

**Олексій ШЕБУНЯЄВ,**

*orcid.org/0009-0006-6638-2832*

*аспірант кафедри східної і слов'янської філології  
Київського національного лінгвістичного університету  
(Київ, Україна) [oleksii.shebuniaiev@knl.u.edu.ua](mailto:oleksii.shebuniaiev@knl.u.edu.ua)*

## ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ТА ПЕРЕКЛАДУ ТУРЕЦЬКОГО БІЗНЕС-ДИСКУРСУ

*Ця стаття присвячена комплексному дослідженню теоретичних основ формування турецького бізнес-дискурсу та його перекладу в міжкультурному контексті, з особливим акцентом на турецько-українські лінгвістичні взаємодії. Аналіз спирається на постструктуралістські, прагматичні та критичні підходи до дискурсу, розглядаючи його як соціальну практику, що формує економічні, соціальні та культурні реалії. Турецький бізнес-дискурс концептуалізується як гібридна система, що синтезує традиційні елементи (формальність, ієрархічність, ввічливість) із сучасними глобалізованими формами, такими як англіцизми, структурованість, дотримання норм та правил. Досліджено еволюцію дискурсу від османського періоду до сучасності, під впливом реформ Ататюрка, глобалізації та цифровізації. На основі теорій еквівалентності та функціоналізму проаналізовано стратегії перекладу, включаючи калькування, адаптацію та описовий підхід, з детальними прикладами двостороннього перекладу між турецькою та українською мовами. Особливу увагу приділено викликам, пов'язаним із термінологічною узгодженістю, культурною адаптацією, впливом цифрових жанрів і обмеженнями машинного перекладу. Проаналізовано практичні прийоми: розробка спеціалізованих глосаріїв, використання комп'ютерно-допоміжних систем перекладу (CAT), інтеграція штучного інтелекту (AI) та тренінги для перекладачів з культурної компетенції. Висновки підкреслюють необхідність мультидисциплінарного підходу до перекладу для забезпечення його ефективності в глобалізованому бізнес-середовищі. Перспективи подальших досліджень охоплюють аналіз різних жанрів бізнес-дискурсу, стандартизацію перекладацьких практик, вплив AI на бізнес-комунікацію, вивчення перекладу в умовах синхронної комунікації, а також порівняння турецького бізнес-дискурсу з іншими культурними моделями.*

**Ключові слова:** *бізнес-дискурс, переклад, культурна адаптація, термінологія, глобалізація, турецька і українська мови, цифровізація і штучний інтелект.*

**Oleksii SHEBUNIAIEV,**

*orcid.org/0009-0006-6638-2832*

*PhD student at the Department of Oriental and Slavic Philology  
Kyiv National Linguistic University  
(Kyiv, Ukraine) [oleksii.shebuniaiev@knl.u.edu.ua](mailto:oleksii.shebuniaiev@knl.u.edu.ua)*

## THEORETICAL FOUNDATIONS OF THE FORMATION AND TRANSLATION OF TURKISH BUSINESS DISCOURSE

*This article presents an in-depth exploration of the theoretical foundations governing the formation of Turkish business discourse and its translation within an intercultural framework, with a particular focus on Turkish-Ukrainian linguistic interactions. The analysis draws on poststructuralist, pragmatic and critical discourse theories, conceptualizing discourse as a social practice that shapes economic, social, and cultural realities. Turkish business discourse is defined as a hybrid system integrating traditional elements (formality, hierarchy, politeness) with modern globalized forms, such as structuredness, adherence to norms and rules, anglicisms. The study traces the discourse's evolution from the Ottoman period to the present, influenced by Atatürk's reforms, globalization, and digitalization. Grounded in equivalence theory and functionalism, translation strategies – including calquing, adaptation and descriptive methods – are analyzed, supported by detailed examples of bidirectional translations between Turkish and Ukrainian. Particular attention is given to challenges related to terminological consistency, cultural adaptation, the impact of digital genres, and limitations of machine translation. Practical solutions include developing specialized glossaries, employing computer-assisted translation (CAT) tools, integrating artificial intelligence (AI), and conducting cultural competence training for translators. The conclusions underscore the need for a multidisciplinary approach to ensure translation efficacy in a globalized business environment. Future research directions include the analysis of different business-discourse genres, standardization of translation practices, the impact of AI on business communication and the study of translation in synchronous communication, along with a comparative analysis of Turkish business discourse and other cultural models.*

