



**Received:** January 6, 2025  
**Accepted:** March 22, 2025  
**Available online:** March 25, 2025

## **Oybek Axmedov**

Filologiya fanlari doktori (DSc), professor  
O'zbekiston davlat jahon tillari universiteti  
Toshkent, O'zbekiston

## **Sardora Raxmonova**

Katta o'qituvchi  
O'zbekiston davlat jahon tillari universiteti  
Toshkent, O'zbekiston

### **LEKSIK BIRLIKLAR VA ULARNING IQTISODIY NUTQDA FRAZEOLGIK BIRLIK SIFATIDA QO'LLANILISHI (TADBIRKORLIK SOHASI MISOLIDA)**

#### **ANNOTATSIYA**

Mazkur maqolada leksik birliklarning iqtisodiy nutq, xususan, tadbirkorlik sohasi doirasida frazeologik birlik sifatida qo'llanilishi tahlil qilinadi. Tadbirkorlik faoliyati bilan bog'liq matnlarda uchraydigan frazeologik ifodalar, ularning leksik-semantik tuzilishi, uslubiy xususiyatlari va kommunikativ vazifalari o'rganiladi. Shuningdek, ushbu frazeologizmlarning iqtisodiy tushunchalarni ifodalashda, obrazli va ta'sirchan fikr bildirishda tutgan o'rni ochib beriladi.

Tadqiqot-maqolaning maqsadi ingliz va o'zbek tillaridagi tadbirkorlik sohasiga oid leksik birliklarning lingvistik xususiyatlarini ochib berish asosida tarjima qilish usullarini aniqlashdan iborat.

Tadqiqotning vazifalari tilshunoslikda tadbirkorlik sohasi leksik birliklarining nazariy jihatdan o'rganilganlik darajasini yoritish, ularni diaxron va sinxron aspektda lingvistik xususiyatlarini aniqlash; mazkur soha terminlarining derivatsion jihatlari, affiks, morfemik-morfologik, leksik-semantik, funksional-semantik va sintaktik usulda yasalishini ochib berishdan iborat. Maqolada tavsifiy, qiyosiy-tipologik (chog'ishtirma), diaxron va sinxron, komponent tahlil, semantik maydon tahlili, lingvostatistik metodlar qo'llanilgan.

## **Oybek Akhmedov**

Doctor of Sciences in Philology (DSc), professor  
Uzbekistan State World Languages University  
Tashkent, Uzbekistan  
E-mail: oybekakhmedov1978@gmail.com  
ORCID iD: 0009-0003-3122-1973

## **Sardora Rakhmonova**

Senior Teacher  
Uzbekistan State World Languages University  
Tashkent, Uzbekistan  
E-mail: sardorarakhmonova@gmail.com  
ORCID iD: 0009-0004-8209-3518

### **LEXICAL UNITS AND THEIR USE AS PHRASEOLOGICAL UNITS IN ECONOMIC DISCOURSE (ON THE EXAMPLE OF THE FIELD OF ENTREPRENEURSHIP)**

#### **ABSTRACT**

This article examines the utilization of lexical units as phraseological expressions within economic discourse, with a particular focus on entrepreneurship. It investigates phraseological expressions commonly encountered in texts pertaining to entrepreneurial activities, analyzing their lexical-semantic structure, stylistic features, and communicative functions. Additionally, the article elucidates the role of these phraseologisms in conveying economic concepts and articulating ideas in a vivid and persuasive manner.

