогранним явищем, яке може мати різноманітні прояви у дискурсі, а стратегію самопрезентації – одним із цих проявів; саме на цій гіпотезі і зосереджено нашу роботу.

Самопрезентацію визначаємо як явище полікодове, оскільки воно реалізується за допомогою як вербальних, так і невербальних кодів. Саме вербальна реалізація самопрезентації і перетворює її на об'єкт лінгвістичного дослідження.

Термін «самопрезентація» став частиною дискурсу соціально-психологічних досліджень у 1956 р. завдяки Е. Гофману, який розглядав самопрезентацію як процес, що змінює свою природу залежно від цілей «діючої особи» та обставин, які її оточують, а також як загальну рису, притаманну соціальній поведінці (Goffman, 1956).

Дослідники у галузі психології, зокрема Е. Джонс і Т. С. Пітман, надають конкретну таксономію стратегій самопрезентації, а саме:

- *інграціяція* (*ingratiation* – намагання сподобатися), яка використовується з метою представити себе привабливим в очах інших;

- *самопросування* (*self-promotion*), яка реалізується з метою постати компетентним, привернути увагу оточуючих до свої досягнень;

- *екземпліфікація* (*exemplification* – пояснення прикладом) – стратегія, імплементація якої полягає у намаганні справити на адресата враження особи, достойної наслідування;

- *інтимидація* (*intimidation* – залякування), яка реалізується з метою залякати адресата, здатися йому небезпечним;

- *благання* (*supplication*), спрямована на демонстрацію оточуючим своїх слабких боків або недоліків із метою отримання співчуття та/або допомоги (Jones, Pittman, 1982).

Наше дослідження спирається на розуміння самопрезентації як вербальної ідентифікації мовця, яка втілюється з урахуванням загального контексту та ситуаційних чинників, появи стимула-збудника та опертя на Я-концепцію. Метою самопрезентації є створення на адресата враження, що є бажаним для мовця, а її ефективність напряду корелює з успішно сформованим позитивним/негативним образом й досягненнями мовця в певній галузі знань (виділено мною, М.К.; Романченко, 2018, с. 197).

У вужчому розумінні самопрезентація може розглядатися як дискурсивна стратегія в рамках теорії Т. ван Дейка, де структура дискурсивних стратегій постає як ієрархія глобальних стратегій, низка локальних та мовленнєвих стратегій. Таким чином, самопрезентація може бути інтерпретована як локальна стратегія (Dijk, 2008).

Розглядаючи комунікативну стратегію самопрезентації, слід зауважити, що вона має набагато менше визначень та інтерпретацій. Деякі з них стверджу-

ють, що комунікативна стратегія самопрезентації передбачає створення певного враження про мовця та соціально прийнятну поведінку. Інші зазначають, що стратегія самопрезентації реалізується за будь-яких умов спілкування як допоміжна стратегія. Але в деяких випадках стратегія самопрезентації є водночас і базовою, і допоміжною, наприклад, у ситуаціях, коли самопрезентація є основною метою мовця (Ковригіна, 2010, с. 76; Иссерс, 2008, с. 74).

Як засвідчують наявні розвідки, самопрезентація є локальною стратегією, що реалізується за допомогою таких мовленнєвих стратегій, як: *метамовленнєва* (тактика встановлення контакту), *інформативна* (тактики повідомлення, нагадування, твердження) та *оцінна* (тактики схвалення, несхвалення). Усі вони залучають висловлення-самопрезентеми, ментальною основою яких є когнітивна модель Я – ІМ'Я / ЯКІСТЬ / РОЛЬ. Своєю чергою, ця локальна стратегія реалізується за допомогою низки глобальних стратегій, таких як: КООПЕРАТИВНЕ НАБЛИЖЕННЯ, КООПЕРАТИВНЕ ВІДДАЛЕННЯ, КОНФРОНТАТИВНЕ ВІДДАЛЕННЯ, ПЕРСУАЗИВНА СТРАТЕГІЯ (головним чином, у таких її різновидах, як РАЦІОНАЛЬНА АРГУМЕНТАЦІЯ, рідше – ЕМОЦІЙНА АРГУМЕНТАЦІЯ та СУГЕСТІЯ) та МАНІПУЛЯЦІЯ.