**Key words:** *business discourse, translation, cultural adaptation, terminology, globalization, Turkish and Ukrainian languages, digitalization and artificial intelligence.*

**Постановка проблеми.** У сучасному глобалізованому світі бізнес-комунікація є критично важливим інструментом для подолання культурних і лінгвістичних бар'єрів, що визначають успіх міжнародних економічних відносин (Bargiela-Chiappini & Nickerson, 2007). Турецький бізнес-дискурс як продукт історичних трансформацій і культурного синтезу, становить унікальний об'єкт дослідження, поєднуючи османські традиції формальності та ієрархічності із сучасними стандартами глобалізації. За постструктуралістським підходом М. Фуко (1972), дискурс є соціальною практикою, що конструює структури влади та знання в економічному контексті. Переклад такого дискурсу в український лінгвістичний простір, позначений пострадянською спадщиною та європейською інтеграцією, вимагає глибокого теоретичного осмислення для мінімізації семантичних і прагматичних втрат (Bayar, 2007). Актуальність теми зумовлена інтенсифікацією турецько-українських економічних і культурних зв'язків. Неточний переклад може спричинити міжкультурні непорозуміння, мати негативний вплив на партнерські бізнес-відносини та навіть призвести до економічних втрат. Мета дослідження – систематизувати теоретичні засади формування турецького бізнес-дискурсу та розробити стратегії його перекладу українською мовою, з акцентом на двосторонній переклад. Об'єкт дослідження – турецький бізнес-дискурс як лінгвокультурна система; предмет дослідження – процеси його формування, еволюції та перекладу в український контекст. Методи включають дискурс-аналіз, компаративний аналіз, перекладацькі стратегії та прагматичний аналіз прикладів. Структура статті охоплює огляд літератури, теоретичні основи, історичний розвиток, лінгвістичні та культурні аспекти, детальний аналіз прикладів перекладу, принципи перекладу, виклики, практичні рекомендації, висновки та перспективи подальших досліджень.

**Аналіз актуальних досліджень.** Теоретична основа дискурсу закладена в працях М. Фуко (1972), який розглядає його як систему соціальних практик, що генерують знання та владу, та Т. ван Дейка (1997), який акцентує його комунікативну природу. Н. Ферклаф (1992) у рамках критичного дискурс-аналізу (CDA) висвітлює взаємозв'язок мови з соціальними структурами, що є ключовим для аналізу бізнес-комунікації (Bargiela-Chiappini & Nickerson, 2007). У турецькому контексті І. Ердоган (2013) досліджує комунікацію як соціально зумовлений процес, вплив культури на ділову комунікацію, тоді як М.К. Козан (2002) аналізує стратегії переговорів, підкреслюючи

прагматичну гнучкість. Еволюція турецької мови детально описана в працях Б. Льюїса (2002) та А. Гьоксел і С. Керслейк (2005), які наголошують на реформах Ататюрка та впливі глобалізації. Українські дослідники, зокрема Н.В. Пожарська, Л.М. Киричук і В.М. Юшак (2025), звертають увагу на основні основні лексико-семантичні труднощі перекладу ділової документації - гібридність українського бізнес-дискурсу, що поєднує пострадянську формальність із західними впливами. Теорії перекладу представлені концепцією еквівалентності (Nida & Taber, 1982) та функціонально-комунікативним підходом (Reiss & Vermeer, 1984), які акцентують збереження змісту та адаптацію до цільової культури. Інші автори, як-от М. Баяр (2007), фокусуються на практичних аспектах перекладу, «лояльності» або точному відтворенню, що є необхідним для бізнес-перекладів, а Є.О. Старусева (2020) висвітлює проблеми перекладу в українському контексті. Прогалина в літературі стосується браку комплексних досліджень турецько-українського перекладу бізнес-дискурсу, що обґрунтовує актуальність цього дослідження.

