

Олексій ШЕБУНЯЄВ,

orcid.org/0009-0006-6638-2832

*аспірант кафедри східної і слов'янської філології
Київського національного лінгвістичного університету
(Київ, Україна) oleksii.shebuniaiev@knlu.edu.ua*

ФЕНОМЕН «ТУРЕЦЬКОГО БАЗАРУ» ТА ЙОГО ВПЛИВ НА ПЕРЕКЛАД ТУРЕЦЬКОГО БІЗНЕС-ДИСКУРСУ

У статті розглянуто феномен «турецького базару» як складову частину турецького бізнес-дискурсу в аспекті перекладу українською мовою. Досліджено лексико-семантичні, прагматичні та культурні особливості мовних одиниць, що формують «базарну» комунікацію у межах турецької бізнес-культури. Задля розуміння феномену «турецького базару» показано як базар, як місце зародження торгівлі та бізнесу, заклав підвалини для сучасного способу спілкування та ведення бізнесу у Туреччині.

Проаналізовано особливості функціонування метафор, фразеологізмів, емоційних формул ввічливості, що походять із традицій «турецького базару» і продовжують впливати на сучасний бізнес-дискурс Туреччини. Показано, як ці мовні одиниці потребують культурно обґрунтованих стратегій перекладу через багатозначність, фаталістичні конотації та емоційне забарвлення. Особливу увагу приділено співвідношенню між традиційним і сучасним стилем ведення бізнесу в Туреччині, а також викликам, які виникають у міжкультурній комунікації між турецькими та українськими партнерами.

Методологічну основу дослідження становлять семіотичний підхід Р. Барта та критичний дискурс-аналіз Лакло й Муффа. Обґрунтовано необхідність поєднання семіотичного аналізу та критичного дискурс-аналізу для інтерпретації «базарного» шару бізнес-комунікації як репрезентанта гібридної мовної ідентичності.

Автор наводить приклади застарілих турецьких виразів, їхній переклад та варіанти адаптації в українському бізнес-дискурсі та показує який вплив на сучасний турецький-бізнес дискурс мають такі застарілі вирази та їхнє поєднання із сучасною бізнес-риторикою.

Досліджено культурні відмінності між турецьким (колективістським) і українським (прагматичним) дискурсами, що ускладнюють переклад. Запропоновано практичні прийоми щодо передачі образності, культурного підтексту та прагматичних імплікацій у перекладацькій діяльності. Результати дослідження можуть сприяти вдосконаленню перекладацьких стратегій у міжкультурній бізнес-комунікації

Ключові слова: турецький бізнес-дискурс, турецький базар, міжкультурна комунікація, переклад, прагматика, метафора, культурна адаптація.

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@knlu.edu.ua*

THE “TURKISH BAZAAR” PHENOMENON AND ITS INFLUENCE ON TURKISH BUSINESS DISCOURSE TRANSLATING

The article explores the phenomenon of “Turkish bazaar” as an integral component of Turkish business discourse in the context of translation into Ukrainian. It investigates the lexical, pragmatic, and cultural features of linguistic units that shape “bazaar” communication in Turkish business culture.

For better understanding of “Turkish bazaar” phenomenon the research shows how bazaar, as the starting point of trading and business, become a background of modern Turkish business communication and the way of making deals. Special attention is paid to metaphors, idiomatic expressions, and emotional politeness formulas originating from traditional Turkish bazaar culture and their continued impact on modern Turkish business practices. The article highlights how such expressions require culturally justified translation strategies due to their ambiguity, fatalistic undertones, and emotional connotations. The author discusses the coexistence of traditional and European styles in Turkish business discourse, pointing out intercultural challenges in Turkish–Ukrainian professional communication.

The study is grounded in Roland Barthes’ semiotic approach and Laclau and Mouffe’s critical discourse analysis and justifies the necessity of combining semiotic and critical discourse analysis to interpret “bazaar” elements as a manifestation of hybrid linguistic identity.

Examples of outdated Turkish expressions, their influence in combination with contemporary rhetoric on modern Turkish business discourse and their translation/adaptation into Ukrainian are provided by the author.

Cultural differences between Turkish (collectivist) and Ukrainian (pragmatic) discourses are investigated, posing translation challenges. Practical recommendations are suggested for conveying imagery, cultural background, and pragmatic implications in the process of translation. Findings of this research may enhance translation strategies in intercultural business communication.