Метою статті є проєкція стратегічної природи самопрезентації у площину перекладознавства, а саме її маніфестації під час перекладу ідентичності. Досягнення поставленої мети передбачало виконання таких **завдань**:

- формування джерельної бази для теоретичного обґрунтування дослідження;
- побудова алгоритму і визначення методів дослідження;
- з'ясування наявності та сутності відтворення або адаптації в україномовних та російськомовних перекладах дібраних самопрезентем;
- установлення функції перекладу у втіленні стратегії самопрезентації і, відповідно, охарактеризування відтворення та адаптації як шляхів перекладу самопрезентем.

Виклад матеріалу. У перекладацькому аспекті, зокрема аспекті перекладу художніх фільмів та художньої літератури, кінцеву мету вбачаємо у розкритті стратегічної природи самопрезентації, а саме когнітивної моделі, яка лежить в її основі, тобто з'ясуванні мовленнєвих стратегій, які вона залучає, а також глобальної мети реалізації кожної локальної стратегії самопрезентації у кожному окремому випадку.

Під час перекладу висловлень-самопрезентем головним завданням перекладача є збереження всіх цих компонентів. Це завдання може бути виконане за посередництвом *відтворення* або *адаптації*.

Відтворення є доречним у разі відсутності лінгвокультурних відмінностей. Розглядаючи український переклад таких самопрезентем, спостерігаємо, що перекладачі використовували словникові відповідники лексичних одиниць, при цьому зберігаючи синтаксичні структури, як засвідчують такі фрагменти:

(1) *I'm pure. White. Beautiful. Like an angel.* (Brown, The Da Vinci Code)

Я чистий. Білий. Прекрасний. Як ангел. (Кам'янець 2010, Код да Вінчі)

У цій ситуації член таємної релігійної спільноти, який отримав нове завдання вчинити вбивство, використовує самопрезентему-схвалення, щоб переконати себе, що він – праведна людина. Ця самопрезентема сформована на основі когнітивної моделі Я – ЯКІСТЬ і реалізує глобальну стратегію СУГЕС-ТІІ, представлену такими маркерами, як повторення, реалізоване за допомогою паралельних синтаксичних конструкцій, тоді як позитивна самооцінка втілена у застосуванні лексичного одиниць (*чистий, білий, прекрасний*) і метафоричного порівняння (*як ангел*).

У перекладі когнітивна модель зберігається, стратегічна мета навіювання реалізується за допомогою однакових синтаксичних структур, а самосхвалення – за допомогою відповідних українських лексико-стилістичних засобів. Причиною відтворення цієї самопрезентеми у перекладі є те, що мовні одиниці обох мов є позитивно маркованими.

(2) *I'm old. I'm sick.* (House MD, Informed Consent)

Я старий. І хворий. (Доктор Хаус, Офіційна згода)

У цьому прикладі вчений-медик похилого віку коментує свою втрату свідомості та госпіталізацію, використовуючи висловлювання, які виконують функцію інформативних самопрезентем-нагадувань, що реалізують глобальну стратегію РАЦІОНАЛЬНОЇ АРГУМЕНТАЦІЇ, засновану на тій самій когнітивній моделі (Я – ЯКІСТЬ).

Оскільки ці висловлення не демонструють ні лінгвістичних, ні культурних відмінностей у будь-якому аспекті, вони подаються у перекладі з однаковими синтаксичними структурами та із залученням відповідних лексичних засобів.