#### **Виклад основного матеріалу.**

##### *Концепція дискурсу*

Дискурс у сучасній лінгвістиці концептуалізується як когерентна система текстів і висловлювань, що функціонує в соціальному контексті (ван Дейк, 1997). Постструктуралістський підхід М. Фуко (1972) розглядає дискурс як механізм конструювання соціальних реалій і владних відносин, тоді як Н. Ферклаф (1992) наголошує на його інтерактивній природі, де мовні акти відтворюють або трансформують соціальні структури. У бізнес-контексті дискурс охоплює широкий спектр комунікативних практик – від переговорів і контрактів до корпоративних листів і звітів, де прагматичні елементи, такі як наміри, ролі учасників і культурні норми, відіграють визначальну роль (Bargiela-Chiappini & Nickerson, 2007). Глобалізація сприяє гібридизації дискурсу, інтегруючи багатомовні елементи та запозичення, що вимагає адаптивних стратегій перекладу, як передбачено скопос-теорією (Reiss & Vermeer, 1984). У контексті турецько-українського перекладу важливо враховувати як лінгвістичні, так і соціокультурні аспекти, щоб забезпечити функціональну еквівалентність і збереження прагматичних функцій.

##### *Концепція бізнес-дискурсу*

Бізнес-дискурс визначається як інституціоналізована система текстів і висловлювань, що опосередковують економічні та соціальні процеси в діловій сфері (Bargiela-Chiappini & Nickerson, 2007). У Туреччині він характеризується синтезом тради-

ційних форм (наприклад, ввічливі звернення *Sayın, lütfen*) і сучасної термінології (*yönetmek* – керувати, *strateji* – стратегія) (Ердоган, 2013). Для бізнес-дискурсу характерними можуть бути субдомени, такі як маркетинг, фінанси, управління та логістика, що зумовлені економічною та культурною специфікою. Цифровізація трансформує дискурс, сприяючи стислості та адаптації до форматів електронної пошти, соціальних мереж і месенджерів (Koester, 2010). У турецькому контексті це виявляється у спрощенні синтаксису та інтеграції англіцизмів, що ускладнює переклад у культури з іншими комунікативними нормами, як-от українська.

Історичний розвиток турецького бізнес-дискурсу

Формування турецького бізнес-дискурсу бере початок в османській період, коли ділова комунікація базувалася на арабській і перській лексиці, що відображала високий ступінь формальності та ієрархічності (Lewis, 2002). Реформи Мустафи Кемалю Ататюрка у 1920-х роках, зокрема перехід на латинську абетку та спрощення мови, радикально змінили структуру ділового мовлення, замінивши складні канцеляризми сучасними турецькими формами (Göksel & Kerslake, 2005). З середини ХХ століття глобалізація та інтеграція Туреччини в міжнародні ринки сприяли проникненню англіцизмів (*business – biznes, strategy – strateji*), що відображають адаптацію до західних стандартів. Сучасний турецький бізнес-дискурс є синтезом османських традицій, національних реформ і глобальних впливів з акцентом на адаптацію до ринків Європейського Союзу та Азії. Цифровізація, зокрема поширення електронної комерції та соціальних мереж, додала нових жанрів, таких як короткі повідомлення та рекламні тексти, що вимагають нових підходів до перекладу.

