

УДК 811.512.161

DOI <https://doi.org/10.24919/2308-4863/92-2-43>**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

КРИТИЧНИЙ ДИСКУРС-АНАЛІЗ У ПЕРЕКЛАДАХ ТУРЕЦЬКОГО БІЗНЕС-ДИСКУРСУ

У статті досліджується застосування критичного дискурс-аналізу (КДА) у перекладах турецького бізнес-дискурсу. З огляду на глобалізаційні процеси та активізацію українсько-турецького економічного співробітництва, проблема адекватного відтворення бізнес-текстів у перекладі набуває особливої ваги. Турецький бізнес-дискурс характеризується високим рівнем формальності, значною роллю концептів «довіра» (güven), «стабільність» (istikrar) та «співпраця» (işbirliği), а також використанням метафоричних і культурно маркованих формул. КДА дозволяє виявити, як ці смисли функціонують у текстах, які соціальні та владні відносини вони відтворюють, і які труднощі виникають при перекладі українською і англійською мовами. У центрі уваги перебуває порівняльний аналіз контрактів, бізнес-листування та маркетингових матеріалів. На прикладах показано, як формулювання турецькою мовою відображають ієрархічність і прагнення уникати конфлікту, тоді як переклади іноді нейтралізують ці особливості. Зокрема, у договорах турецький термін на позначення зобов'язання перекладається українською як обов'язки, що послаблює відчуття владного тиску. У листуванні формула, яка в кінці листа висловлює повагу, в турецькому оригіналі має конотативний вимір соціальної гармонії, але у перекладі редукується до нейтрального з повагою. Методологія дослідження спирається на праці Е. Лакло та Ш. Муффа які трактують дискурс як простір боротьби за гегемонію, а також на підходи Н. Ферклау та Т. ван Дейка. Аналіз проводиться на автентичних бізнес-текстах турецькою мовою та їхніх перекладів українською й англійською. У роботі продемонстровано, що критичний дискурс-аналіз не лише поглиблює розуміння перекладацьких трансформацій, вказує на важливість міжкультурної комунікації, підкреслює саме комунікативну мету перекладу, а й дозволяє сформулювати практичні рекомендації для перекладачів, які працюють у сфері бізнес-комунікації.

Ключові слова: критичний дискурс-аналіз, турецький бізнес-дискурс, переклад, влада, ідеологія, культура.

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

THE USAGE OF CDA IN TURKISH BUSINESS DISCOURSE TRANSLATING

The article explores the application of Critical Discourse Analysis (CDA) in the translations of Turkish business discourse. In the context of globalization and the intensification of Ukrainian-Turkish economic cooperation, the issue of adequately rendering business texts in translation has become particularly important. Turkish business discourse is characterized by a high degree of formality, a significant role of the concepts of trust (güven), stability (istikrar), and cooperation (işbirliği), as well as the use of metaphorical and culturally marked formulas. CDA makes it possible to identify how these meanings function in texts, what kinds of social and power relations they reproduce, and what challenges arise when translating them into Ukrainian and English. The focus is on a comparative analysis of contracts, business correspondence, and marketing materials. Examples show how Turkish formulations reflect hierarchy and the tendency to avoid conflict, while translations sometimes neutralize these features. In contracts, the Turkish term to denote obligation is often rendered into Ukrainian as duties, which weakens the sense of authority. In correspondence, the formula for respect denotation has a connotative dimension of social harmony, but in translation it is often reduced to the neutral respectfully. The methodology of the study draws on the works of E. Laclau and C. Mouffe, who view discourse as a field of hegemonic struggle, as well as on the approaches of N. Fairclough and T. van Dijk. The analysis is based on authentic Turkish business texts and their translations into Ukrainian and English. The study demonstrates that CDA not only deepens the understanding of translational transformations, shows importunes of intercultural communication underlying communicative aim of translation, but also allows formulating practical recommendations for translators working in business communication.

Key words: Critical Discourse Analysis, Turkish business discourse, translation, power, ideology, culture.