The research article aims to identify translation methods based on the linguistic characteristics of lexical units associated with entrepreneurship in both English and Uzbek. The study's objectives include highlighting the extent to which lexical units in the field of entrepreneurship have been theoretically examined in linguistics; identifying their linguistic features from both diachronic and synchronic perspectives; and uncovering the derivational aspects of terms in this field, including their formation through affixal, morphemic-morphological, lexical-semantic, functional-semantic, and syntactic methods. The research employs descriptive, comparative-typological (contrastive), diachronic and

Ushbu maqolaning ilmiy yangiligi – tadqiqotda yoritilgan tadbirkorlik sohasi leksik birliklarini xalq ogʻzaki nutqida koʻchma maʼnoda qoʻllanilishi, bu nomlarning odamlar hayotida katta ahamiyat kasb etishi, iqtisodiyotda keng qoʻllanilgan nomlar, bu sohada frazeologik birliklar asoslab berildi.

Tadqiqot natijalariga koʻra, iqtisodiy nutqda ishlatiladigan frazeologik birliklar odatiy leksik birliklarga nisbatan koʻproq emotsional, ekspresiv va obrazli maʼno yuklaydi. Ular nafaqat iqtisodiy mazmundagi matnlarni stilistik jihatdan boyitadi, balki iqtisodiy faoliyat jarayonidagi turli holatlarni aniq va qisqa ifodalashga xizmat qiladi. Ayniqsa, muomala nutqida, ommaviy axborot vositalarida va reklama matnlarida bu birliklarning qoʻllanilishi sezilarli darajada samaradorlikni oshiradi.

Xulosa qilib aytganda, frazeologik birliklar tadbirkorlik tilining ajralmas qismi boʻlib, ular iqtisodiy fikrni ifodalashda nafaqat tilning estetik imkoniyatlarini kengaytiradi, balki muomala jarayonini sodda, tushunarli va taʼsirchan qiladi. Bu esa iqtisodiy tilning oʻziga xosligi va rivojlaniishiga xizmat qiladi hamda ularni oʻrganish amaliy tilshunoslik uchun dolzarb masala ekanligini koʻrsatadi.

**Kalit soʻzlar:** lingvokulturologik tahlil, frazeologik birlik, funksional tahlil, etnolingvistik tahlil, madaniy konstanta, elektron pul, leksik birlik, biznes, menejment, iqtisodiy nutq.

## KIRISH

Boshqa tillarda boʻlgani singari oʻzbek tilida ham hodisa va predmetlarning muayyan guruh va sinf belgilarini yaratgan yoki umumiy qoʻllanishga kiritgan xalq tilidan dunyoning aksariyat tillari tomonidan oʻzlashtirilgan leksik birliklar mavjud.

Tilshunoslarning taʼkidlashlaricha, “sotsiolingvistik oʻzgarishlar tufayli va til aloqalari natijasida oʻzbek tili nafaqat lugʻat boyligi, balki sintaktik va stilistik tuzilishini ham boyitadi” [Abduazizov, 2010]. Soʻz biror narsa, bu soʻzni olgan odamlarning voqeligiga xos boʻlgan hodisani nomlaganda leksik jihatdan oʻzlashtirilgan hisoblanadi va uning maʼnosida chet tilining kelib chiqishini koʻrsatadigan hech narsa qolmaydi. Masalan, rus tilidan oʻzlashtirilgan muzey, universitet, kollej, litsey, sirk, forpost, samolyot, skuter va boshqa koʻplab soʻzlar hamma uchun tushunarli va ularning baʼzilari xalqaro xarakterga ega va oʻzbek tilining lugʻat tarkibiga kiradi. Soʻnggi yillarda milliy madaniy anʼanalarning tiklanish tendensiyalari munosabati bilan bir qator xorijiy soʻzlardan xalos boʻlish, oldingi oʻzlashuvlar oʻrniga umumiy turkiy soʻzlar va arab soʻzlaridan foydalanish istagi kuchaymoqda. Lekin ogʻzaki nutqda ularning parallel qoʻllanilishi kuzatiladi.

Butun lingvistik mexanizmda markaziy oʻrinni egallagan leksik birliklar

synchronic, componential analysis, semantic field analysis, and linguo-statistical methods.