(3) *I'm your wife.* (Desperate Housewives, The Thing that Counts in What's Inside)

Я – твоя дружина. (Відчайдушні домогосподарки, Головне – що всередині)

Бет, використовуючи інформативну самопрезентему-нагадування, сформовану за моделлю Я – РОЛЬ, прагне звернути увагу свого чоловіка на той факт, що вони повинні разом приймати всі найважливіші рішення, зокрема про якісь придбання. Тут реалізована глобальна стратегія РАЦІОНАЛЬНОЇ АРГУМЕНТАЦІЇ. Застосування відтворення тут пояснюється культурними та лінгвістичними чинниками: в українській культурі імпліцитне значення є досить прозорим, оскільки в українських сім'ях у прийнятті рішень беруть участь обидві сторони. Це пояснює використання однакової синтаксичної структури та використання лексичної відповідності (*wife* – дружина).

(4) *Um, I'm a doctor, but I'm not Katies doctor, so I'll go get him for you.* (Grey's Anatomy, A Hard Day's Night)

Я – лікар, але не її лікар, але піду приведу його. (Анатомія Грей, Вечір важкого дня)

У цьому фрагменті використовується інформаційна самопрезентема-твердження, яка має у своєму ментальному підґрунті когнітивну модель Я – РОЛЬ, реалізує глобальну стратегію КООПЕРАТИВНОГО ВІДДАЛЕННЯ. Оскільки

тут немає ні культурних, ні мовних відмінностей, відтворення можна також уважати застосованим досить успішно.

(5) – *You don't introduce yourself?*

– *Sorry, I thought you were waiting two hours. Didn't know you wanted to chat.*

Hi, I'm Greg. (House MD, Fools for Love)

Привіт, Я Грег. (Доктор Хаус, Кохання всього його життя)

Доктор Грегорі Хаус зустрічає пацієнта, який сидить і довго чекає на нього. Використовуючи висловлення-самопрезентему, сформовану на когнітивній моделі I am NAME, яка функціонує як метамовленнєва, мовець реалізує глобальну стратегію МАНІПУЛЯЦІЇ: він свідомо вибирає форму представлення, яка не є доречною у цій (офіційній) ситуації. Роблячи це, Хаус має намір представити себе не людиною, яка порушує норми соціального етикету, а людиною, яка не хоче гаяти свій час і нав'язати адресатові враження, що останній говорить дурниці.

У відтворенні цієї самопрезентеми перекладачеві вдалося зберегти всі її вербальні характеристики, когнітивну модель, що лежить в її основі, а також її метамовленнєву функцію. Однак глобальна стратегічна мета втрачена, оскільки представники української лінгвокультури, навіть якщо вони правильно сприймають стилістичне значення вживання свого імені, навряд чи сприймуть це як недоречно в офіційній ситуації, не знаючи норм соціального етикету вихідної лінгвокультури. Отже, відтворення тут не можна вважати таким успішним, як у попередніх випадках, хоча перекладач не мав іншого вибору.

(6) *I'm her girlfriend.* (Grey's Anatomy, Invest in Love)

Я – її подруга. (Анатомія страсти. Отдавайте любовь)

Ця інформативна самопрезентема-нагадування, утворена на основі когнітивної моделі Я – РОЛЬ, реалізує глобальну стратегію РАЦІОНАЛЬНОЇ АРГУМЕНТАЦІЇ та перекладена шляхом відтворення. З одного боку, подібно до попереднього фрагменту це був єдиний можливий вибір, оскільки в українській мові немає іншого еквівалента для англійського слова *girlfriend*, крім використаного (*подруга*). Але, з іншого боку, зберігаючи як ментальну основу самопрезентації, так і її стратегічну сутність, перекладач утратив елемент змісту: у вихідному тексті це «сексуальне партнерство» (варіант значення, яке має англійське слово *girlfriend*), тоді як у цільовому тексті це «хтось, з ким я у дружніх стосунках» (єдиний варіант значення українського слова *подруга*).