Постановка проблеми. У сучасному глобалізованому світі бізнес-комунікація стає не лише інструментом економічної взаємодії, а й полем ідеологічних конфліктів, де мова і дискурс відіграють роль у формуванні влади та соціальних реалій. Турецький бізнес-дискурс як гібрид традиційних османських норм формальності та сучасних глобалізованих стандартів становить особливий інтерес для перекладознавства, оскільки його переклади українською мовою часто спричиняють трансформації смислів, що впливають на сприйняття ідеологій (Akar, 2015). Критичний дискурс-аналіз (КДА) дозволяє розкрити ці трансформації, розглядаючи дискурс як гегемонію, що артикулюється через мовні елементи (Laclau & Mouffe, 1985). Проблема полягає у тому, що в перекладах турецького бізнес-дискурсу ідеологічні акценти, пов'язані з колективізмом, ієрархічністю та капіталізмом, можуть послаблюватися або посилюватися, що призводить до культурних непорозумінь у турецько-українських економічних відносинах. Мова бізнесу формує образи успіху, відповідальності та довіри, закріплює ієрархії між учасниками комунікації, а також відтворює національні культурні моделі. Турецький бізнес-дискурс є особливо показовим у цьому плані: він поєднує універсальні тенденції міжнародної ділової комунікації з локальними традиціями, де повага (*saygı*), стабільність (*istikrar*) та співпраця (*işbirliği*) мають фундаментальне значення. Наприклад, терміни на кшталт *taahhüt* (зобов'язання) у турецьких контрактах несуть конотації взаємної поваги, але в українських перекладах можуть набувати бюрократичного відтінку, типового для пострадянського контексту.

У перекладацькому аспекті постає питання збереження культурно та ідеологічно навантажених елементів з цільової мови. Буквальний переклад не завжди передає прагматичний ефект, тоді як надмірна адаптація може знівелювати важливі семантичні нюанси. Саме тут стає актуальним застосування критичного дискурс-аналізу, який дозволяє побачити за мовними структурами механізми влади, ідеології та культурних стратегій.

Аналіз останніх досліджень. Фундаментальні положення КДА розробили Н. Ферклау (1992), Т. ван Дейк (1998) і Р. Водак (2001). Вони довели, що дискурс завжди є формою соціальної практики, яка відтворює ідеологічні структури.

Методологія Лакло і Муффа (1985) виходить за межі класичного КДА: автори трактують дискурс як поле боротьби, де різні ідеології конкурують за встановлення «гегемонії». Це особливо продуктивно для бізнес-комунікації, оскільки у ній завжди є конфлікт інтересів сторін.

У Туреччині дискурс-аналіз розвивається за двома основними напрямками: лінгвістичним, що включає корпусні дослідження явних і неявних

дискурсних відношень між колокатами; академічного дискурсу; граматики, синтаксису та граматичної свідомості у тих, хто вивчає і викладає турецьку мову, та соціально-політичним, що охоплює дослідження взаємодії мови з медіа, політикою та ідеологією; дослідження наративів у політичних промовах і використання дискурсивних стратегій у медіа; боротьби та впливу у бізнес-дискурсі.

Взаємозв'язок між мовою, владою та ідентичністю, які є важливими елементами бізнес-дискурсу, досліджували турецькі дослідники політичного дискурсу. Сучасні турецькі аналітики соціально-політичного напрямів дискурсивних досліджень активно застосовують критичний дискурс-аналіз (CDA), вивчаючи, як гендер, міграція та медіа впливають на публічну комунікацію. З-поміж інших, виділяються дослідження, які зосередилися на конструюванні змін в зовнішній політиці, ідеологічних рамках та наративах ідентичності після військового перевороту в Туреччині 1980-го року (Kut, 2001).

Поширення цифрових медіа в Туреччині відкрило нові напрями досліджень, зокрема про роль дискурсу в Twitter у політичній мобілізації. Дослідження, що проводяться у медіа напрямку, розглядають, як друковані медіа беруть участь у відтворенні ідеологій і формуванні соціальних ідентичностей серед небажаних або маргіналізованих груп (Burak 2018).

Культурні дослідження турецького дискурсу аналізують серіали та мультиплікаційні фільми як віддзеркалення соціальних та політичних змін, а також сленг та мову блогерів як попкультуру. Полозок зазначає, що сучасні мультиплікаційні твори несуть не лише розважальний характер, а й відображають мовно-культурні ідентичності та цінності, вони сповнені символічними лінгвокультуремами, які відображають особливості сприйняття світу (Полозок, 2024).

Окреме місце займають дослідження з акцентом на комунікаційні стратегії, прагматику та мовні маркери в турецькій мові, релевантні для бізнес-дискурсу, оскільки показують, як дискурс формує ідентичність і взаємодію в соціальних контекстах (включно з професійними) (Akar 2015). Ці проблеми розглядаються у площині владних відносин, націоналізму та ідентичності, використовуючи теоретичні рамки ван Дейка і Ферклау, щоб з'ясувати, як дискурсивні практики в турецьких медіа, бізнесі та політиці формуються під впливом та впливають на соціально-політичні трансформації.