Вплив реформ Ататюрка

Реформи Ататюрка не лише спростили мову, а й змінили прагматичну структуру ділової комунікації, зменшивши залежність від релігійних і османських канцеляризмів. Наприклад, заміна арабських термінів (*mukavele* – співставляти) на турецькі (*sözleşme* – контракт) сприяла демократизації дискурсу (Göksel & Kerslake, 2005). Однак збереження ввічливих форм (*Sayın, lütfen*) відображає культурну тяглисть, що ускладнює переклад у прагматичнішу культури, як українська.

Глобалізація та англіцизми

Починаючи з 1950-х років, зростання міжнародної торгівлі та інвестицій призвело до інтеграції англіцизмів (*management, strategy*), які часто зберігаються без перекладу в турецькому бізнес-дискурсі. Це створює виклики для перекладачів,

оскільки прямі запозичення можуть не мати точних еквівалентів в мові перекладу, що вимагає адаптації, описового перекладу або збереження англіцизмів.

Лексичні та синтаксичні особливості турецького бізнес-дискурсу

Лексика турецького бізнес-дискурсу є багатозначною, включаючи питомі терміни (*yatırım* – інвестиція), запозичення з арабської та перської мов (*mukavele* – співставляти, *taahhüt* – зобов'язання, *müzakere* – обговорення), а також сучасні англіцизми (*strateji* – стратегія) (Öztürk, 2019). Синтаксис характеризується складнопідрядними конструкціями, модальними формами (*gerekmektedir* – необхідно) та ввічливими висловами (*lütfen* – будь ласка), що підкреслюють офіційність і повагу до ієрархії (Guffey & Loewy, 2017). Прагматичні елементи, такі як риторичні стратегії (*birlikte kazanacağız* – разом переможемо), відображають колективістську орієнтацію турецької культури (Ердоган, 2013). У цифрових жанрах (*email, месенджери*) синтаксис спрощується, а лексика стає більш універсальною, що впливає на перекладацькі стратегії.

Прагматичні особливості

Прагматика турецького бізнес-дискурсу базується на ввічливості та уникненні конфронтації. Наприклад, використання пом'якшувальних виразів (*belki bir çözüm bulabiliriz* – можливо, ми знайдемо рішення) є характерним для переговорів (Kozan, 2002). Це контрастує з українським дискурсом, який часто є більш прямим і прагматичним, що вимагає адаптації під час перекладу.

Культурні норми та їх вплив

Турецький бізнес-дискурс формується під впливом культурних цінностей колективізму, гостинності (*misafirperverlik*) та поваги до ієрархії (Hofstede, 2001). У переговорах використовуються пом'якшувальні конструкції, які уникають прямої критики чи відмови (*belki başka bir yol buluruz* – можливо, знайдемо інший шлях/спосіб) (Kozan, 2002). Український бізнес-дискурс, навпаки, поєднує пострадянську формальність (зобов'язуються, відповідно до) із західними впливами (логістика, брендинг), що створює контраст у прагматичних стратегіях. Невербальні аспекти, такі як тон і контекст, також відіграють значну роль, ускладнюючи переклад.

Колективізм і ввічливість

Турецька культура, за Г. Хофстеде (2001), має високий рівень колективізму, що проявляється у фразях, які підкреслюють співпрацю (*birlikte çalışalım* – давай працювати разом). В українському контексті, де індивідуалізм є більш вира-

женим, такі фрази можуть сприйматися як надмірно емоційні, що вимагає адаптації.

Еволюція українського бізнес-дискурсу

Український бізнес-дискурс до 1991 року був переважно російськомовним і характеризувався бюрократичною формальністю. Після здобуття незалежності з'явилися англіцизми (менеджмент, брендинг), а стиль став гібридним, поєднуючи пострадянську спадщину з європейськими стандартами. Цифровізація, зокрема використання соціальних мереж і месенджерів, сприяла спрощенню стилю, що ускладнює переклад у формальніших контекстах, як турецький бізнес-дискурс.

