Sifatli ta'lim-yorqin kelajak
ISSN: 3060-4761

TerDPI ILMIY XABARNOMASI
SCIENTIFIC BULLETIN OF THE TerSPI
НАУЧНЫЙ ВЕСТНИК ТерГПИ

www.xabarnoma.terdpi.uz

UDK: 811.111.81.2
ORCID: 0009-0001-3445-1403

TILSHUNOSLIKDA BIZNES DISKURS: TADQIQ, TASNIF VA TAHLIL

Qodirova Mukaddas Tog'ayevna
Termiz davlat pedagogika instituti, PhD, dotsent
E-mail. qmuqaddas@mail.ru

Annotatsiya: Mazkur maqola biznes muhitida muvaffaqiyatli muloqotni amalga oshirishda hissa qo'shadigan asosiy elementlarni tushunish uchun biznes diskursini lisoniy jihatdan tadqiq qildi. Unda biznes diskursi yozma va og'zaki muloqot shakllarini o'z ichiga olgan biznes kontekstida amalga oshiriladigan muloqot amaliyoti ekanligi asoslandi. Shuningdek, samarali biznes diskursi biznes maqsadlariga erishishga yordam beradigan aniq, ixcham va maqsadli o'zaro munosabatlarni ta'minlash uchun juda muhim ekanligi ta'kidlandi.

Biznes diskursi uchrashuvlar, muzokaralar, elektron pochta xabarlari, hisobotlar, taqdimotlar, ijtimoiy tarmoqlardagi o'zaro aloqalar va boshqalar kabi keng ko'lamli muloqot shakllarini o'z ichiga olgan biznes kontekstida tildan foydalanishni anglatadi. Maqsadga yo'naltirilganligi, rasmiy yoki yarim rasmiy ohang, maxsus lug'at va ishontirish usullaridan strategik foydalanish bilan ajralib turadi. Samarali biznes nutqi nafaqat ma'lumot almashish, balki munosabatlarni o'rnatish, his-tuyg'ularni boshqarish va strategik maqsadlarga erishishdir.

Maqolada biznes diskursi tushunchasini lisoniy jihatdan o'rganishni, uning talqinlarini, xususiyatlarini, funktsiyalarini va zamonaviy biznes olamidagi ahamiyatini, shuningdek, olamning lisoniy manzarasini tasvirlashdagi rolini tadqiq qilishni maqsad qilgan.

Maqolada ko'zlangan maqsadga erishish uchun, tavsiflash, tasniflash, tizimlashtirish usullari, analogiya, komponentli tahlil, funksional sinergetik diskurs tahlili kabi usullardan foydalanadi.

Tadqiqot natijasida biznes diskursning yetti turi (rasmiy biznes diskurs turi, norasmiy biznes diskurs turi, ishonchli biznes diskurs turi, o'rgatuvchi biznes diskurs turi, muzokaralar diskurs turi, mojarolarni hal qilish diskurs turi va hamkorlik biznes diskurs turlari) aniqlandi.

Xulosa qilganda, nutqda biznes diskursi turlarining dinamikasi ko'p qirrali bo'lib, turli xil ritorik strategiyalarni, lingvistik uslublarni va kontekstual moslashuvlarni o'z ichiga oladi.

Kalit so'zlar: *kommunikativ norma, lingvistik sinergetika, funktsional tilshunoslik, ironiya, rasmiy/norasmiy biznes diskurs, muzokaralar diskursi, hamkorlik biznes diskursi, biznes diskurs tahlili.*

БИЗНЕС ДИСКУРС В ЛИНГВИСТИКЕ: ИССЛЕДОВАНИЕ, КЛАССИФИКАЦИЯ И АНАЛИЗ

Аннотация: В этой статье было проведено лингвистическое исследование делового дискурса, чтобы понять ключевые элементы, которые способствуют успешному общению в бизнес-среде. В нем обосновывалось, что деловой дискурс-это коммуникативная практика, осуществляемая в контексте бизнеса, которая включает письменные и устные формы общения. Также было подчеркнуто, что эффективный деловой дискурс имеет решающее

значение для обеспечения четкого, краткого и целенаправленного взаимодействия, которое помогает в достижении бизнес-целей.