Загалом турецькі дослідники дискурсу використовують міждисциплінарний підхід, що поєднує лінгвістику, соціологію і культурологію та істотно збагачують наше розуміння політичного,

бізнес та медійного дискурсу через емпіричні й історичні дослідження.

В Україні питання дискурсу, міжкультурної комунікації та бізнес-дискурсу і перекладу досліджували О. М. Герасімова (2019), В. А. Дібровата і Д. С. Лікарчук (2019), І. Г. Блощинський, І. В. Міщинська, М. Г. Карпушина, С. В. Сопільняк, В. М. Боринський, О. В. Мисечко, І. Ф. Ісаєва, О. В. Янковець, В. Мишківська і Н. В. Мороз (2024).

Критичний дискурс-аналіз у перекладознавстві набув поширення завдяки працям, що поєднують лінгвістику із соціальною теорією. Модель Е. Лакло і Ш. Муффа (1985) трактує дискурс як гегемонію, що формується через артикуляцію елементів, і застосовується для вивчення ідеологічних трансформацій у перекладах (Hart, 2024). У контексті бізнес-дискурсу дослідження Козан (2002) аналізує турецьку ділову комунікацію як соціолінгвістичну систему, де елементи традиційної гостинності (*misafirperverlik*) переплітаються з глобалізацією. Маматоглу (2019) розглядає лінгвістичні виклики в переговорах та конфліктах у турецькій культурі, підкреслюючи культурні зсуви, але без глибокого КДА, а Катан (2009) і Барт (1964), пропонують семіотичний підхід до медіації культур та перекладу мови як знакових системи, що доповнює КДА. Брак комплексних досліджень КДА в перекладах турецького бізнес-дискурсу визначає прогалину, яку, хоча б частково, покликана заповнити ця стаття.

Виклад основного матеріалу. Критичний дискурс-аналіз (КДА) за моделлю Е. Лакло і Ш. Муффа (1985) дозволяє розглядати переклади турецького бізнес-дискурсу як процес переартикуляції ідеологічних елементів, де смисли не є фіксованими, а залежать від соціального контексту. У турецькому бізнес-дискурсі, як зазначає Козан (2002), домінують артикуляції колективізму та гостинності (*misafirperverlik*), що в перекладах українською можуть трансформуватися під впливом прагматичного стилю.

Приклад – фраза з бізнес-листа: *Sayın Yetkili, Firmamız sizinle uzun vadeli işbirliği kurmayı arzu etmektedir* – турецька; *Dear Sir/Madam, Our company wishes to establish long-term cooperation with you* – англійська; *Шановний пане/пані, Наша компанія бажає встановити з вами довгострокову співпрацю* – українська. За КДА, тут артикулюється гегемонія партнерства (*birlikte* – разом), що відображає колективістську ідеологію (Laclau & Mouffe, 1985). В українському перекладі *бажає встановити* послаблює емоційний відтінок *arzu etmektedir* (бажає, прагне), роблячи дискурс більш нейтральним, що відповідає пострадянській бюрократії. Це зсув ідеології від східної гостинності до західного прагматизму.

Приклад – контрактна фраза: *Taraflar, işbu sözleşmenin şartlarına uygun olarak taahhütlerini yerine getirmeyi kabul ederler* – турецька; *The parties agree to fulfill their commitments in accordance with the terms of this contract* – англійська; *Сторони погоджуються виконувати свої зобов'язання відповідно до умов цього договору* – українська. Артикуляція *taahhüt* (зобов'язання) несе конотацію взаємної довіри, але в українському зобов'язання набуває юридичного відтінку, посилюючи гегемонію контролю. КДА виявляє, як переклад переартикулює елементи влади, перетворюючи турецьку гармонію на українську формальність.

Приклад – переговорна фраза: *Belki bir çözüm bulabiliriz* – турецька; *Maybe we can find a solution* – англійська; *Можливо, ми знайдемо рішення* – українська. Тут *belki* (можливо) пом'якшує конфлікт, артикулюючи колективізм (Kozan, 2002). В українському перекладі *можливо* зберігає пом'якшення, але в бізнес-контексті може сприйматися як невідзначеність, зсуваючи ідеологію від кооперації до індивідуалізму (Hart, 2024).