Key words: Turkish business discourse, Turkish bazaar, intercultural communication, translation, pragmatics, metaphor, cultural adaptation.

Постановка проблеми. В умовах посилення глобалізаційних процесів та інтенсифікації міжнародних економічних зв'язків міжкультурна комунікація стає ключовим аспектом успішного ведення бізнесу. Водночас у процесі міжкультурної комунікації перекладачі часто стикаються з явищами, що виходять за межі буквального перекладу та потребують глибокого розуміння культурного контексту. Одним із таких феноменів є «турецький базар», що особливо виразно проявляється у бізнес-комунікації між представниками турецької і української культур. Стандартні ділові формулювання можуть поступатися місцем образним виразами і метафорам, що мають глибокі культурно-історичні корені, що створює значні труднощі для адекватної передачі смислів. Це вимагає від перекладача не лише лінгвістичної, але й значної культурної компетентності.

Аналіз актуальних досліджень. Дослідження турецького бізнес-дискурсу як унікального феномена, що відображає культурну та історичну специфіку Туреччини, є актуальним напрямом сучасної лінгвістики, а особливо для перекладознавства. Наукові праці присвячені вивченню національно-культурної специфіки мовних систем (Покровська, 2008), критеріям виділення ключових концептів бізнес-дискурсу (Науменко, 2012), а також ролі ділової мови у підготовці перекладачів (Долинський, 2021). Окрему увагу приділено крос-культурним аспектам переговорів у турецькій культурі (Kozan, 2002; Mamatoglu, 2019), що підкреслює значення невербальних та культурно зумовлених елементів комунікації. Важливим у цьому контексті є аналіз моделей культурних вимірів (Hofstede, 2001), які дозволяють зрозуміти різницю між колективістською турецькою та більш індивідуалістичною українською бізнес-культурами. Водночас незважаючи на існуючі дослідження, комплексного аналізу феномену «турецького базарного» саме в контексті турецько-українського бізнес-перекладу з урахуванням його лексичних, синтаксичних та прагматичних особливостей досі не було проведено в достатній мірі. Ця стаття прагне заповнити цю прогалину.

Виклад основного матеріалу. Турецький бізнес-дискурс є складним і багатошаровим явищем, де традиційні підходи до торгівлі співіснують із

сучасними європейськими практиками. Феномен «турецького базару», або «базарного дискурсу», є центральним елементом, що формує риторику бізнес-комунікації. «Турецький базар» – це не лише фізичне місце торгівлі, а й символ традиційного бізнес-підходу, який включає торг, емоційність, соціальну взаємодію та встановлення особистих зв'язків (Berkes, 2018). У сучасному контексті цей дискурс поєднується з європейським бізнес-стилем, що характеризується формальністю, чіткістю та орієнтацією на результат. Таке поєднання створює значні виклики для перекладача, адже в українському контексті бізнес-дискурс має інші культурні основи, зумовлені прагматичним підходом та меншою емоційністю [6].

Наше дослідження спирається на семиотичний підхід Ролана Барта (Barthes, 1977), який розглядає бізнес-дискурс як систему знаків, що несуть ідеологічне навантаження. Згідно з Бартом, повсякденні явища, такі як торгівля, можуть набувати міфологічного значення, приховуючи культурні та ідеологічні смисли. У цьому контексті «турецький базар» інтерпретується як міф – символ, що поєднує традиційні цінності з сучасними реаліями бізнесу. Для ідентифікації концептуальних лексичних конструкцій, їхньої специфіки та впливу на переклад турецького бізнес-дискурсу було застосовано теорію критичного дискурс-аналізу, запропоновану Лакло та Муффа (Laclau & Mouffe, 1985). Для пошуку еквівалентів перекладу термінів та специфічних лексичних конструкцій використано метод словникових дефініцій. Метою статті є аналіз того, як феномен «базарного дискурсу» впливає на переклад бізнес-текстів, з акцентом на збереженні культурних смислів.