The scientific novelty of this article lies in substantiating the figurative use of entrepreneurial lexical units in spoken language, their role in individuals' lives, their use in the economy, and the presence of phraseological units in this domain. According to research findings, phraseological units in economic discourse convey more emotional, expressive, and figurative meaning than ordinary lexical items. They enrich economic texts stylistically and facilitate clear expression of various situations in economic activity. Their usage is particularly effective in communicative speech, mass media, and advertising texts.

In conclusion, phraseological units are an integral component of the language of entrepreneurship. They not only enhance the aesthetic capacity of language in expressing economic thought but also render communication more straightforward, comprehensible, and impactful. This, in turn, contributes to the distinctiveness and development of economic language and underscores the relevance of studying them in applied linguistics.

**Key words:** linguoculturological analysis, phraseological unit, functional analysis, ethnolinguistic analysis, cultural constant, electronic money, lexical unit, business, management, economic discourse.

boshqa til birliklariga nisbatan eng ko'p funksiyalarga ega. Muayyan funksiyaga ega bo'lish, biror narsani amalga oshirish uchun mo'ljallangan bo'lishni anglatadi. Leksik birliklarning vazifalari, birinchidan, mazmuni, ikkinchidan, leksik birliklarga xoslik darajasi bilan bir-biridan farq qiladi. Mazmun nuqtayi nazaridan ayrim funksiyalar leksik birliklarning tevarak-atrofdagi olam predmetlariga munosabatini aks ettiradi va shuning uchun ularni tashqi deb atash mumkin, boshqalari esa leksik birliklarning bir-biriga va til tizimiga munosabatini – ichki funksiyalarini aks ettiradi. Birinchisiga nominativ, umumlashtiruvchi – kognitiv, axborot – akkumulyator, deistik, hissiy, ramziy, kommunikativ, kontakt, estetik kiradi. Ikkinchisi – sintezlovchi, stilistik, metalingvistik, konstruktiv va farqlovchi. Turli funksiyalarning leksik birliklarga xosligi darajasiga qarab, ularni to'g'ri va noto'g'riga bo'lish mumkin. Leksik birliklarning to'g'ri ishlashi, ular asosiy tashuvchisi bo'lgan vazifasi deyiladi. Boshqacha qilib aytadigan bo'lsak, to'g'ri funksiyalarga, birinchi navbatda, leksik birliklarga xos bo'lgan funksiyalar kiradi va shundan keyingina boshqa ba'zi bir til birliklariga xosdir. Leksik birliklarning tegishli vazifalari nominativ, umumlashtiruvchi – idrok, axborot – akkumulyator, deytik, emotiv, ramziy, sintezlovchi, stilistik va metalingvistikdir. Noto'g'ri – bu leksik birliklarning shunday funksiyasi bo'lib, ularning asosiy tashuvchisi leksiklardan tashqari boshqa har qanday til birliklari hisoblanadi. Boshqacha qilib aytganda, noto'g'ri funksiyalarga, birinchi navbatda, ba'zi boshqa lingvistik birliklarga xos bo'lgan funksiyalar kiradi. Leksik birliklarning birinchi va asosiy vazifasi obyektlar va xususiyatlarni nomlash funksiyasidir, ya'ni, nominativ (vakillik) funksiyasi. Leksik birliklar, birinchi navbatda, insonning atrofdagi voqelikni bilish natijalarini qayd etish uchun xizmat qiladi. Bu dunyoda harakat qilib, uni va o'zini o'ylash, inson atrofdagi voqelikning tobora ko'proq yangi qismlarini aniqlaydi va ularning har biriga o'ziga xos nom beradi. Bu shuni anglatadiki, leksik birlik o'zining tashqi ko'rinishi bilan shaxs tomonidan aniqlangan va u tomonidan alohida deb tan olingan narsani nomlash zarurati bilan bog'liq. Bu yerda so'zlarda taqdim etilgan haqiqat nafaqat haqiqatda mavjud bo'lganlardan iboratligiga e'tibor berish kerak, balki tashqi sezgilarimiz tomonidan idrok etiladigan narsalarga ham e'tibor qaratishimiz lozim. Ular bilan bir qatorda, u butunlay virtual tabiatning juda ko'p alohida qismlarini ham o'z ichiga oladi. Bunday obyektlar aqliy artefaktlardir. Ular, birinchidan, haqiqatda mavjud bo'lgan subyektlarning aloqalari va bog'liqliklarini, ularning mavjudlik, iste'molchi va boshqa xususiyatlarini, ikkinchidan, inson ma'naviy hayotining obyektiv xilma-xilligini aks ettiradi. Shu tarzda tushunilgan aqliy artefaktlar odamga qarama-qarshi bo'lgan voqelikni tushunarli qiladi va unga nisbatan ancha do'stona munosabatda bo'ladi. 1. Nominativ funksiya ot, sifat, son, fe'l va ergash gaplarga aloqador leksik birliklarga xosdir. Atrofdagi voqelikni nomlash bilan bog'liq muammolar onomasiologiya tomonidan ishlab chiqilgan. Onomasiologiya (yun. oposha – “nom” va logos – “fan”) – leksikologiyaning leksik birliklar yordamida voqelik obyektlarini belgilash vositalari, usullari, qoliplari va xususiyatlarini o'rganadigan bo'lim.