Приклад – маркетинговий слоган: *Kaliteli hizmetlerimizle hedeflerinize ulaşın* – турецька; *Achieve your goals with our quality services* – англійська; *Досягайте своїх цілей з нашими якісними послугами* – українська. Артикуляція *kaliteli hizmet* (якісні послуги) відображає гегемонію клієнтоорієнтованості, але в українському *якісними послугами* набуває прагматичного відтінку, послаблюючи турецьку гостинність. КДА показує, як глобалізація переартикулює локальні ідеології у перекладах.

Приклад – фраза зі звіту: *Birlikte kazanacağız* – турецька; *We will win together* – англійська; *Разом переможемо* – українська. Тут артикулюється колективістська ідеологія, але в українському перекладі *разом переможемо* може асоціюватися з політичними наративами, зсуваючи фокус від бізнесу до солідарності. За Лакло і Муффа (1985) це приклад контингентності дискурсу в перекладах.

Приклад – інвестиційний термін: *Yatırım fırsatları* – турецька; *Investment opportunities* – англійська; *Інвестиційні можливості* – українська. Артикуляція *yatırım* несе гегемонію зростання, але в українському *можливості* послаблює ризики, трансформуючи ідеологію.

Ці приклади демонструють, як КДА розкриває ідеологічні зсуви в перекладах турецького бізнес-дискурсу, де артикуляції влади і культури переосмислюються в українському контексті.

У процесі нашого дослідження ми зробили спробу виділити ключові концепти, які детермінують турецький бізнес та його переклад українською мовою, а саме: довіра, стабільність, співпраця. КДА дозволяє побачити, що ці слова функціонують не лише як семантичні одиниці, а

як «вузлові точки», навколо яких конструюється дискурс, а текст не лише інформує, а й формує образ компанії як надійного партнера, закріплюючи ідеологему «довіра» як ключову.

Şirketimiz faaliyetlerini istikrar ve güven ilkeleri üzerine inşa etmektedir – турецькою; Our company builds its activities on the principles of stability and trust – англійською; Наша компанія будує свою діяльність на принципах стабільності та довіри – українською.

Як ми вже згадували раніше, дискурс не є постійною субстанцією, він змінний, завжди відбувається боротьба за «існування» між різними дискурсами, що знаходить своє відображення у владних відносинах текстів контрактів.

Taraflar yükümlülüklerini zamanında yerine getirecektir – турецькою; Сторони зобов'язуються своєчасно виконувати свої обов'язки – українською; The parties shall duly fulfill their obligations on time – англійською.

Термін *yükümlülük* має сильнішу юридичну силу, ніж українське «обов'язки». Український переклад частково знімає відчуття суворості юридичної вимоги, перетворюючи його на більш нейтральний термін. Таким чином, КДА демонструє, що у перекладі відбувається певний «демонтаж» владного дискурсу.

У бізнес-листуванні та переговорах характерним є уникнення прямої відмови. Турецька комунікативна культура віддає перевагу ввічливим формам, які зберігають гармонію навіть у разі незгоди.

Bunu tekrar değerlendirelim – турецькою; Давайте ще раз розглянемо це питання – українською; Let us reconsider this issue – англійською.

Фактично це означає відмову від пропозиції, проте в культурно нейтральному вигляді. У перекладі збережено непрямолінійність висловлювання, але у випадку англійського варіанта відтінок «м'якої відмови» стає менш очевидним, оскільки англомовна бізнес-культура допускає більшу прямоту.

Формули ввічливості – невід'ємна частина будь-якої бузнес-комунікації. Завершальні формули турецького бізнес-листування (*saygılarımızla* – з повагою) мають конотативний вимір, що відсилає до концепту гармонії (*uyum*).

Saygılarımızla – турецькою; З повагою – українською; Respectfully – англійською – переклади редукують прагматичний ефект, для українського і англійського адресата ця формула не має тієї ж культурної ваги.

Когнітивний вимір бізнес-дискурсу проявляється у метафорах, які структурують мислення. У турецькому дискурсі поширені метафори боротьби та подорожі.

Piyasa mücadelesi her geçen gün daha yoğun hale gelmektedir – турецькою; Ринкова боротьба з кожним днем стає дедалі інтенсивнішою – українською; The market struggle is becoming more intense every day – англійською.