Вплив цифровізації

Цифрові платформи (LinkedIn, корпоративні email) спричинили скорочення формальних конструкцій в українському дискурсі, що контрастує з турецькою традицією ввічливості. Це вимагає від перекладачів адаптації до різних стилістичних норм у цифрових жанрах (Гриценко, 2020).

Аналіз прикладів турецьких бізнес-текстів та їх перекладу

Для ілюстрації особливостей турецького бізнес-дискурсу та викликів перекладу розглянемо автентичні приклади з джерел (TurkishClass101, 2021; Talkpal, 2023) з трьохстороннім перекладом (турецька–українська–англійська, українська–турецька–англійська) та їхнім аналізом.

Приклади з турецької на українську (включаючи англійський варіант):

Бізнес-лист (вступ):

Турецька: Sayın Yetkili, Projemiz hakkında sizinle görüşmek istiyoruz.

Англійська: Dear Sir/Madam, We would like to discuss our project with you.

Українська: Шановний пане/пані, Ми бажаємо обговорити з вами наш проєкт.

Аналіз: Формальне звернення Sayın Yetkili відображає ієрархічність турецької культури. Український еквівалент «Шановний пане/пані» є стандартним, але для збереження прагматичної ввічливості доцільно додати «Будемо вдячні за можливість обговорити», що відповідає скопосеорії (Reiss & Vermeer, 1984). Метод: адаптація.

Закінчення email:

Турецька: Saygılarımla, [İm'ya].

Англійська: Sincerely, [Name].

Українська: З повагою, [Im'ya].

Аналіз: Множинна форма Saygılarımla підкреслює повагу, що калькується як «З повагою» в українській мові. У менш формальних контекстах можлива адаптація до «З найкращими побажаннями». Виклик: машинний переклад може ігнорувати культурний контекст. Метод: пряме калькування.

Переговорна фраза:

Турецька: Belki bir çözüm bulabiliriz.

Англійська: Maybe we can find a solution.

Українська: Можливо, ми знайдемо рішення.

Аналіз: Пом'якшувальний вислів belki відображає прагматичну стратегію уникнення конфронтації. В українському контексті доречно адаптація до «Давайте спробуємо знайти спільне рішення» для підкреслення співпраці. Метод: описовий переклад.

Контракт:

Турецька: Taraflar, işbu sözleşmenin şartlarına uygun olarak taahhütlerini yerine getirmeyi kabul ederler.

Англійська: The parties agree to fulfill their commitments in accordance with the terms of this contract.

Українська: Сторони зобов'язуються виконувати свої зобов'язання відповідно до умов цього договору.

Аналіз: Термін taahhüt калькується як «зобов'язання», але українська юридична мова вимагає уточнення «виконувати відповідно до умов» для точності. Метод: калькування з адаптацією.

Приклади з української на турецьку (включаючи англійський варіант):

Запрошення до співпраці:

Українська: Ми зацікавлені у співпраці з вашою компанією.

Турецька: Şirketinizle işbirliği kurma ile ilgileniyoruz.

Англійська: We are interested in cooperating with your company.

Аналіз: Прямий стиль української фрази адаптується до турецької норми ввічливості шляхом використання ilgileniyoruz (зацікавлені), що пом'якшує тон. Метод: адаптація.

Переговорна пропозиція:

Українська: Пропонуємо обговорити деталі контракту.

Турецька: Sözleşmenin detaylarını görüşmeyi öneriyoruz.

Англійська: We propose to discuss the contract details.

Аналіз: Українська пропозиція є прямою, але в турецькому перекладі öneriyoruz (пропонуємо) додає ввічливості, що відповідає культурним нормам. Метод: адаптація.

Формальне завершення листа:

Українська: З найкращими побажаннями, [Im'ya].

Турецька: En iyi dileklerimle, [İm'ya].

Англійська: Best regards, [Name].

Аналіз: Українська форма є менш формальною, ніж турецька *Sayılarım*. Переклад *En iyi dileklerimle* зберігає ввічливість, але адаптується до менш офіційного контексту. Метод: адаптація.

