



Ilmiy, ijtimoiy-falsafiy, madaniy-ma'rifiy,
adabiy-badiiy jurnal

MUASSISLAR: Beruniy tuman hokimligi

"Tafakkur-Tamaddun" OOO

"Beruniy avlodlari" jamoat fondi

HAMKORLARIMIZ:

O'zRFA Qoraqalpog'iston bo'limi

Qoraqalpoq davlat universiteti

Urganch davlat universiteti

TAHRIR HAY'ATI:

BOSH MUHARRIR:

Munavvara KURBANBAYEVA

BOSH MUHARRIR O'RINBOSARI:

Anvar ALLAMBERGENOV

TEXNIK MUHARRIR:

Islombek ABDIKHAKIMOV

BO'LIM MUHARRIRI:

Muqaddas KURBANBAYEVA

Akmal SAIDOV, y.f.d., prof., akad.

Qahramon QURONBOYEV, s.f.d., prof.

Mehmet Munir Dadaoglu, phil.sc.d., prof. (Turkiya)

Roman GOPAL, fil.f.f.d (PhD), (Hindiston)

Azizulloh AROL, fil.f.f.d (PhD), (AQSH)

Almagul BAYRIYEVA, s.f.d., (DSc)

Zuhra REYMOVA, y.f.d., (DSc)

Karlig'ash UMAROVA, y.f.d., (DSc)

Xəlil İsmayıl oğlu İsmayilov, t. f.d, prof., (Ozarbayjon)

Anvar ABDULLAYEV, t.f.f.d, dots.

Makset KARLIBAYEV, t.f.d., k.i.x.

Kozimbek TUXTABEKOV, t.f.d., (PhD)

Umid BEKMUHAMMAD, t.f.d., (PhD), k.i.x.

Shoira NURULLAYEVA, t.f.n., dots

Konul Bunyadzoda, falsafa fanlari doktoru, (Ozarbayjon)

Baxtiyor KARIMOV, fal.f.d., prof.

Marat NIYOZIMBETOV, fal.f.d.

Alima BERDIMURODOVA, fal.f.d.

Zarifboy DO'SIMOV, fil.f.d., prof.

Olmos ULVI Binnatova, fil.f.d., prof., (Ozarbayjon)

Azamat PRIMOV, fil.f.d., (DSc), prof.

Nasibullina Nurida Shaydullovna, fil.f.n., (Rossiya Federatsiyasi)

Sayyora SAMANDAROVA, fil. f.n., dotsent

Shukurjon Norbayeva, fil.f.d., (DSc)

Bekposhsha RAXIMOVA, fil.f.n., dots., (PhD)

Qabil MAMBETOV, fil.f.f.d., (PhD)

Vahob RAHMONOV, fil.f.n., dots.

Farrux Abbas oglu Rustamov, p.f.d, prof. (Ozarbayjon)

Qozoqboy YO'LDOSHEV, p.f.d., prof.

Safo MATJONOV, p.f.d., prof.

Qaxramon IBADULLAYEV, p.f.d., (DSc)

Masharib ABDULLAYEV, s.f.f.d., (PhD), k.i.x.

Nilufar KOSHANOVA, ped.f.f.d., (PhD)

Odilbek RADJAPOV, fal.f.f.d., (PhD)

Rana Hamid qizi Qadirova, psixol.f.d., prof. (Ozarbayjon)

Nargis ATABAYEVA, psixol.f.d., (DSc)

Dilafroz QARSHIYEVA, psixol.f.d., (DSc)

JAMOATCHILIK KENGASHI:

Sirojiddin SAYYID

Muhammad ALI

Kengesboy KARIMOV

Iqbol MIRZO

Qurbon SHONIYOZOV

O'rozboy ABDURAHMONOV

Murotboy JUMANOV

Adabiy maslahatchi:

Guliston MATYOQUBOVA

Rassom:

Alibek ABDURAHMONOV

Sahifalovchi-bezovchi: G'iyosiddin O'NAROV

Manzilimiz: Qoraqalpog'iston Respublikasi,

Beruniy tumani.

Web-sayt: <https://jurnal.tamaddunnuri.uz>

e-mail: tamaddunnuri1@gmail.com.

Telegram kanali: <https://t.me/tamaddunnuri>

Tel.: (+99888) 036 00 55, (+99897) 355 75 40.

Qog'oz bichimi 60x84 ¼. Nashriyot hisob tabog'i 28.