Деловой дискурс относится к использованию языка в бизнес-контексте, который включает в себя широкий спектр форм общения, таких как встречи, переговоры, электронная почта, отчеты, презентации, взаимодействие в социальных сетях и многое другое. Отличается целеустремленностью, формальным или полуформальным тоном, особой лексикой и стратегическим использованием методов убеждения. Эффективный деловой разговор-это не только обмен информацией, но и построение отношений, Управление эмоциями и достижение стратегических целей.

В статье ставится цель изучить понятие делового дискурса в лингвистическом аспекте, изучить его интерпретации, особенности, функции и значение в современном деловом мире, а также его роль в описании языкового ландшафта.

Для достижения поставленной цели в статье используются такие методы, как описание, классификация, методы систематизации, аналогия, компонентный анализ, анализ функционального синергетического дискурса.

Исследование выявило семь типов делового дискурса (тип формального делового дискурса, тип неформального делового дискурса, тип доверительного делового дискурса, тип обучающего бизнес-дискурса, тип дискурса переговоров, тип дискурса разрешения конфликтов и типы делового дискурса сотрудничества).

Таким образом, динамика типов делового дискурса в речи многогранна и включает в себя различные риторические стратегии, языковые стили и контекстные адаптации.

Ключевые слова: *коммуникативная норма, лингво-синергетика, функциональная лингвистика, ирония, формальный/неформальный деловой дискурс, переговорный дискурс, совместный деловой дискурс, анализ делового дискурса*.

BUSINESS DISCOURSE IN LINGUISTICS: RESEARCH, CLASSIFICATION AND ANALYSIS

Annotation:This article conducted a linguistic study of business discourse in order to understand the key elements that contribute to the implementation of successful communication in the business environment. It substantiated that business discourse is a communication practice carried out in a business context that includes written and oral forms of communication. It was also pointed out that effective business discourse is essential to ensure clear, compact and targeted interactions that help achieve business goals.

Business discourse refers to the use of language in a business context that includes a wide range of forms of communication, such as meetings, negotiations, emails, reports, presentations, interactions on social media, etc. It is characterized by a goal orientation, a formal or semi-formal tone, a special vocabulary and strategic use of persuasion techniques. Effective business speech is not only the exchange of information, but also the establishment of relationships, the management of emotions and the achievement of strategic goals.

The article aims to study the concept of business discourse in a linguistic way, researching its interpretations, characteristics, functions, and significance in the modern business world, as well as its role in describing the linguistic landscape of the universe.

The article uses techniques such as characterization, classification, systematization methods, analogy, component analysis, functional synergistic discourse analysis to achieve the intended goal.

The study identified seven types of business discourse (formal business discourse type, informal business discourse type, trusted business discourse type, instructive business discourse

type, negotiation discourse type, conflict resolution discourse type, and collaborative business discourse types).

In conclusion, the dynamics of types of business discourse in speech is multifaceted and includes various rhetorical strategies, linguistic styles and contextual adaptations.

Key words: *communicative norm, linguo-synergetics, functional linguistics, irony, formal/informal business discourse, negotiation discourse, collaborative business discourse, business discourse analysis.*

KIRISH. Bugungi dinamik va o‘zaro bog‘liq dunyoda “*biznes*” va “*diskurs*”ni samarali bog‘lash qobiliyati barcha darajadagi mutaxassislar uchun juda muhim mahoratdir. Mijozlar bilan muloqot qilish, bitimlar tuzish, yetakchi jamoalar yoki korporativ strategiyalarni ishlab chiqish, tildan foydalanishimiz biznes natijalariga sezilarli ta’sir qiladi. Ushbu maqola “*biznes*” va “*diskurs*”ni bog‘lashni, tahlillashni o‘rganishning muhimligini ilmiy asoslaydi hamda mazkur tadqiqning foydalari, asosiy ko‘nikmalari, amaliy qo‘llanilishi va turli biznes funktsiyalariga ta‘sirini nazariy-amaliy jihatdan izohlaydi.

Bugungi jadal rivojlanayotgan dunyoda “*biznes*” tushunchasi iqtisodiyotni shakllantirish, innovatsiyalarni rivojlantirish va imkoniyatlar yaratishda hal qiluvchi rol o‘ynaydi. Lekin “*biznes*” nima va u qanday qilib jamiyatda shunday markaziy o‘rinni egalladi? Dastavval, shular haqida o‘rtoqlashmoqchimiz.