Одним із показових прикладів є фраза *dağlar daha dumanlı* (гори ще вкриті туманом), що використовується у відповідь на запитання про терміни завершення проєкту. Ця метафора, що походить від відомої турецької музичної композиції, символізує життєве очікування, невизначеність майбутнього та ностальгічні настрої. У діловому контексті вона підкреслює стан невизначеності щодо термінів виконання, вказуючи на те, що шлях ще довгий. Подібні вирази, як-от *bukra, İnşallah* (завтра, якщо дасть Бог), що на практиці означають значно довші терміни реалізації завдань, демонструють вплив арабської культури

на турецький діловий етикет, де обіцянки можуть мати ритуально-культурний, а не фактичний характер. Це вимагає від перекладача не лише розуміння буквального значення, але й здатності інтерпретувати імпліцитні смисли та культурні конотації, що є викликом для ефективної міжкультурної бізнес-комунікації.

Турецький бізнес-дискурс є унікальним поєднанням традиційного «базарного» стилю і сучасного європейського підходу, що відображає історичний розвиток країни. «Базарний дискурс», який сформувався в османський період, характеризується емоційністю, гнучкістю та орієнтацією на встановлення особистих зв'язків. Наприклад, у традиційних переговорах турецькі бізнесмени часто використовують торг як спосіб демонстрації поваги до партнера, а також як інструмент для створення довіри (Kozan, 2002). Цей підхід відображає культурну цінність *misafirperverlik* (гостинність), яка є невід'ємною частиною турецької торгівлі.

Водночас європейський вплив, що посилюється після інтеграційних процесів у 2000-х роках, привніс у турецький бізнес-дискурс формальність, чіткість і стандартизацію, особливо в міжнародних контрактах. Наприклад, у текстах, призначених для європейських партнерів, часто використовуються запозичені терміни, такі як *proje* (проект) чи *strateji* (стратегія), які відповідають європейським стандартам бізнес-комунікації. Проте навіть у таких формальних текстах зберігаються елементи «базарного» стилю. Наприклад, у бізнес-листуванні турецькі компанії можуть завершувати повідомлення емоційними висловами, такими як *kalpten teşekkürler* (щирісердно дякую) або *iyi niyetle* (з добрими намірами), що відображає традиційну теплоту й емоційність.

Культурні відмінності між турецьким і українським бізнес-дискурсом значно впливають на переклад. У Туреччині бізнес-комунікація часто будується на ієрархії, емоційній близькості та встановленні особистих зв'язків, що відображає високий рівень «колективізму» за моделлю Гірта Хофстеде (Hofstede, 2001). Наприклад, у турецькій культурі прийнято витрачати час на встановлення довіри перед початком переговорів, що може включати запрошення на чай або спільний обід. Натомість в Україні бізнес-дискурс є більш прагматичним і орієнтованим на результат, що відповідає вищому рівню «індивідуалізму» та «уникнення невизначеності» (Hofstede, 2001). Українські бізнесмени зазвичай очікують чіткості й швидкого переходу до суті, що може суперечити турецькому підходу.

Ці відмінності особливо помітні в перекладі понять, пов'язаних із «турецьким базаром». Наприклад, турецьке слово *pazar* у бізнес-контексті не лише означає *ринок*, а й символізує соціальну взаємодію, базар, торг і взаємовигоду. У перекладі українською це слово часто передається як *ринок* (як термін економіки), але такий переклад втрачає культурний відтінок. Для точного перекладу варто використовувати пояснення, наприклад, *pazar*, як *базар* – традиційний простір торгівлі та співпраці, щоб передати багатозначність або як *ринок*, для використання в якості терміну економіки.

Інший приклад – використання емоційних виразів у турецькому бізнес-дискурсі. Турецькі бізнесмени можуть завершувати переговори фразою *gönülden başarılar* (дослівно – *успіхів від серця*), що відображає емоційність «базарного» стилю. В українському контексті це звучить надто емоційно, і прямий переклад може бути сприйнятий як неформальний. Більш відповідним буде – *щиро бажаємо успіхів*, що зберігає емоційний відтінок, але адаптує його до українського стилю.

«Турецький базар» – це місце торгівлі, але й багатовіковий інститут усного переконання, де стиль розмови формувався у контексті постійного соціального контакту. У бізнес-дискурсі це виявляється в: надмірному використанні метафор (*Bu fiyata bir deve alırsın! – За таку ціну можна і верблюда купити!*); формулах чемності та хитрості (*Abi sana özel fiyat! – Брате, спеціально для тебе така ціна!*); торгівельній тактиці емоційного тиску або «перемовин як гри». Такі риси накладають стильовий відбиток навіть на офіційне листування або презентації продукту.