Indeks – 960. ISSN 2181-8258. "ADAD PLYUS" MCHJ

bosmaxonasida chop etildi. Adadi 300 dona.

Bosishga 2025-yil 31-oktyabrda ruxsat etildi.

Toshkent shahri, Chilonzor ko'chasi, 28-uy.

2025-yil, 10-son (73).

Ushbu son "Tamaddun nuri" jurnali tahririyatining kompyuterida sahifalandi. Buyurtma №31.

Jurnaldan ko'chirib bosilganda "Tamaddun nuri" dan olindi deb izohlanishi shart. Matn hamda reklamalardagi ma'lumotlarning to'g'riligi uchun mualliflar mas'uldir. Tahririyatga kelgan qo'lyozmalar tahrirlanadi, taqriz qilinmaydi va muallifga qaytarilmaydi.



"Tamaddun nuri" jurnali Google Scholar bazasida indekslanadi. Bu esa jurnalning ilmiy nufuzini oshirish va mualliflarning ilmiy ishlarini keng miqyosda targ'ib qilishga yordam beradi. Google Scholar orqali tadqiqotchilar va olimlar "Tamaddun nuri" jurnalida chop etilgan maqolalarni qidirib topish va ularga havola berish imkoniyatiga ega bo'lishadi.

Tahririyat Crossref DOI ning rasmiy a'zosi hisoblanadi va 10.69691 DOI prefiksiga ega. Har bir nashr va ilmiy maqolaga individual Crossref DOI raqami beriladi.



Crossref 10.69691 DOI



ISSN-2181-8258



Impakt faktor-9.347



SLIB.UZ

BIZNI IJTIMOIY TARMOQLARDA QUYIDAGI MANZILLARDA KUZATING:



10.00.00 - "FILOLOGIYA"

Aхмадалиева Рухшонабону Мухаммаджоновна. Эволюция женского образа в узбекской литературе XX–XXI вв. (лингвостилистический аспект).....	39
Pulatova Muhayyo Azimboyevna. O'zbek va ingliz tilshunosligida antroposentrik paradigma.....	42
Ubaydullayeva Maftuna Azamatovna. O'zbek va qirg'iz grafik terminlari tarixiga bir nazar.....	47
Saidova Muxayyo Umidullayevna, Tursunova Sarvinov G'afurovna. Ingliz media diskursida xabar berish jarayonida leksik va sintaktik uslubiy vositalarning funktsionalligi.....	51
Sayfiyeva Madina Saydullo qizi, Saidova Muxayyo Umedilloevna. Oliver Henrining "the gift of the magi" hikoyasida kogerensiyaga erishishning kognitiv asoslari.....	56
Sadriddinzoda Safiya Shahobiddinovna. Diniy leksikologiyaning zamonaviy ingliz adabiyotiga ta'siri.....	68
Muradova Xurshida Baxtiyorovna. Korney Chukovskiy va Xudoyberdi To'xtaboyev bolalar adabiyotida milliy va umuminsoniy qadriyatlar.....	82
Saidqulova Munira Saidqulovna. O'zbek va rus maqol hamda matallaridagi emotsional leksika lingvomadaniy nuqtayi nazaridan.....	91
Bekberganova Hilola, Nazarov Murod Maksudbekovich. Pragmatik markerlar ingliz siyosat mediasida.....	97
Diyora Begjigitova Abdimannob qizi. Poetiklik va uning til birliklari va birikmalarida ifodalanishi.....	101
Qurbanboyeva Anbarjon O'tkir qizi. Ingliz til uslubiyatida metaforik ko'chim ta'rifi va tavsifi.....	112
Bekberganov Avazbek Maqsud o'g'li. O'zbek va ingliz media nutqidagi pragmatik belgilar muloyimlik va auditoriyani jalb etishdagi madaniy farqlarni aks ettirishi.....	115
Xujayev Dilmurod Bakiyevich. Buxorcha va mavrigi: Buxoro milliy raqs va musiqa merosining betakror namunasi.....	119
Raximova Gulsanam Ashirbekovna. Jahon adabiyotida metamorfozadan foydalanish: hikoyalarda metamorfozaning badiiy ahamiyati.....	125
Nadirova Latofat Muzaffarovna. Giperonim birliklar tushunchasi va uning mazmun- mohiyati.....	132
Mavlanova Nargiza Rustam qizi. Raqamli ta'lim jarayonida ingliz tilini o'rganishda sun'iy intellekt (AI)ning kelajakdagi o'rni.....	142
Xudoymurodova Xuriyat Muxiddinovna. "Kecha va kunduz" romanida Qurbonbibi obrazi.....	145
Ozatova Nodira Quvondiq qizi. Jahon tilshunosligida paronimlarning nazariy tadqiqi masalasi.....	167
Бобожонов Ғулом. Навоий талқинида реализм масаласи.....	171
Matyakubov Hakimboy Xamidjanovich. O'zbek onomastik birliklari haqida umumiy ma'lumot.....	177
Xasanov Zafar Baxtiyorovich. Sport diskursi nutq pragmatikasining obyekti sifatida.....	189
Рузиева Зилола Мустафаевна. Семантика видов глагола: аксиологический аспект.....	200
G'ulomjonova Munira. Mashhur rus yozuvchilari familiyalari etimologiyasiga oid sun'iy intellekt javoblarini tahlil qilish masalasi haqida.....	205
Qadiriya Nargiza Kelesbay qizi. «Bir úyde eki ómir» dramasi­daǵı obrazlardıń monologı hám remarkası.....	244
Xudaykulova Shaxnoza. Aksiologik qadriyatlar evolyutsiyasi: aksiomadaniyatda ayol rolini aks ettiruvchi maqollar tahlili.....	252
Bekbosinova Gauhar Maxambetbaevna. Lingvomadaniyatshunoslikning tilshunoslikdagi roli va qoraqalpoq tilshunosligida o'rganilishi.....	257
Xabibullayeva Shoir Shukurillayevna. O'zbek tilini ikkinchi til sifatida o'qitishda interaktiv metodlarning maqsad va vazifalari.....	263
Arabova Muxiba Bazarovna. Zamonaviy rus tili leksikasining rivojlanish tendensiyalari.....	269
Paxratdinov Ajiniyaz Quralbaevich. Айбийке Бекмуратованің изертлеулерінде «Murındıq ata-ene» dástúri haqqında.....	273
Esebaev Marat Matekovich. Қарақалпақ миллий бақсышылық өнеринің қәлиплесіуі хәм рағажланыў жоллары.....	280
Shamuradov Bekzod Azad o'g'li. Tilni manipulyatsiya qilish strategiyasi.....	283