Тут ринок концептуалізується як поле битви. Переклад українською зберігає воєнізовану метафору, але в деяких випадках перекладачі віддають перевагу «ринковому суперництву», що пом'якшує тональність. Це свідчить про вплив культурних норм цільової аудиторії на вибір перекладацької стратегії.

Висновки. Застосування критичного дискурс-аналізу у дослідженні та перекладі турецького бізнес-дискурсу дозволяє поєднати аналіз мовних структур із вивченням соціальних і культурних контекстів. У ході дослідження було встановлено, що турецький бізнес-дискурс вибудовується навколо ключових концептів *güven* (довіра), *istikrar* (стабільність) та *işbirliği* (співпраця), які виконують не лише комунікативну, а й ідеологічну функцію, формуючи образ компанії як надійного та стабільного партнера.

Аналіз перекладів показав, що в більшості випадків відбувається певне «нейтралізування» цих концептів у цільових мовах, зокрема в українській. Так, переклад слова *yükümlülük* як *обов'язки* замість «зобов'язання» знижує владну категоричність тексту, а редукція формули *saygılarımızla* до стандартного «з повагою» позбавляє текст культурного підтексту. Таким чином, перекладачі часто опиняються перед дилемою: зберегти культурні й ідеологічні особливості оригіналу чи адаптувати їх до норм цільової мови.

Методологія Е. Лакло і Ш. Муффа (1985), яка трактує дискурс як простір боротьби за гегемонію, виявилася особливо продуктивною для аналізу бізнес-комунікації (Герасімова О., 2019) Турецький бізнес-дискурс демонструє боротьбу за домінування смислів – *стабільність* і *довіра* постають як універсальні категорії, через які легітимізується діяльність компаній. У перекладі ці смисли мають відтворюватися не лише семантично, а й прагматично.

Отримані результати підтверджують, що критичний дискурс-аналіз не лише дозволяє глибше зрозуміти специфіку турецького бізнес-дискурсу, а й сприяє виробленню перекладацьких стратегій, орієнтованих на збереження комунікативного ефекту. Подальші розвідки у цьому напрямку можуть бути спрямованими на детальний аналіз (жанровий та конверсаційний аналізи) особливостей турецького бізнес-дискурсу та особливостей його перекладу на українську мову.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Діброва, В. & Лікарчук, Д. Дискурсивні практики в міжкультурній комунікації. *Міжнародні відносини: теоретико-практичні аспекти*. 2019. Вип. 2. С. 223–230.
2. Герасімова, О. Дискурс як соціолінгвістичне явище. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2019. Вип. 2, С. 19–23.
3. Полозок, Д. Структурно-семантичні особливості турецьких лінгвокультурем (на матеріалі мультсеріалу “Насреддін Ходжа – мандрівник у часі”). *Вісник Київського національного лінгвістичного університету*. 2024. Вип. 27. Ч. 1. С. 162–173.
4. Akar, D. *The Macro Contextual Factors Shaping Business Discourse: The Turkish Case*. IRAL. 2002.
5. Barthes, R. *Elements of Semiology*. New York: Hill and Wang. 1964.
6. Bloshchynskiy, I., Mishchynska, I., Karpushyna, M., Sopilniak, S., Borynskyi, V., Mysechko, O., Isaieva, I., Yankovets, O., Mychkovska, V., & Moroz, N. Critical discourse analysis of Anglicisms in Ukrainian business and media communication. *Forum for Linguistic Studies*, 2024. Vol.6. №4. Article 9310.
7. Burak, B. Media discourse, ideology and print media in Turkey. *e-Journal of New Media*, 2018. Vol.1. №1, pp. 1–14.
8. Fairclough, N. *Discourse and Social Change*. Cambridge: Polity Press. 1992.
9. Hart, C. *Ten lectures in cognitive linguistics: Cognitive critical discourse analysis*. Brill. 2024.
10. Katan, D. *Translating cultures: An introduction for translators, interpreters and mediators*. Routledge. 2009.
11. Kozan M. K. Negotiation in Turkey: A cross-cultural perspective. *International Negotiation*. 2002. Vol. 7, № 2.
12. Kut, Ş. The contours of Turkish foreign policy in the 1990s. In B. Rubin & K. Kirişçi (Eds.), *Turkey in world politics: An emerging multiregional power*. Lynne Rienner Publishers. 2001. pp. 5–12.
13. Lakoff, G., & Johnson, M. *Metaphors We Live By*. Chicago: University of Chicago Press. 2003.
14. Laclau, E., & Mouffe, C. *Hegemony and Socialist Strategy: Towards a Radical Democratic Politics*. London: Verso. 1985.
15. Mamatoğlu N. Conflict and Negotiation in Turkish Culture. *Çukurova Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*. 2019. Vol. 48, № 1.
16. van Dijk, T. A. *Ideology: A Multidisciplinary Approach*. London: Sage. 1998.
17. Wodak, R. *Methods of Critical Discourse Analysis*. London: Sage. 2001.
18. Akar, D. Söylem Çözümlemesi (Discourse Analysis). In: Seggie, N., & Bayyurt, Y. (Eds.). *Nitel Araştırma: Yöntem, Teknik, Analiz ve Yaklaşımları (Qualitative Research: Methods, Techniques, Analysis and Approaches)*. Boğaziçi University Press. Türkiye. 2015.