“*Biznes*” atamasini turli lug‘atlarda topish mumkin, ularning har biri kontseptsiyaning turli tomonlarini ta’kidlaydigan nozik ta’rifni beradi. Quyida biz “biznes” atamasining ba’zi umumiy lug‘at ta’riflarini taqdim etmoqchimiz:

“O‘zbek tilining izohli lug‘ati”da quyidagicha izohlagan: **BIZNES** [ingl. *businness* – ish, mashg‘ulot] – daromad keltiradigan, foyda olish maqsadlari ko‘zlangan va qonunlarga xilof bo‘lmagan har qanday tashkiliy, xo‘jalik faoliyati; tijorat; ishbilarmonlik [5;256].

Mashhur ingliz Merriam-Webster lug‘atida (Merriam-Webster Dictionary): *Business – a usually commercial or mercantile activity engaged in as a means of livelihood* [8] (Biznes - bu yashash vositasi sifatida shug'ullanadigan odatda tijorat yoki savdo-sotiq faoliyati.). Bizningcha esa, “biznes” deganda jismoniy yoki yuridik shaxslarning foyda olish uchun mahsulot va xizmatlar ishlab chiqarish va sotish bo‘yicha uyushgan harakatlari tushuniladi. U kichik mahalliy korxonalardan tortib yirik transmilliy korporatsiyalargacha bo‘lgan keng ko‘lamli faoliyat turlarini o‘z ichiga oladi. Har qanday biznesning asosiy maqsadi mijozlarning ehtiyojlari va istaklarini qondirish orqali daromad olishdir.

O‘z navbatida shuni alohida ta’kidlash lozimki, har qanday biznes faoliyati vosita tilidan oqilona, moslashuvchan va ba‘zi bosqichlarda innovatsion foydalanishni, ya’ni keng ma’noda diskursni o‘z ichiga oladi. Shu bois ham “biznes diskurs” tadqiqot uchun doimo dolzarb bo‘lib qoladi.

Professional muloqot sohasida “biznes diskurs” atamasi biznes kontekstida yuzaga keladigan til va o‘zaro ta’sir shakllarini qamrab oladi. Biznes diskursi faqat axborot almashishdan iborat emas; u muayyan korporativ maqsadlarga erishish, munosabatlarni o‘rnatish va murakkab ijtimoiy dinamikani boshqarish uchun tildan strategik foydalanish hamdir.

Mazkur maqola biznes diskursi tushunchasini lisoniy jihatdan o‘rganishni, uning talqinlarini, xususiyatlarini, funktsiyalarini va nafaqat zamonaviy biznes olamidagi ahamiyatini, shuningdek, olamning lisoniy manzarasini tasvirlashdagi rolini ham izchil tadqiq qilishni maqsad va vazifa qilgan.

ADABIYOTLAR TAHLILI VA METODLAR. So‘nggi o‘n yilliklarda biznes

hamjamiyatining xalqarolashuvi va xalqaro ishbilarmonlik aloqalari sonining muttasil ortib borishi natijasida global tus olgan biznes muloqoti madaniyatlararo muloqotning asosiy vositasi bo‘lib xizmat qilmoqda. Maqsadlar va o‘zaro ta’sir qiluvchi tomonlarning nutqiy xatti-harakatlarining tipik strategik modellari, biznes diskursining funktsional maydonining o‘ziga xos xususiyatlari bilan bir qatorda, uning umumiy tartibga solinadigan (lug‘atda, pragmatikada, stilistikada), an’anaviy tabiatini belgilaydi, bu esa, E.N. Malyuga [1] va A.A. Xarkovskaya[6]lar ta’kidlaganidek, belgilangan kommunikativ normaning mavjudligini va bir qator cheklovchi qoidalar va qoidalarga tubdan rioya qilish zarurligini nazarda tutadi.