Lingvistik adabiyotlarda onomasiologiyaning asoslari XX asr boshlarida qo'yilganligi haqidagi fikrlarni uchratish mumkin. XX asrning o'rtalarida “so'zlar va

narsalar” [Asatrian, 2009] ilmiy yo‘nalishiga mansub nemis olimlarining asarlarida mavjud. XX asr davomida onomasiologiyada yondashuv ruhida bo‘lishiga qaramay, haqiqatdan ham bir qancha yutuqlarga erishildi. Leksik birliklarning ikkinchi muhim vazifasi – umumlashtiruvchi – idrok (ishoriy, tasniflovchi) vazifasidir. Leksik birlik odatda bitta aniq obyekt (xususiyatni) emas, balki obyektlarning (xususiyatlarning) butun sinfini nomlaydi. Masalan, kitob so‘zi o‘lchamidan, rangidan, matn qaysi tilda yozilganidan qat’i nazar, “ba’zi bir matn bilan bog‘langan qog‘oz varaqlari ko‘rinishidagi bosma ish” bo‘lgan har qanday narsaning nomi sifatida xizmat qiladi. Leksik birlik obyektlarning (xususiyatlarning) butun sinfini nomlay olishi uchun u ushbu sinfni tashkil etuvchi barcha obyektlarda istisnosiz mavjud bo‘lgan kichik doiradagi atributlar bilan korrelyatsiya qilish xususiyatiga ega bo‘lishi kerak. Miqdoriy nuqtayi nazardan, odatda muayyan sinfning obyektlarini (xususiyatlarini) boshqa barcha sinflar obyektlaridan (xususiyatlarini) ajrata olish uchun zarur bo‘lgan ko‘plab xususiyatlar mavjud. Binobarin, voqelikning har qanday faktini nomlash orqali leksik birlik bir vaqtning o‘zida uni tasniflaydi, ya’ni muayyan sinfga kiradi.