TILNI MANIPULYATSIYA QILISH STRATEGIYASI

Shamuradov Bekzod Azad o'g'li, Xiva shahar 2-son
ixtisoslashtirilgan maktabi maslahatchisi

THE STRATEGY OF LANGUAGE MANIPULATION

Shamuradov Bekzod Azad ogli, Counselor at Specialized School
№2, Khiva City

СТРАТЕГИЯ МАНИПУЛЯЦИИ ЯЗЫКОМ

Шамурадов Бекзод Азад оглы, консультант
специализированной школы №2 города Хивы

Annotatsiya: Tilni manipulyatsiya qilish strategiyasini o'rganish muammosi ko'plab bilim sohalari uchun dolzarbdir. Rus va chet ellik lingvistlarning ko'plab ishlari tilni manipulyatsiya qilish strategiyasining turli jihatlarini o'rganishga bag'ishlangan. Zamonaviy tilshunoslikda tilni manipulyatsiya qilish usullarining umumiy tasnifi mavjud emas, chunki bu tushuncha turli lingvistik yondashuvlar tufayli olimlar tomonidan turlicha qo'llaniladi. Tadqiqot zamonaviy ingliz tilining rivojlanish va faoliyat bosqichida kommunikatsiya va reklama nazariyasi uchun lingvopragmatikaning ahamiyatiga e'tibor qaratadi. Tahlil uchun til materialini sifatida differentsiatsiya (farqlash) til manipulyatsiyasi strategiyasini amalga oshiradigan va keng maqsadli auditoriyaga ta'sir ko'rsatadigan kremlar reklama shiorlari qo'llanilgan.

Kalit so'zlar: tilni manipulyatsiya qilish strategiyasi, kommunikatsiya, lingvopragmatika, reklama, sintaktik tuzilma.

Abstract: The study of language manipulation strategies is a relevant issue for many fields of knowledge. Numerous works by Russian and foreign linguists are devoted to exploring various aspects of language manipulation strategies. In modern linguistics, there is no unified classification of language manipulation methods, since this concept is interpreted differently by scholars due to diverse linguistic approaches. For the analysis, advertising slogans of creams that implement the differentiation strategy of language manipulation and influence a wide target audience have been used as linguistic material.