(7) *The last thing I am is a disappointment. I get straight A's. I run the student council. I basically am the school paper. I tutor kids with reading problems. I'm every parent's dream come true, including yours.* (Grey's Anatomy, Invest in Love)

Уж что-что, а разочарование тут ни при чем. Я – круглая отличница, председатель совета, редактор школьной газеты и занимаюсь с отстающими детьми. Я – мечта любых родителей и ваша тоже. (Анатомія страсти. Отдавайте любовь)

Батьки приїжджають до лікарні, щоб відвідати свою доньку, яка потрапила туди після важких травм у стані алкогольного сп'яніння. Дівчина вважає,

що цей нещасний випадок не повинен зіпсувати її абсолютно бездоганну репутацію. Щоб поділитися цією думкою зі своїми батьками, дівчина використовує самопрезентему, сформовану на основі когнітивної моделі Я є РОЛЬ (зазначені ролі пов'язані з позитивною оцінкою). У стратегічному аспекті ця самопрезентема інформативного типу (нагадування) реалізує глобальну стратегію СУГЕСТІЇ.

Хоча стратегічна мета цієї самопрезентеми може бути відтворена з використанням однакових синтаксичних структур (паралельних конструкцій), проблеми виникають під час відтворення когнітивної моделі, тобто під час застосування мовних засобів, які описують ролі. Тут перекладач використовує адаптацію, і, таким чином, ці ролі постають як соціально схвалені у цільовій культурі і, відповідно описані словами та виразами, властивими цій культурі (підкреслено в ілюстративному фрагменті).

(8) – *Well, you see, I care, sweetie. I don't... I don't know what's been going on with you, I mean, with your weird outbursts and your terrible style, but it ends now. Okay? I run this school, and no one takes a class or kicks a ball or plays a fuckin' clarinet without my say-so.* (Bad Moms)

Ну, розумієш, мені не байдуже, любя. Мені... Я гадки не маю, що з тобою коїться, ці твої нападки і жахливий одяг, але тепер цьому кінець. Ясно? Я керую цією школою, і ніхто тут не бере додаткових уроків, не кидає м'яча і не грає на клятому кларнеті, доки я не дозволю. (Погані матусі)

Інформативна самопрезентема-нагадування, утворена на основі когнітивної моделі Я є РОЛЬ, застосовується мовцем для підкреслення її вищого статусу, отже, глобальною стратегією цієї самопрезентеми є КОНФРОНТАТИВНЕ ВІДДАЛЕННЯ.

Як і в попередньому прикладі, для збереження когнітивних та стратегічних особливостей самопрезентеми перекладач повинен замінити певні мовні одиниці відповідними у цільовій лінгвокультурі, використовуючи, таким чином, адаптацію.

(9) *I'm bad at search parties, and I'm bad at sitting around looking nervous, doing nothing.* (House MD, Paternity)

Я не вмію когось шукати або знервовано сидіти і чекати. (Доктор Хаус, Батьківство)

У фрагменті (9) самопрезентеми когнітивного типу Я є ЯКІСТЬ реалізують функцію несхвалення та глобальну стратегічну мету ЕМОЦІЙНОЇ АРГУМЕНТАЦІЇ (Хаус драгується щодо перспективи бути залученим до пошуку пацієнта, який утік, та стверджує, що він поганий у заходах такого роду). Для того щоб зберегти когнітивні та стратегічні особливості цієї самопрезентеми у цільовому тексті, перекладач повинен змінити синтаксичну структуру висловлення у цілому і частково – його лексичні елементи. Таким чином, тут адаптація має не лише лексичну природу, як у прикладах (7), (8), а також синтаксичний і лексичний характер.

(10) *My name is Joan Watson.* (Elementary, Pilot)

Мене звуть Джоан Ватсон. (Елементарно, Пілот)

У наведеному прикладі самопрезентема, заснована на моделі Я є ІМ'Я, виконує метамовленнєву функцію та реалізує стратегію **КООПЕРАТИВНОГО НАБЛИЖЕННЯ** й адаптована так само, як і в (9). Перекладач використовує формулу мовного етикету, відповідну цільовій лінгвокультурі, яка передбачає зміни як синтаксичної структури, так і лексичних засобів.