REFERENCES

1. Dibrova, V. & Likarchuk, D. (2019). Dyskursyivni praktyky v mizhkulturnii komunikatsii. [Discursive practices in intercultural communication]. *Mizhnarodni vidnosyny: teoretyko-praktychni aspekty*. Vol. 2. S. 223–230. [in Ukrainian].
2. Herasimova, O. (2019). Dyskurs yak sotsiolinhvistychnе yavyshe. [Discourse as a sociolinguistic phenomenon]. *Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu*, Vyp. 2, S. 19–23. [in Ukrainian].
3. Polozok, D. (2024). Strukturno-semantychni osoblyvosti turetskykh linhvokulturem (na materiali multserialu “Nasreddin Khodzha – mandrivnyk u chasi”). [Structural-semantic features of Turkish linguocultures (based on the material of the animated series "Nasreddin Hodja – Time Traveler")]. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho linhvistychnoho universytetu*. Vol. 27. №1. S. 162–173. [in Ukrainian].
4. Akar, D. (2002) *The Macro Contextual Factors Shaping Business Discourse: The Turkish Case*. IRAL.
5. Barthes, R. (1964). *Elements of Semiology*. New York: Hill and Wang.
6. Bloshchynskiy, I., Mishchynska, I., Karpushyna, M., Sopilniak, S., Borynskyi, V., Mysechko, O., Isaieva, I., Yankovets, O., Mychkovska, V., & Moroz, N. (2024). Critical discourse analysis of Anglicisms in Ukrainian business and media communication. *Forum for Linguistic Studies*, Vol. 6. №4. Article 9310.
7. Burak, B. (2018) Media discourse, ideology and print media in Turkey. *e-Journal of New Media*, Vol.1. №1, pp. 1–14.
8. Fairclough, N. (1992) *Discourse and Social Change*. Cambridge: Polity Press.
9. Hart, C. (2024) *Ten lectures in cognitive linguistics: Cognitive critical discourse analysis*. Brill.
10. Katan, D. (2009) *Translating cultures: An introduction for translators, interpreters and mediators*. Routledge.
11. Kozan M. K. (2002) Negotiation in Turkey: A cross-cultural perspective. *International Negotiation*. Vol. 7, № 2.
12. Kut, Ş. (2001) The contours of Turkish foreign policy in the 1990s. In B. Rubin & K. Kirişçi (Eds.), *Turkey in world politics: An emerging multiregional power*. Lynne Rienner Publishers. pp. 5–12.
13. Lakoff, G., & Johnson, M. (2003) *Metaphors We Live By*. Chicago: University of Chicago Press.
14. Laclau, E., & Mouffe, C. (1985) *Hegemony and Socialist Strategy: Towards a Radical Democratic Politics*. London: Verso.
15. Mamatoğlu N. (2019) Conflict and Negotiation in Turkish Culture. *Çukurova Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*. Vol. 48, № 1.
16. van Dijk, T. A. (1998) *Ideology: A Multidisciplinary Approach*. London: Sage.
17. Wodak, R. (2001) *Methods of Critical Discourse Analysis*. London: Sage.
18. Akar, D. (2015) Söylem Çözümlemesi (Discourse Analysis). In: Seggie, N., & Bayyurt, Y. (Eds.). *Nitel Araştırma: Yöntem, Teknik, Analiz ve Yaklaşımları (Qualitative Research: Methods, Techniques, Analysis and Approaches)*. Boğaziçi University Press. Türkiye. [in Turkish]

Дата першого надходження рукопису до видання: 27.10.2025

Дата прийнятого до друку рукопису після рецензування: 28.11.2025

Дата публікації: 19.12.2025