Застарілі вислови, що походять із традиційного «базарного дискурсу», часто використовуються в сучасному турецькому бізнес-контексті, які додають йому емоційності та культурної специфіки. Розглянемо кілька прикладів:

1. *Alışveriş iki taraflı kazanır* (дослівно – *торгівля приносить вигоду обом сторонам*) – традиційний вислів, що підкреслює взаємовигоду, типову для базарної культури. У бізнес-контексті це означає успішне партнерство. Прямий переклад українською: *Співпраця вигідна для обох сторін*. Проте, щоб зберегти культурний контекст, можна додати пояснення: *Співпраця та торгівля вигідна для обох сторін*. Це підкреслює зв'язок із «турецьким базаром» як символом взаємодії.

2. *Kismetse olur* (дослівно – *якщо доля дозволить*) – вислів із релігійним відтінком, що відображає фаталістичний підхід, характерний для турецької культури. У бізнесі це може означати надію на успіх угоди. Прямий переклад: *Сподіва-*

ємося на успіх. Для збереження культурного значення: *Сподіваємося на успіх, якщо доля буде прихильною*. Такий переклад передає фаталістичний підхід, типовий для традиційного мислення.

3. *El sıkışmak* (дослівно – *потиснути руку*) – вислів, що походить із базарних практик, де рукостискання було символом довіри та угоди. У сучасному бізнесі це означає укладення угоди. Прямий переклад: *Домовитися*. Проте, щоб зберегти культурний відтінок, краще перекласти як – *Укласти угоду з традиційним рукостисканням*, підкреслюючи символізм дії.

4. *Pazarlık payı bırakmak* (дослівно – *залишити місце для торгу*) – вислів, що відображає традиційну практику торгівлі на базарі. У бізнес-контексті це означає гнучкість у переговорах. Прямий переклад: *Залишити простір для переговорів*. Для збереження культурного контексту: *Залишити простір для переговорів та можливості поторгуватися*. Це допомагає передати специфіку турецького підходу до бізнесу.

Ці приклади ілюструють, як традиційні вислови додають емоційності та культурної глибини до бізнес-дискурсу, але створюють виклики для перекладу. Перекладач має враховувати не лише лінгвістичний, а й культурний контекст, щоб зберегти багатозначність (Долинський, 2021).

Сучасний бізнес-дискурс Туреччини – поєднання європеїзації та гібридизації. Виокремити що саме має більший вплив на його формування дуже складно. Попри активну модернізацію, в мові турецьких ділових комунікацій зберігаються вирази, що сягають часів класичного базару. Наприклад:

1. *İki kuruşa beş köfte olmaz* (*За дві копійки п'ять котлет не купиш*) – використовується у переговорах як аргумент проти зниження ціни.

2. *Alicısı hazır mal satılır* (*Продається те, на що є покупець або те, що користується попитом*) – як підкреслення ринкового успіху.

3. *Dost başa, düşman ayağa bakar* (*Друг дивиться в очі, ворог – на ноги*) – вживається як критика фальшивої люб'язності.

В перекладі ці вирази викликають труднощі: калькування може бути неприйнятним, тому застосовуються: пояснювальні переклади; культурно адаптовані еквіваленти (наприклад, українське *дешевий сир – тільки в мишоловці*); стратегія

«експлікативної вставки» – введення додаткового пояснення в тексті.

На основі проведеного аналізу можна сформулювати висновки про ті прийоми та засоби, що можуть бути ефективно використані для перекладу турецького бізнес-дискурсу українською мовою:

1. Збереження багатозначності: використовуємо пояснення або примітки, щоб передати культурний контекст традиційних виразів. Наприклад, замість прямого перекладу *pazar* як *ринок* додаємо пояснення: *pazar* як символ торгівлі та співпраці (*базар*).

2. Адаптація емоційності: турецький бізнес-дискурс є більш емоційним, ніж український. Емоційні вислови, такі як *kalpten teşekkürler*, адаптуємо до українського контексту, наприклад, перекладаючи як *щиро дякуємо*, щоб уникнути надмірної емоційності.

3. Використання глосаріїв: створення глосаріїв із традиційними виразами та їхніми культурними значеннями може допомогти перекладачам систематизувати терміни та уникнути втрати смислів. Наприклад, вислів *kismetse olur* варто включити до глосарію з поясненням його фаталістичного відтінку.