(11) *Today I'm jailbait, but in 22 weeks anyone can do anything to me.* (House MD, Lines in the Sand)

Сьогодні я неповнолітня, а через 22 тижні зі мною можна буде робити все, що заманеться. (Доктор Хаус, Лінії на піску)

Ця інформативна самопрезентема-твердження, сформована за когнітивною моделлю Я є ЯКІСТЬ, реалізує глобальну стратегію **КООПЕРАТИВНОГО НАБЛИЖЕННЯ** (молода дівчина прагне вступити в романтичні стосунки з чоловіком середнього віку).

Необхідність адаптації тут виникає з лінгвокультурних відмінностей: слово *jailbait* не має відповідника, оскільки в українській мові не існує лексичної одиниці, яка описує жінку, яку розглядають у сексуальному плані як ту, що не досягла дорослого віку. Однак трансформація лексичної одиниці, застосована перекладачем, здається цілком успішною: українське слово *неповнолітня* (*неповнолітній*), що використовується як у контексті самопрезентеми у цілому, так і в ситуаційному контексті, дає змогу повністю розкрити зміст.

(12) *I'm not his assistant. I'm a sober companion.* (Elementary, The Rat Race)

Я – не зовсім помічниця. Коротше, ми весь час разом, бо я живу у нього вдома. (Елементарно, Щурячі перегони)

Тут адаптація використовується під час перекладу другої самопрезентеми (*I'm a sober companion*). Побудована на основі когнітивної моделі Я є РОЛЬ, ця самопрезентема має інформативний характер, виконуючи функцію повідомлення та втілюючи глобальну стратегію **КООПЕРАТИВНОГО ВІДДАЛЕННЯ**.

У процесі адаптації перекладач використовує трансформацію синтаксичного та лексичного типів, що призводить до збереження ментального підґрунтя та стратегічного значення, але абсолютно деформує зміст. Це говорить про те, що перекладач не зміг передати значення американської реалії *sober companion* («тверезий супутник» – той, хто стежить за особою, яка прагне позбутися залежності, зокрема наркотичної). Натомість перекладач використав мовні засоби, що означають «проводити весь час разом», «спільно користуватися житлом», що заважає зрозуміти зміст цієї самопрезентеми, хоча описовий переклад тут був би цілком можливим.

(13) *Well, I'm big enough to admit, when I'm wrong.* (Elementary, While You Were Sleeping)

Припустимо, у цьому я помилявся. (Елементарно, Поки ти спала)

У фрагменті (13) самопрезентема вихідного тексту, утворена на когнітивній моделі Я є ЯКІСТЬ, виконує функцію твердження та реалізує глобальну стратегію **КООПЕРАТИВНОГО НАБЛИЖЕННЯ**.

У цільовому тексті всі ці функції втрачаються, оскільки перекладач, використовуючи адаптацію, опустив висловлення-самопрезентему (замість «*я достатньо дорослий, щоб визнати*» в англійському тексті, використовується слово «*припустимо*»). Це справді дивно, оскільки цю самопрезентему можна було легко відтворити у цільовому тексті за допомогою синтаксичних та лексичних трансформацій (наприклад, «*Я здатен визнати*» («*я можу визнати*»)).

Цілком очевидно, що адаптація може бути успішною або не зовсім успішною/невдалою, але на відміну від відтворення тут невдача має скоріше суб'єктивний, аніж об'єктивний характер.

Висновки. Переклад ідентичності постає як проблема, значення якої у сучасний період постійно зростає. Ідентичність розкриває свою природу різними способами, включаючи використання рідної мови, яка, представлена у художній літературі та проаналізована з погляду перекладацьких студій, потребує розгляду з позицій як культурних, так і мовних відмінностей.

Зазначене вище стосується перекладу висловлень-самопрезентем, заснованих на когнітивній моделі I am X, що виконують певну мовленнєву функцію та реалізують глобальну мету в дискурсі. Цілком очевидно, що самопрезентація є найбільш простим і прозорим способом демонстрації своєї позиції або самоідентифікації.

Вивчення англо-українського перекладу самопрезентем дає змогу дійти висновку, що існує два основних варіанти вибору: відтворення або адаптація.