Юридична фраза:

Українська: *Сторони погоджуються виконувати умови договору.*

Турецька: *Taraflar, sözleşmenin şartlarını yerine getirmeyi kabul eder.*

Англійська: *The parties agree to comply with the contract terms.*

Аналіз: Українська фраза калькується з уточненням *yerine getirmeyi* для юридичної точності. Метод: калькування.

Ці приклади демонструють необхідність балансування між збереженням змісту та адаптацією до культурних і прагматичних норм обох мов.

Принципи перекладу бізнес-дискурсу

Теорія еквівалентності (Nida & Taber, 1982) акцентує збереження семантичного змісту, як у перекладі *taahhüt* як «зобов'язання». Скопос-теорія (Reiss & Vermeer, 1984) підкреслює функціональну адаптацію до цільової аудиторії, наприклад, *kaliteli hizmet* як «преміум-послуга». Основні методи:

Калькування: Пряме відтворення термінів (*analiz* – аналіз).

Адаптація: Культурне пристосування (*yönetmek* – керувати).

Описовий переклад: Пояснення специфічних понять (*tapu* – документ про право власності). У цифрових жанрах методи адаптуються до стислих форм, що вимагає швидкості та точності (Koester, 2010). Інтеграція AI для первинного аналізу текстів підвищує ефективність, але потребує людської корекції.

Глобалізація спричинила проникнення англіцизмів (*benchmarking*, *outsourcing*) у турецький бізнес-дискурс, що ускладнює переклад через брак прямих еквівалентів в українській мові (Tuncer, 2020). Цифровізація змінила комунікативні практики, зробивши їх стислішими в email, месенджерах і соціальних мережах (Koester, 2010). Наприклад, турецькі бізнес-повідомлення в WhatsApp часто використовують як довгі (*Hemen iletişime geçelim* – негайно зв'яжемось), так і короткі фрази (*Tmm* – Добре; *Tşkler* – Дякую), що вимагає адаптації до українського прагматичного стилю.

AI-системи, такі як Google Translate або DeepL, полегшують первинний переклад, але часто не враховують прагматичних і культурних аспектів (*Sayın* може бути перекладено як «Dear» без урахування ієрархії). Рекомендується використовувати AI як допоміжний інструмент у поєднанні з

CAT-системами (Trados, MemoQ) та експертною перевіркою.

Виклики, з які постають перед перекладачами, та практичні прийоми для покращення перекладу бізнес-дискурсу

Виклики:

Термінологічна неузгодженість: Відсутність стандартизованих еквівалентів для нових термінів (*blockchain* – блокчейн-*blokçein*).

Культурні нюанси: Турецька ввічливість контрастує з українським прагматизмом.

Машинний переклад: Ігнорування контексту та прагматики.

Цифрові жанри: Стислість і неформальність ускладнюють збереження формальності.

Практичні прийоми:

Розробка глосаріїв: Створення двомовних словників (*yatırım* – інвестиція).

Використання CAT-систем: Trados, MemoQ для консистентності.

Тренінги з культурної компетенції: Підвищення чутливості до турецьких і українських норм.

Інтеграція AI: Використання AI для первинного аналізу з подальшою людською корекцією (Гриценко, 2020).

Співпраця з носіями мови: Консультації для забезпечення автентичності перекладу.