Tilshunoslikda biznes diskursining yuqorida ta’kidlangan va shunga o‘xshash muammolari borasida ko‘plab izlanishlar olib borilgan. Jumladan, B.E. Aznauryan (2005), N.A. Balandina (2004), O.A. Beznaeva (2009), I.V. Voskresenskiy (2007), Z.I. Guryeva (2003), Yu.V. Danyushina (2011), V.Yu. Doroshenko (1995), E.N. Zaretskaya (2004), E.P. Kazakova (2012), Yu.I. Klimenova (2010), F.Bargiela-Chiappini (2009), D.Clutterbuck va Sh. Hirstlar (2002), G.Garzone va C.Ilielar (2007), L.Louhiala-Salminen (2009), V.A. Ponomarenko (2007), E.V. Ponomarenko (2010), T.A.Shiryaeva (2010) va b. larning olib borgan tadqiqotlarini e’tirof qilish mumkin. Bular orasidan E.V. Ponomarenko “biznes diskurs”ni biznes muloqot doirasidagi lingvistik sinergetikasi kompetensiyasiga asoslangan yondashuv nuqtai nazaridan ingliz tili materiallarini tahlilga tortgan holda tadqiq qildi [2; 28]. Olima o‘z tadqiqotida funktsional tilshunoslik asoslarini va biznes diskursining lingvistik-sinergetik tahlilini o‘zida mujassamlashtirgan usullardan foydalandi. Natijada, nutq faoliyatining lingvistik-sinergetik asoslarini ko‘rib chiqish bilan birgalikda, o‘qitish amaliyotida funksional-lingvistik yondashuvdan foydalanishning muvaffaqiyatli samarasini ham isbotlab berdi.

D.S.Xramchenko esa, ingliz biznes diskursidagi ironiya hodisasini funktsional-sinergetik yondashuv jihatdan o‘rganib chiqdi [7]. U madaniyatlararo muloqot nuqtai nazaridan, biznes muloqotlari samaradorligini oshirish, muloqot ishtirokchilariga pragmatik ta’sir ko‘rsatish modellarini ishlab chiqish, shuningdek, biznes diskursining kerakli funksional makonini shakllantirish, shu jumladan muloqotchilar uchun psixologik qulaylik yaratuvchi ritorik figuralardan foydalanishning ahamiyatini nazariy va amaliy jihatdan dalillab berdi.

A.V. Radyuk ingliz biznes diskusida hamkorlik nutqi strategiyasi va taktikasining funktsional va pragmatik xususiyatlari tadqiq qilish bilan [3], biznes diskursining kooperativ strategiyalari va taktikasi nutqqa ta’sir qilishning murakkab vositasi ekanligini, pragmatik xususiyatlarning maqsadga muvofiqligi, moslashuvchanligi, ko‘p qirraliligi, o‘zgaruvchanligi, samaradorligi va dinamikligini aniqlab berdi. U samarali nutq ta’sirining mezonlari - maqsadga erishish va shu bilan birga suhbatdosh bilan munosabatlarda muvozanatni saqlash lozim degan, xulosa berdi. Bundan ko‘rinib turibdiki, biznes diskursi strategiyalarining tasniflarini tahlil qilish masalalariga bag‘ishlangan tadqiqotlar talaygina, ammo biznes diskursining samarali strategiyalari va taktikasini o‘rganishga bag‘ishlangan izlanishlar hali ham yetarlicha qoniqarli deb bo‘lmaydi.

NATIJALAR VA MUHOKAMA. A.O. Stebletsovaning ta’kidlashicha, “biznes diskursi maqsadlilik va samaradorlik belgilari bilan tavsiflanadi, buning asosida uni kundalik yoki shaxsiy diskursdan farqlash mumkin” [4;39].

Biznes diskursi keng doiradagi og‘zaki va yozma muloqot shakllarini o‘z ichiga olgan biznes sharoitida tildan foydalanishni anglatadi. U *uchrashuvlar* (meetings), *muzokaralar* (negotiations), *elektron pochta xabarlari* (emails), *hisobotlar* (reports), *taqdimotlar* (presentations) va *norasmiy*

Sifatli ta'lim-yorqin kelajak
ISSN: 3060-4761

TerDPI ILMIY XABARNOMASI
SCIENTIFIC BULLETIN OF THE TerSPI
НАУЧНЫЙ ВЕСТНИК ТерГПИ

www.xabarnoma.terdpi.uz

o'zaro munosabatlarni (informal interactions) o'z ichiga oladi. Xar qanday biznes diskursining asosiy maqsadi biznes muvaffaqiyatiga olib keladigan samarali muloqotni ta'minlashdir. Quyida biznes diskursining ba'zi keng tarqalgan turlarini ko'rib chiqaylik:



1-rasm. Biznes diskurs turlari

1) *Rasmiy biznes diskursi* (Formal business discourse) professional ohang va rasmiy til va tuzilishga rioya qilish bilan tavsiflanadi. Ushbu turdagi diskurs odatda rasmiy hujjatlarda, hisobotlarda, mijozlarga elektron pochta xabarlarida va yuqori boshqaruv yoki manfaatdor tomonlarga taqdimotlarda qo'llaniladi. U standart formatga amal qiladi va professionallik va hurmatni saqlab qolish uchun tegishli tildan foydalanadi.