Keywords: language manipulation strategy, communication, linguopragmatics, advertising, syntactic structure.

Аннотация: Изучение стратегии языковой манипуляции представляет собой актуальную проблему для многих областей знаний. Многочисленные работы российских и зарубежных лингвистов посвящены исследованию различных аспектов стратегии языковой манипуляции. В современной лингвистике не существует единой классификации методов языковой манипуляции, так как это понятие трактуется учёными по-разному в зависимости от лингвистического подхода. В качестве языкового материала для анализа использованы рекламные слоганы кремов, реализующие стратегию дифференциации (различия) языковой манипуляции и оказывающие воздействие на широкую целевую аудиторию.

Ключевые слова: стратегия языковой манипуляции, коммуникация, лингвопрагматика, реклама, синтаксическая структура.

KIRISH. Tomoshabinga nutqiy ta'sir ko'rsatish muammosi ko'plab sohalari uchun dolzarbdir, ammo reklama sohasida uning ahamiyatini oshirib baholash qiyin, chunki reklama nafaqat iste'molchilarni jalb qilish vositasi, balki kommunikatsiya va ma'lumot almashish vositasi

hamdir. Shunday qilib, reklama xabarlarining til tashkil etilishini o'rganish bugungi kunda rus va chet ellik lingvistlarning e'tibor markazida joy olgan.

ADABIYOTLAR TAHLILI VA METODOLOGIYA. Xabar mazmuni, aniqligi samarali va muvaffaqiyatli kommunikatsiya jarayoni



<https://orcid.org/0009-0004-4186-5702>

e-mail:
school2sovetnik@gmail.com



uchun asosiy talabdir. Mazmunning denotativ va konnotativ komponentlariga qo'shimcha ravishda, pragmatik komponentni ham hisobga olish kerak, bu til ifodasi va kommunikatsiya ishtirokchilari – axborot yuboruvchisi va qabul qiluvchisi o'rtasidagi munosabatdir [1,76-b].

Lingvopragmatika haqida gapirishdan oldin, pragmatikani alohida fan sifatida bir nechta ta'rifini keltirish foydali. Masalan, "Tilshunoslik terminlari lug'ati"da Axmanova (1966) pragmatikani tilni o'rganishning rejalari yoki jihatlaridan biri sifatida belgilaydi, bu til birliklarini farqlaydi va tilni qo'llaydigan shaxs yoki odamlar bilan bog'liq holda o'rganadi. Shuningdek, "Lingvistik entsiklopedik lug'at"da Yartseva (1990) pragmatikaning (yunoncha *πραγμα* – harakat) quyidagi ta'rifini taklif qiladi: bu semiotika va tilshunoslikdagi tadqiqot sohasi bo'lib, nutqda til belgilarining funksionallashuvini o'rganadi [2, 496-b].

Ushbu tadqiqotning metodologik asosi zamonaviy lingvopragmatika, kommunikativ tilshunoslik va reklama diskursi nazariyalariga tayangan.

MUHOKAMA. Pragmatika – nisbatan yangi fan bo'lib, 1930-yillarning oxirida paydo bo'lgan va amerikalik olim Charlz Morris tomonidan joriy qilingan. B.Yu.Norman o'zining "Lingvopragmatika" ma'ruza kursida C.Morrisning belgilar nazariyasi uch qismdan iborat ekanligini ta'kidlaydi: semantika, ya'ni belgilarning obyektlarga nisbati; sintaktika, ya'ni belgilar o'rtasidagi munosabatlar; pragmatika, ya'ni belgilar va suhbatdosh o'rtasidagi munosabat. Ba'zi lingvistlar Ch.Morrisning sxemasini qayta ko'rib chiqishga urinishgan va nemis tili faylasufi Georg Klaus shuni ta'kidlaganki, boshqa belgilar bilan munosabat bu yerda sintaktika, odamlarga nisbatan munosabat pragmatika, ma'noga nisbatan munosabat esa semantikadir. G.Klaus belgining o'z obyektiga (referenti) nisbatini – bu sigmatika – va uning tushunchasiga nisbatini (belgining ongimizdagi aksini) semantika sifatida belgilaydi. Keyinchalik, bu nazariya asosiy qarama-qarshilik "til – nutq"qa muvofiq takomillashtirildi. Ma'lum bo'lishicha, so'zning (odatiy belgi) informativ komponentlari ikki o'q bo'ylab, xuddi ikkita suvayirg'ich bo'ylab tashkil etilgan: "foydalanishga bog'liq bo'lmagan munosabatlar – foydalanishga bog'liq bo'lgan munosabatlar" va "lingvistik munosabatlar – tilga oid bo'lmagan munosabatlar" [4,b.5–6].