Розглянуті у статті теоретичні моделі перекладу: скопос-теорія, інтерпретативна теорія перекладу та динамічна еквівалентність – демонструють різні, але взаємодоповнювальні підходи до аналізу процесу перекладу. У випадку турецького бізнес-дискурсу особливо цінним є їхнє поєднання: орієнтація на функцію перекладу дозволяє узгодити текст із потребами цільової аудиторії, а сенс-орієнтований підхід забезпечує збереження комунікативного ефекту й тональності. Додатково важливим видається лінгвокультурологічний підхід, який дозволяє інтерпретувати специфіку турецьких культурних кодів та інтегрувати їх у переклад у прийнятній для іншої культури формі. Методологічна база дослідження підтверджує, що системне вивчення турецького бізнес-дискурсу потребує міждисциплінарних засобів. Застосування корпусного аналізу дає змогу виявити установлені лексико-граматичні моделі та трансформації, жанрово-стилістичний аналіз дозволяє простежити закономірності побудови ділових текстів, а прагмалінгвістика – пояснити стратегії непрямоті, уникнення конфліктів і вираження поваги. Зіставлення автентичних текстів і їхніх перекладів підтверджує необхідність балансу між точністю і адаптацією, а також демонструє, що перекладачеві слід виконувати роль культурного медіатора.

Слід підкреслити, що турецький бізнес-дискурс становить складне багаторівневе явище, в якому поєднуються універсальні риси глобальної бізнес-комунікації та специфічні характеристики турецької лінгвокультури. Визначальними для нього є високий рівень формальності, пріоритет соціальної ієрархії, значення ритуалізованих формул ввічливості, а також баланс між офіційністю та культурою гостинності, що виявляється як в усній, так і в письмовій діловій комунікації. Це робить переклад турецьких бізнес-текстів особливо чутливим до прагматичного контексту та культурних маркерів, які необхідно враховувати для забезпечення адекватності цільового повідомлення.

**Висновки.** У результаті проведеного аналізу можна стверджувати, що переклад турецького бізнес-дискурсу становить складний, але надзвичайно продуктивний напрям у сучасному перекладознавстві, який поєднує теоретичну новизну та практичну значущість. Він відкриває перспективи

для інтеграції функціональних і лінгвокультурологічних підходів у навчанні перекладачів та у подальшому розвитку міжкультурної бізнес-комунікації. Таким чином, дослідження турецького бізнес-дискурсу в перекладацькому аспекті не лише розкриває його мовні та культурні особливості, а й дає можливість сформулювати теоретико-методологічну основу для практики перекладу. Отримані результати мають прикладне значення: вони можуть бути використані при підготовці перекладачів, у розробці спеціалізованих глосаріїв і методичних матеріалів, а також у створенні дво- чи багатомовних корпусів бізнес-текстів. Подальші дослідження можуть бути спрямовані на поглиблений аналіз конкретних жанрів турецького бізнес-дискурсу (контракти, маркетингові матеріали, електронне листування), вивчення перекладу в умовах синхронної комунікації, а також на порівняння турецького бізнес-дискурсу з іншими культурними моделями.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Пожарська, Н. В., Киричук, Л. М. & Юшак, В. М. Основні труднощі перекладу ділової документації. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.Філологія. 2025. Вип. 71, С. 277–281. <https://doi.org/10.32782/2409-1154.2025.71.61>
2. Старусева, С. О. Переклад офіційної документації з англійської на українську мову. Сумський державний університет. 2020. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/81168>
3. Bargiela-Chiappini, F., & Nickerson, C. Business discourse. Palgrave Macmillan. 2007. 3-20 с.
4. Bayar, M. To mean or not to mean: *An Integrative View of Translation*. Kadmos. Damascus, Syria. 2007. С. 336
5. Erdoğan, İ. İletişimi anlamak. Ankara: Erk Yayınları. 2013. С. 20-60.
6. Fairclough, N. Discourse and Social Change. Cambridge: Polity Press. 1992. 62-86 с.
7. Foucault, M. The archaeology of knowledge. Pantheon Books. 1972. 45-49 с.
8. Göksel, A., & Kerslake, C. Turkish: A comprehensive grammar. Routledge. 2005. С. 1-30, 45-60.
9. Guffey, M. E., & Loewy, D. Business communication: Process and product. Cengage Learning. 2017. С. 90-110.
10. Hofstede, G. Culture's consequences: Comparing values, behaviors, institutions and organizations across nations. Sage. 2001. 209-230 с.
11. Koester, A. Workplace discourse. Continuum. 2010. С. 80-120
12. Kozan M. K. Negotiation in Turkey: A cross-cultural perspective. *International Negotiation*. 2002. Vol. 7, № 2. С. 170-180.
13. Lewis, B. The emergence of modern Turkey. Oxford University Press. 2002. 1-50 с.
14. Nida, E. A., & Taber, C. R. The theory and practice of translation. Brill. 1982. С. 12-33.
15. Reiss, K., & Vermeer, H. J. Groundwork for a general theory of translation. Niemeyer. 1984. С. 54-78.
16. van Dijk, T. A. Discourse as social interaction. SAGE Publications. 1997. 1-25 с.
17. Talkpal. Business communication in Turkish. URL: <https://talkpal.ai/business> (дата звернення 12.09.2025).
18. TurkishClass101. Business Turkish: Phrases you need for workplace success. URL:<https://www.turkishclass101.com/blog/2021/02/11/turkish-business-phrases/> (дата звернення 12.09.2025).