Відтворення успішно застосовується у разі відсутності лінгвокультурних розбіжностей, хоча в деяких випадках обмеженості вибору, який мають перекладачі, або повної відсутності цього вибору зберегти глобальну стратегічну мету або контекст самопрезентем не вдається.

Адаптація необхідна, якщо існують відмінності лінгвокультурного характеру і спрямована на збереження ментальної бази, змісту та мети самопрезентації у цільовому тексті, уведення лексичних та/або синтаксичних трансформацій. Це робить адаптацію успішною, тоді як в інших випадках перекладачі без будь-яких обґрунтованих підстав надають еквіваленти, яким бракує адекватності з погляду ментальної бази/змісту та/або функції.

ЛІТЕРАТУРА

- Иссерс О.С.** Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Москва : ЛКИ, 2008. 288 с.
- Кабірі М.Х.** Самопрезентація як стратегія англomовного дискурсу : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Харків, 2018. 244 с.
- Кабірі М.Х.** Самопрезентація як стратегія англomовного дискурсу : автореф. дис. ... канд. філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови». Харків, 2018. 20 с.
- Кам'янець А.** Код да Вінчі. 2010. URL: https://www.e-reading.club/chapter.php/1053920/42/Braun_-_Kod_da_Vinchi.html (дата звернення: 25.05.2021).
- Ковригина Е.А.** Коммуникативная стратегия самопрезентации в дискурсе Интернет-интервью : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.19. Кемерово, 2010. 177 с.

- Любовий Я.** Життєва мудрість як спосіб самовідтворення ідентичності в античній філософії. *Вісник Донбаського державного педагогічного університету. Серія «Соціально-філософські проблеми розвитку людини і суспільства»*. 2019. С. 49–59. DOI: <https://doi.org/10.31865/2520-6842102019>.
- Романченко А.П.** Стратегія самопрезентації та її тактики (на матеріалі лінгвістичного дискурсу). *Записки з українського мовознавства*. Одеса : Одеський національний університет імені І.І. Мечнікова, 2018. С. 197–209. DOI: <https://doi.org/10.18524/2414-0627.2018.25.141379>.
- Aloshyna M.** Methodology of ‘Cultural Turn’ in Modern Translation Studies and Problems of Adequacy in Translation. *Pivdenniy Arkhiv: Collected Papers on Philology*. Kherson: Kherson State University, 2019. Issue № 77. P. 72–75. DOI: <https://doi.org/10.32999/ksu2663-2691/2019-77-13>.
- Erikson E.H.** The problem of ego identity. *Journal of the American Psychoanalytic Association*. 1956. № 4. P. 56–121.
- Dijk T.A., van.** Discourse and Context: A Sociocognitive Approach. New York : CUP, 2008. 267 p.
- Goffman E.** The Presentation of Self in Everyday Life. Monograph No. 2. Edinburgh: University of Edinburgh Social Sciences Research Centre, 1956. 173 p.
- Hostova I.** Identity and Translation Trouble. Cambridge: Cambridge Scholars Publishing, Lady Stephenson Library, Newcastle upon Tyne, 2017. 195 p.
- Jones E., Pittman T.S.** Toward a General Theory of Strategic Self-Presentation. *Psychological Perspectives on the Self*. Hillsdale, New York : Lawrence Erlbaum, 1982. V. 1. P. 231–262.
- Noonan H., Curtis B.** Identity. In *The Stanford Encyclopedia of Philosophy (Summer 2014 Edition)*, ed. by Edward N. Zalta. 2014. Accessed December 08, 2016. URL: <http://stanford.io/2qwsfwp>.
- On identity: from a philosophical point of view*. URL: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3751052/> (дата звернення: 31.05.2021).