2) *Norasmiy biznes diskursi* (Informal business discourse) erkin va tasodifiy xarakterga ega. U ko'pincha hamkasblar, jamoa a'zolari va ba'zan kamroq rasmiy sharoitlarda mijozlar bilan kundalik o'zaro munosabatlarda qo'llaniladi. Ushbu turdagi diskurs ko'proq shaxsiy va do'stona ohangda bo'lishga, yaxshi munosabatlarni rivojlantirishga va ish joyida hamkorlikni rivojlantirishga imkon beradi.

3) *Ishonchli biznes diskursi* (Persuasive business discourse) boshqalarni ma'lum bir nuqtai nazarni qabul qilishga, muayyan harakatni amalga oshirishga yoki kommunikator foydasiga qaror qabul qilishga ishontirishga qaratilgan. Ushbu turdagi diskurs odatda sotuvlar, marketing kampaniyalari va muzokaralarda qo'llaniladi, bu yerda maqsad tinglovchilarni so'zlovchi pozitsiyasiga rozi bo'lishga ishontirishdir.

4) *O'rgatuvchi biznes diskursi* (Instructional business discourse) xodimlarga, mijozlarga yoki manfaatdor tomonlarga yo'l-yo'riq ko'rsatish, jarayonlarni tushuntirish yoki ko'rsatmalar berish uchun ishlatiladi. Ushbu turdagi diskurs odatda o'quv mashg'ulotlari, qo'llanmalar, ko'rsatmalar va o'quv qo'llanmalarida ko'rinadi, bu yerda tushunish va muvofiqlikni ta'minlash uchun aniqlik va to'g'rilik muhim ahamiyatga ega.

5) *Muzokaralar diskursi* (Negotiation discourse) - tomonlar o'rtasida o'zaro maqbul

kelishuvlarga erishish uchun muzokaralar davomida qo'llaniladigan maxsus muloqot turi. Samarali muzokaralar nutqi faol tinglash, manfaatlarni aniq ifodalash, murosaga kelish va barcha ishtirokchilar uchun g'alaba qozonish natijasiga erishish uchun muammolarni hal qilish qobiliyatlarini o'z ichiga oladi.

6) *Mojarolarni hal qilish diskursi* (Conflict resolution discourse) ish joyida yuzaga kelishi mumkin bo'lgan nizolarni hal qilish va bartaraf etish uchun qo'llaniladi. Ushbu turdagi diskurs ochiq muloqot, faol tinglash, hamdardlik va munosabatlarni saqlab qolish va ijobiy ish muhitini targ'ib qilish bilan bog'liq barcha tomonlarni qoniqtiradigan qarorga kelish uchun umumiy til topishga qaratilgan.

7) *Hamkorlik biznes diskursi* (Collaborative business discourse) jamoaviy ish, hamkorlik va muammolarni birgalikda hal qilishga urg'u beradi. U umumiy maqsad va vazifalarga erishish uchun jamoa a'zolari o'rtasida faol ishtirok etish, g'oyalar almashish va konsensus o'rnatishni rag'batlantirish uchun aqliy hujum mashg'ulotlarida, jamoaviy uchrashuvlarda va loyihalar bilan hamkorlikda qo'llaniladi.

Samarali biznes diskursi biznes maqsadlariga erishishga yordam beradigan aniq, ixcham va maqsadli o'zaro munosabatlarni ta'minlash uchun juda muhimdir. Ushbu maqolada, yuqorida berilgan barcha nazariy qarashlarga tayyangan holda, biznes muhitida muvaffaqiyatli muloqotga hissa qo'shadigan asosiy elementlarni tushunish uchun ingliz tilidagi biznes diskursining misolini tahlil qilamiz:

Subject: Q2 Sales Meeting Follow-Up

Dear Team,

I hope this email finds you well. I would like to thank everyone for their contributions during the Q2 sales meeting yesterday. Your insights were invaluable. As discussed, here are the key takeaways and action items:

1. Sales Targets: We have set a new sales target of $1.5 million for Q3.

2. Product Launch:The new product line will be launched on September 15.

3. Marketing Strategy:The marketing team will roll out the new campaign starting next week.

Please ensure that you review these points and prepare your respective teams accordingly. Let's aim for another successful quarter.