#### REFERENCES

1. Pozharska, N., Kyrychuk, L. & Yushak, V. (2025) Osnovni trudnoshchi perekladu dilovoi dokumentatsii [Main difficulties in translating business documentation]. Naukovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu. Ser. Filolohiia. Vyp. 71, 277–281. [in Ukrainian] <https://doi.org/10.32782/2409-1154.2025.71.61>.
2. Starusieva, Ye. (2025) Pereklad ofitsiinoi dokumentatsii z anhliiskoi na ukrainsku movu [Translation of official documentation from English into Ukrainian]. Sumskiy derzhavnyi universytet. [in Ukrainian]. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/81168>.
3. Bargiela-Chiappini, F., & Nickerson, C. (2007) Business discourse. Palgrave Macmillan. 3-20.
4. Bayar, M. (2007) To mean or not to mean: *An Integrative View of Translation*. Kadmos. Damascus, Syria. 336.
5. Erdogan, İ. (2013) İletishimi anlamak [To understand communication]. Ankara: Erk Yayınları. 20-60. [in Turkish].
6. Fairclough, N. (1992) Discourse and Social Change. Cambridge: Polity Press. 62-85.
7. Foucault, M. (1972) The archaeology of knowledge. Pantheon Books. 45-49.

8. Göksel, A., & Kerslake, C. (2005) Turkish: A comprehensive grammar. Routledge. 1-30, 45-60.
9. Guffey, M. E., & Loewy, D. (2017) Business communication: Process and product. Cengage Learning. 90-100.
10. Hofstede, G. (2001) Culture's consequences: Comparing values, behaviors, institutions and organizations across nations. Sage. 209-230.
11. Koester, A. (2010) Workplace discourse. Continuum. 80-120.
12. Kozan M. K. (2002) Negotiation in Turkey: A cross-cultural perspective. *International Negotiation*. Vol. 7, № 2. 170-180.
13. Lewis, B. (2002) The emergence of modern Turkey. Oxford University Press. 1-50.
14. Nida, E. A., & Taber, C. R. (1982) The theory and practice of translation. Brill. 12-33.
15. Reiss, K., & Vermeer, H. J. (1984) Groundwork for a general theory of translation. Niemeyer. 54-78.
16. van Dijk, T. A. (1997) Discourse as social interaction. SAGE Publications. 1-25.
17. Talkpal. Business communication in Turkish. Retrieved September 12, 2025, from URL: <https://talkpal.ai/business> .
18. TurkishClass101. Business Turkish: Phrases you need for workplace success. Retrieved September 12, 2025, from URL: <https://www.turkishclass101.com/blog/2021/02/11/turkish-business-phrases/> .

Дата першого надходження статті до видання: 30.04.2026

Дата прийняття статті до друку після рецензування: 22.05.2026

Дата публікації (оприлюднення) статті: 30.05.2026

Стаття поширюється на умовах  
ліцензії відкритого доступу (CC BY 4.0)