Olimlar pragmatikani turlicha ta'riflaydilar. Masalan, I.P.Susov fikriga ko'ra, pragmatika – bu

bayonlar kontekstda qanday qilib turli ma'nolar kasb etishini o'rganadigan tilshunoslik qismidir [5,33-35-bb]. Til kommunikativ tizim sifatida tilni rasmiy tizim sifatida (keng ma'noda grammatika) va unga to'ldiruvchi pragmatikani o'z ichiga oladi. Grammatikadan farqli o'laroq, pragmatika aksiologik (maqsadga yo'naltirilgan) va baholovchidir. Shu bilan birga, J.Lich grammatika va ritorikaning yaqinlashishini qonuniy va zarur deb hisoblaydi. Muallif shuni ta'kidlaydiki, an'anaviy ravishda semantika ma'noni diadik munosabat a'zosi sifatida (belgi – obyekt) ko'rib chiqadi, pragmatika esa uchta obyektning (belgi – obyekt – suhbatdosh) munosabatini o'rganadi. Pragmatika kontekstni hisobga olgan holda ma'noni tadqiq qiladi. Shaxslararo munosabatlarni tartibga soluvchi pragmatik tamoyillar ritorika obyektlari bo'lib, ikkita guruhga bo'linishi mumkin:

1)shaxslararo ritorika: hamkorlik tamoyili, xushmuomalalik tamoyili va kinoya tamoyili. Ushbu tamoyillar suhbatdoshlarning muloqotini tartibga soladi;

2)matn ritorikasi: qayta ishlash tamoyili, aniqlik tamoyili, tejamkorlik tamoyili va ifodalilik tamoyili – ular matnning rivojlanishini tartibga soladi.

B.B.Bogdanov lingvopragmatika nutqiy muloqot aktlarida suhbatdoshlar tomonidan tildan foydalanish shartlarini o'rganadi, deydi [6,268-275-bb]. Ushbu shartlar kommunikativ maqsadlar, nutq aktining vaqti va joyi, suhbatdoshlarning bilim darajasi, ularning ijtimoiy mavqei, psixologik va fiziologik xususiyatlarini, ma'lum bir jamiyatda qabul qilingan nutqiy xulq-atvor qoidalari va an'analarini o'z ichiga oladi. So'zlovchi muloqot jarayonida suhbatdoshlar biron bir kod, shuningdek, paralingvistiklarni o'z ichiga olgan boshqa belgilar tizimlaridan foydalanadilar.

U ushbu shartlarni quyidagilarga bo'ladi:

a)kontekst (lingvistik shartlar);
b)konsituatsiya (tilga oid bo'lmagan shartlar);
c)koempiriya (suhbatdoshlarning lingvistik va tilga oid bo'lmagan bilimlar darajasi).

So'zlovchi muloqotining ma'lum qoidalari mavjud:

a)so'zlovchi o'zaro ta'sirni tashkil etish qoidalari;
b)diskursni tashkil etish qoidalari;
c)ma'lumot almashishni tashkil etish qoidalari;
d)suhbatdoshlarning status rollarini hisobga olish qoidalari.

Shu bilan birga, V.V.Bogdanov soʻzlovchi oʻzaro taʼsirni tashkil etish qoidalari dialogda aniq namoyon boʻlishini taʼkidlaydi va shuni qoʻshimcha qiladiki, rasman, dialogik muloqot ikki tomonning bayonotlarining muvofiqlashtirilgan ketma-ketligidir, bu rollarni oʻzgartirish tamoyili va hal qilinishi kerak boʻlgan umumiy muammo mavjudligi bilan taʼminlanadi. Bularning barchasi bir tomonning nutq faoliyatiga boʻlgan huquqini monopoliyalashtirishiga imkon bermaydi [6,270-b]. Bunday huquq ham dialog sherigiga yoki polilog holatida bir nechta sheriklarga kafolatlangan boʻlishi kerak. Aks holda, umumiy muammo hal etilmagan boʻlib qolishi mumkin. Biroq, muloqotda har bir tomonning soʻzlovchi ishtirok etish ulushi har xil boʻlishi mumkin va bu maʼlumotlar nomuvozanatligiga bogʻliq. Bir tomonning maʼlumot ustunligi odatda soʻzlovchi ishtirok etishining kattaroq ulushiga olib keladi. Biroq, na soʻzlovchi ishtirok etish ulushi, na umumiy maqsad ortiqcha baholanishi kerak emas.