4. Контекстуальний підхід: аналізуємо контекст використання виразу. Наприклад, *el sıkışmak* у формальному контракті може бути перекладено як – *укласти угоду*, але в неформальних переговорах – *домовитися та потиснути руки*.

Висновки. Феномен «турецького базару» є ключовим елементом турецького бізнес-дискурсу, що поєднує традиційні "базарні" практики з сучасним європейським стилем. Це поєднання відображає культурну специфіку Туреччини, але створює труднощі для перекладу в український контекст через різницю в культурних традиціях. Застосування семіотичного підходу та критичного дискурсу аналізу дозволяє глибше зрозуміти багатшаровість турецького бізнес-дискурсу та зберегти її в перекладі. Аналіз застарілих виразів, таких як *kismetse olur* чи *el sıkışmak*, показує, як традиційні елементи додають емоційності та символізму до сучасного бізнесу. Подальші дослідження можуть зосередитися на аналізі цифрових бізнес-текстів, де традиційні елементи стають дедалі помітнішими, а також на розробці інструментів для автоматизованого перекладу з урахуванням культурного контексту.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

- Долинський С.В. Роль і місце ділової англійської мови в підготовці майбутніх перекладачів. *Філологічні студії*. 2021. Вип. 17. Ч. 2.
- Науменко Л.П. Критерії виділення ключових концептів сучасного англомовного бізнес-дискурсу. *Мовні і концептуальні картини світу*. ВПЦ «Київський університет». 2012. Вип. 42.
- Покровська І. Л. Національно-культурна специфіка лексичної системи сучасної турецької мови. *Сходознавство*. 2008. № 43. С. 82–89.

4. Barthes R. Image, Music, Text. New York : Hill and Wang, 1977.
5. Berkes F. Sacred Ecology: Traditional Ecological Knowledge and Resource Management. London : Routledge, 2018.
6. Hofstede G. Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions, and Organizations Across Nations. Thousand Oaks : Sage Publications, 2001.
7. Kozan M. K. Negotiation in Turkey: A cross-cultural perspective. International Negotiation. 2002. Vol. 7, № 2.
8. Laclau E., Mouffe C. Hegemony & Socialist Strategy: Towards a Radical Democratic Politics. London : Verso Books, 1985.
9. Mamatoğlu N. Conflict and Negotiation in Turkish Culture. Çukurova Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi. 2019. Vol. 48, № 1.

REFERENCES

1. Dolynskiy Ye. (2012) Rol i mistse dilovoi anhliiskoi movy v pidhotovtsi maibutnikh perekladachiv. [The role and place of business English in the training of future translators] Filologichni studii. Vyp.17. Ch.2. [in Ukrainian].
2. Naumenko L. (2012) Kryterii vydilennia kliuchovykh kontseptiv suchasnoho anhlo movnoho biznes-dyskursu. [Criteria for identifying key concepts in modern English-language business discourse] Movni i kontseptualni kartyny svitu. VPTs «Kyivskiy universytet». Vyp. 42. [in Ukrainian].
3. Pokrovska I. (2008) Natsionalno-kulturna spetsyfika leksychnoi systemy suchasnoi turetskoi movy. [National and cultural specificity of the lexical system of the modern Turkish language] Skhodoznavstvo. № 43. 82–89. [in Ukrainian].
4. Barthes R. (1977) Image, Music, Text. New York : Hill and Wang.
5. Berkes F. (2018) Sacred Ecology: Traditional Ecological Knowledge and Resource Management. London : Routledge.
6. Hofstede G. (2001) Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions, and Organizations Across Nations. Thousand Oaks : Sage Publications.
7. Kozan M. K. (2002) Negotiation in Turkey: A cross-cultural perspective. International Negotiation. Vol. 7, № 2.
8. Laclau E., Mouffe C. (1985) Hegemony & Socialist Strategy: Towards a Radical Democratic Politics. London : Verso Books.
9. Mamatoğlu N. (2019) Conflict and Negotiation in Turkish Culture. Çukurova Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi. Vol. 48, № 1.

Дата першого надходження рукопису до видання: 25.08.2025
Дата прийнятого до друку рукопису після рецензування: 26.09.2025
Дата публікації: 23.10.2025