Best regards, John Doe, Sales Manager.

Tahlili:

Biznes muhitida elektron pochta aloqasining ushbu misoli tuzilishi va ohangi tufayli aniq va samarali:

Diskurs uchun tanlangan mavzu (Xat mavzu qatori): "*Q2 Sales Meeting Follow-Up*" – bu elektron pochtaning maqsadini aniq ko'rsatib beradi, bu esa qabul qiluvchilarga xatning dolzarbligini tushunishini ta'minlaydi.

Diskursning kirish qismi: "*Dear Team*" – salomlashish xushmuomalali va professional.

Diskursning asosiy tarkibiy qismi: Elektron pochta punktlari bilan tashkil etilgan, u o'qish va tushunishni osonlashtiradigan asosiy fikrlar va harakatlarni ta'kidlaydi.

Diskursning yakunlovchi qismi: E-pochta ijobiy muhitni qo'llab-quvvatlovchi motivatsion xabar va iliq chiqish bilan (*Best regards, John Doe, Sales Manager*) yakunlanadi.

XULOSA. Yuqorida berilgan barcha tavsifiy va tahliliy ma'lumotlarni umumlashtirib, quyidagicha xulosa qildik:

1. Tilshunoslikda biznes diskursini o'rganish korporativ dunyoni boshqaradigan til va muloqot amaliyotlari haqida qimmatli fikrlarni taqdim etadi. Biznes muloqotlarining tuzilmalari, xususiyatlari va dinamikasini tahlil qilish orqali tilshunoslar professional o'zaro munosabatlarni kuchaytirishga, madaniyatlararo tushunishni rivojlantirishga va tashkiliy rivojlanishni qo'llab-quvvatlashga hissa qo'shishlari mumkin. Biznes muhiti rivojlanishda davom etar ekan,

samarali muloqotning ahamiyati yuqori bo‘lib qolmoqda, bu esa professional muvaffaqiyatga erishishda biznes diskurslarini tahlil qilishning dolzarbligini ta’kidlaydi.

2. Biznes diskursining har xil turlarini tushunish va har bir turdan qachon to‘g‘ri foydalanishni bilish biznes olamida samarali muloqot qilish uchun juda muhimdir. Muloqotning ushbu turli shakllarini o‘zlashtirgan holda, mutaxassislar mustahkam munosabatlar o‘rnatishlari, ongli qarorlar qabul qilishlari va o‘z tashkilotlarida muvaffaqiyat qozonishlari mumkin.

ADABIYOTLAR RO‘YXATI:

1. Малюга, Е.Н. Функциональная прагматика межкультурной деловой коммуникации [Текст]/ Е.Н. Малюга. – Москва: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2008. – 320 с.

2. Пономаренко Е.В. Лингвосинергетика бизнес-общения с позиций компетентностного подхода: (на материале англ. яз.): монография / Е.В. Пономаренко; МГИМО(У) МИД России, каф. англ. яз. № 5. - М.: МГИМО-Университет, 2010. - 151 с. - ISBN 978-5-9228-0665-7.

3. Радюк, А.В. Функционально-прагматические свойства кооперативных речевых стратегий и тактик в английском деловом дикурсе : дис. … канд. филол. наук. – М., 2013. – 226 с.

4. Стеблецова, А.О. Дискурс трудоустройства как тип делового дискурса [Текст]/ А.О. Стеблецова// Известия Волгоградского государственного педагогического университета. - №8, 2012. – С. 38-41.

5. Ўзбек тилининг изоҳли луғати. I жилд. – Тошкент: “Ўзбекистон миллий энциклопедияси” нашриёти, 2006. – 680 b.

6. Харьковская, А.А. Маркеры бизнес-этикета в межкультурном коммуникативном пространстве [Текст]/ А.А. Харьковская// Культура и язык: Материалы международной научно-практической конференции. 11-12 марта 2003 г. – Самара, 2003. С.130 – 138.

7. Храмченко Д.С. 2010 – Ирония в английском деловом дискурсе: функционально-синергетический подход: Дисс ... канд. филол. наук. – Тула, 2010. – 209 с.

8. https://www.merriam-webster.com/dictionary/business