NATIJALAR. Pragmatika yordamida biz har qanday nutqiy akti: tahdid, maslahat, soʻrov va boshqalarni koʻrib chiqishimiz mumkin. Shunday qilib, biz soʻzlovchi nima uchun maʼlum bir iborani aytayotganini, qanday va nima uchun aytayotganini tushunamiz. Shunday qilib, pragmatika koʻplab boshqa fanlarni qamrab oladi. Umumiy maʼnoda pragmatika – tilni muloqot vositasi sifatida oʻrganishdir. Matnning dominant funksiyasini, uning maqsadi oʻquvchiga maʼlum pragmatik taʼsir koʻrsatishdir, deb hisobga olish kerak. Ushbu funksiya matn muallifi tomonidan uni tuzishda hisobga olinishi kerak. Masalan, ijtimoiy-siyosiy mavzudagi matnlar jamoatchilikka taʼsir koʻrsatishi kerak, muallifning maʼlum bir vaziyatga shaxsiy fikrini oʻtkazishga urinishi kerak. Pragmatika ritorika, stilistika va psixolingvistikani oʻz ichiga oladi. Shunday qilib, lingvopragmatika nafaqat lingvistik olimlar, balki muloqot, nutq va reklama bilan shugʻullanuvchilar uchun ham qiziqarlidir. Soʻnggi oʻn yilliklarda reklamaga boʻlgan qiziqish keskin oshdi. Reklama kommunikatsiyasi – bu yuboruvchining kommunikativ harakatlarini ongli va qaratilgan rejalashtirish amalga oshiriladigan sohadir. Reklama matnining muallifi aniq belgilangan kommunikativ vazifadan uning amalga

oshirilishiga oʻtadi, yaʼni kommunikatsiyani strategik rejalashtiradi, uning maqsadi potensial isteʼmolchiga shunday taʼsir koʻrsatishki, imkon boʻlsa, rejalashtirilgan natijaga olib keladi[7,391-b]. Ingliz tilidagi reklama global axborot oqimida ham hajmi, ham maqsadli auditoriyaga taʼsiri jihatidan yetakchi oʻrinlardan birini egallaydi. Ingliz tilida reklama mualliflari turli xil soʻz oʻyinlari, metaforalar va boshqa ifoda vositalaridan, shuningdek, individual uslublar va matn turlarini aralashtirishdan foydalanadilar. Reklama shiorlari maqsadli taʼsirga qarab turli xil sintaktik tuzilmalardan foydalanish bilan tavsiflanishi mumkin, degan xulosaga kelishimiz mumkin.

XULOSA. Muvaffaqiyatli tanlangan til vositalari keng auditoriyaga kerakli taʼsir koʻrsatadi. Shuni taʼkidlash kerakki, zamonaviy ingliz tilidagi reklama shiorlari xarid qilish zarurati toʻgʻrisidagi toʻgʻridan-toʻgʻri koʻrsatma bilan emas, balki koʻproq tavsifiya xususiyati bilan tavsiflanadi. Xulosa qilib shuni taʼkidlashimiz mumkinki, pragmatikaning, ayniqsa, zamonaviy reklama sohasida tilni manipulyatsiya qilish strategiyasini ochish va rivojlantirishdagi ahamiyati katta.

ADABIYOTLAR ROʻYXATI:

1. Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов. - Москва: Советская энциклопедия, 2006.
2. Бархударов Л.С. Язык и перевод (Проблемы общей и частной теории перевода). - Москва, 1975.
3. Бирюкова А.Д., Шуропова М.В. (2016). Синтаксические особенности слогана в рекламном дискурсе. Научный альманах, 2016. - № 3-4 (17), С. 244-246.
4. Norman Fairclough. Language and Power. London & New York: Longman, 1989.
5. Суслов И.П. История языкознания: учебник / И.П.Суслов. - Москва: АСТ: Восток-Запад, 2006. - 295 с.
6. Богданов В.В. Лингвопрагматика и её прикладные аспекты. Прикладная лингвистика, 1996. - С. 268 - 275.
7. Mamedov A.N. Nemis tilidagi bosma reklama matnlarida asosiy kommunikativ strategiyalar va taktikalarning amalga oshirilishi. XXI asr oʻqituvchisi, 2-2, 2017. – B. 389 - 400.