REFERENCES

- Aloshyna, M.** (2019). Methodology of ‘Cultural Turn’ in Modern Translation Studies and Problems of Adequacy in Translation. *Pivdenniy Arkhiv (Filologichni nauky): Collected Papers on Philology – South Archive (Philological Sciences)*. (Issue № 77), (pp. 72–75). Kherson: Kherson State University. DOI: <https://doi.org/10.32999/ksu2663-2691/2019-77-13> [in English].
- Dijk, T.A., van.** (2008). *Discourse and Context: A Sociocognitive Approach*. New York : CUP [in English].
- Erikson, E.H.** (1956). The problem of ego identity. *Journal of the American Psychoanalytic Association*, 4, 56–121 [in English].
- Goffman, E.** (1956). *The Presentation of Self in Everyday Life*. Monograph No. 2. Edinburgh: University of Edinburgh Social Sciences Research Centre [in English].
- Hostova, I.** (2017). *Identity and Translation Trouble*. Cambridge: Cambridge Scholars Publishing, Lady Stephenson Library, Newcastle upon Tyne [in English].
- Issers, O.S.** (2008). *Kommunikativnye strategii i taktiki russoj rechi [Communicative Strategies and Tactics of the Russian Speech]*. Moscow: LKI. [in Russian].

- Jones, E., & Pittman, T.S.** (1982). *Toward a General Theory of Strategic Self-Presentation. Psychological Perspectives on the Self.* (V. 1, pp. 231–262). Hillsdale, New York: Lawrence Erlbaum[in English].
- Kabiri, M.Kh.** (2018). *Samoprezentatsiia yak stratehiia anhlovnoho dyskursu [Self-Presentation as a Strategy of the English-language Discourse]* (Philology PhD thesis). Kharkiv. [in Ukrainian].
- Kabiri, M.Kh.** (2018(a)). *Samoprezentatsiia yak stratehiia anhlovnoho dyskursu [Self-Presentation as a Strategy of the English-language Discourse]* (PhD thesis synopsis). Kharkiv. [in Ukrainian].
- Kamjanec', A.** (2010). *Kod da Vinchi [The Da Vinci Code]*. Retrieved May 25, 2021, from https://www.e-reading.club/chapter.php/1053920/42/Braun_-_Kod_da_Vinchi.html [in Ukrainian].
- Kovrigina, E.A.** (2010). *Kommunikativnaja strategija samoprezentacii v diskurse internet-interv'ju [Self-Presentation Communicative Strategy in the Discourse of Internet-interview]*. (Philology PhD thesis). Kemerovo. [in Russian].
- Liubyvyi, Ya.** (2019). *Zhyttieva mudrist yak sposib samovidtvorennia identychnosti v antychnii filosofii [Vital Wisdom as a Method of Reproducing of Identity in Ancient Philosophy]*. *Visnyk Donbaskoho derzhavnogo pedahohichnoho universytetu. Serii: Sotsialno-filosofski problemy rozvytku liudyny i suspilstva: zb. nauk. pr. – Herald of Donbas State Pedagogical University. Series: sociophilosophical problems of development of man and society.* (pp. 49–59). Sloviansk: DDP. DOI: <https://doi.org/10.31865/2520-6842102019> [in Ukrainian].
- Noonan, H., & Curtis, B.** (2014). Identity. In *The Stanford Encyclopedia of Philosophy (Summer 2014 Edition)*, ed. by Edward N. Zalta. Retrieved December 08, 2016, from <http://stanford.io/2qwsfwf> [in English].
- On identity: from a philosophical point of view.* Retrieved May 21, 2021, from <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3751052/> [in English].
- Romanchenko, A.P.** (2018). *Stratehiia samoprezentatsii ta yii taktyky (na materialii linhvistychnoho dyskursu) [The Strategy of Self-Presentation and its Tactics (Based on the Material of Linguistic Discourse)]*. *Zapysky z ukrainskoho movoznavstva: zb. nauk. pr. – Opera in Linguistica Ukrainiana.* (pp. 197–209). Odesa: Odeskyi natsionalnyi universytet imeni I. I. Mechnikova. DOI: <https://doi.org/10.18524/2414-0627.2018.25.141379> [in Ukrainian].