Nemis faylasufi E.Kassirer o‘z vaqtida nomlash va tasniflash o‘rtasidagi bog‘liqlikka e’tibor qaratgan edi: “Tasniflash inson tilining asosiy xususiyatlaridan biridir. Nomlash faktining o‘zi tasniflash jarayoniga asoslanadi. Buyum yoki harakatga nom berish, uni ma’lum bir tushunchalar sinfiga kiritish demakdir” [Kassirer, 1988]. Shunday qilib, leksik birliklarning kognitiv-umumlashtiruvchi funksiyasi ular tegishli tilda so‘zlashuvchi odamlarning bilish faoliyatini umumlashtirish va mustahkamlashga asoslanadi. Natijada inson ongida har bir leksik birlik o‘zi bildirgan narsa yoki xususiyat haqida ma’lum bir fikr bilan bog‘lanadi. Insonga ma’lum bo‘lgan barcha leksik birliklar bilan bog‘liq bo‘lgan bunday g‘oyalar yig‘indisi uning atrofidagi real va virtual haqiqat haqidagi bilimni yoki ba’zan dunyoning lingvistik rasmini shakllantiradi. Agar nominativ funksiyaga muvofiq, leksik birlik atrofidagi voqelikning obyektlari va xususiyatlari bilan bog‘liq bo‘lsa, umumlashtiruvchi-kognitiv funksiya ularning ushbu obyektlar va xususiyatlar haqidagi g‘oyalar bilan aloqasini ta’kidlaydi. Mashhur rus psixologi A.R. Luriya shunday deb yozadi: “So‘z nafaqat predmetni bildiradi, balki obyekt (tahlil qilish, avlodlarning tarixiy taraqqiyoti jarayonida shakllangan tajribani yetkazish kabi eng muhim vazifani ham bajaradi)” [Luria, 1975]. Yuqoridagi fikr umumlashtiruvchi-kognitiv funksiyani ta’kidlab, leksik birliklarning yana bir chambarchas bog‘liq va juda muhim vazifasini, ya’ni axborot saqlashni ham ta’kidlaydi.

Axborot-to‘plovchi yoki kumulator – (“ko‘paytirish, to‘plash”dan) funksiya leksik birliklarning nomdagi obyekt bilan bog‘liq bo‘lgan har xil turdagi ma’lumotlarni yozib olish, birlashtirish va ularning mazmunida to‘plash uchun ajoyib xususiyatini aks ettiradi. Boshqacha qilib aytadigan bo‘lsak, leksik birlik xotiraga ega: u xuddi shimgich kabi, so‘zlovchilarning tegishli obyektga (xususiyatga) an’anaviy, ijtimoiy munosabati, ushbu obyektning (xususiyat) joylashuvi haqidagi barcha yakuniy, hissiy va boshqa ma’lumotlarni o‘zlashtiradi va saqlaydi. Natijada eng oddiy obyektlarni va juda muhim axloqiy, ijtimoiy va mafkuraviy ko‘rsatmalarni bildiruvchi ko‘plab leksik birliklarning madaniy va tarixiy “ifloslanishi” sodir bo‘ladi. Misol uchun, ruslar uchun

poyezd soʻzi shunchaki “teplovoz tomonidan boshqariladigan birlashtirilgan temir yoʻl vagonlari poyezdi” emas. Umumlashtiruvchi – kognitiv (muhim, tasniflovchi) funksiyani aks ettiruvchi xususiyatlarning ushbu minimal roʻyxatiga qoʻshimcha ravishda, bu soʻz ruslar orasida tezyurar poyezd, yoʻlovchi poyezdi, uzoq masofali poyezd, elektr poyezd va anʼanaviy poyezd turlari bilan bogʻliq. Ushbu turdagi poyezd yoʻlovchi vagonlari bilan, masalan, yumshoq vagon, docked/kupe, ajratilgan oʻrindiqli vagon, umumiy vagon va rus poeyzdlarining boshqa xususiyatlari bilan bogʻliq. Aynan axborotni saqlash funksiyasi leksik birliklarga milliy oʻzlikni, milliy madaniy-tarixiy anʼanalarni saqlash va uzatish vositasi boʻlib xizmat qilish imkoniyatini beradi. Rus leksik birliklarining axborotni saqlash funksiyasini oʻrganishga Y.M. Vereshagin va V.G. Kostomarov muhim hissa qoʻshdi [Vereshchagin & Kostomarov, 1990].

Deyktik funksiya yoki oddiygina deysis (yun. *lelxlz* – “koʻrsatma”) soʻzlovchi yoki nutq momenti bilan u yoki bu tarzda bogʻliq boʻlgan narsa yoki belgilar bilan koʻrsatish, bogʻlash funksiyasidir. Deyksis quyidagilarni oʻz ichiga oladi: a) soʻzlovchi va tinglovchining koʻrsatkichi (men, sen, meniki, sizniki); b) nutq obyektining koʻrsatkichi (u, ular, uning va h.k.z.); d) nutq obyektining masofaviylik darajasining koʻrsatkichi (bu, bu yerda, u yerda); e) nutq obyektining vaqtinchalik va fazoviy lokalizatsiyasining koʻrsatkichi (bu yerda, hozir, u yerda, keyin). Deyktik vazifa, asosan, olmosh va ergash gaplarga xosdir. Maʼlumki, olmoshlar, boshqa muhim leksik birliklardan farqli oʻlaroq, obyektlarni, ularning xususiyatlarini, miqdorini yoki tartibini bildirmaydi. Emotiv (lot. *eshowege* – “hayajonlantirish”) – soʻzlovchining his-tuygʻularini ifodalash funksiyasi. Emotiv funksiya tufayli soʻzlovchi leksik birliklar yordamida kimga yoki nima haqida gapirayotganiga munosabat bildiradi. Koʻp jihatdan, hissiy funksiya anʼanaviy ravishda tushunilgan interensiyalarga xos boʻlib, ular maʼlumki, hech narsani nomlamaydi, faqat baʼzi his-tuygʻularni ifodalaydi. Kesimlardan tashqari, emotsional funksiya hissiy ekspressiv rang berish bilan ajralib turadigan har qanday leksik birliklarga xosdir, masalan, bemaʼnilik (oʻynoqi), bemaʼnilik (norozi), yolgʻon (nafrat), dahshatli (juda charchagan), (kuchlanish) va boshq.

Belgi funksiyasi leksik birlikni belgi, tilni esa belgilar tizimi sifatida koʻrib chiqish imkoniyatini nazarda tutadi. Bunday koʻrib chiqish zarurati turli xil til modellarini yaratish bilan bogʻliq holda yoki til va uning birliklari fikrlar, niyatlar, his-tuygʻular va boshqalarni oʻz ichiga olgan kengroq konseptual kontekstda tahlil qilingan hollarda paydo boʻladi (musiqqa, rasm, yoʻl belgilari va boshq.). Leksik birlikni belgi sifatida koʻrib chiqish imkoniyati faqat shartli va soʻzning tabiatiga bevosita aloqasi yoʻq. “Imo-ishora” tushunchasi bilan “soʻz” tushunchasi oʻrtasida maʼlum bir bogʻliqlik borligi haqidagi fikr juda qadimiy fikrdir. Buni tilda “soʻz” tushunchasi bilan bevosita bogʻliq boʻlgan belgi soʻzidan kelib chiqqan maʼno, ishora, belgilovchi, maʼno kabi lugʻaviy birliklarning azaldan mavjud boʻlganligi dalolat beradi. “Belgi” tushunchasining oʻzi hali ham fanda boshqacha talqin qilinadi. Baʼzilar ushbu konsepsiyaga faqat sunʼiy axborot tizimlarining belgilarini, masalan, yoʻl belgilari, harbiy belgilar, Morze alifbosi va boshqalarni oʻz ichiga oladi. Boshqalar esa unda ogʻzaki belgilar deb ataladigan va sunʼiy axborot tizimlarining belgilarini va simptom



belgilarini birlashtiradi, ya'ni biror narsaga ishora qiluvchi turli belgilar (masalan, tutun – olov belgisi). Nihoyat, boshqalar sun'iy axborot tizimlarining faqat og'zaki belgilarini belgi sifatida tan oladilar. Tilning belgilar nazariyasining birinchi izchil va aniq taqdimoti F. de Sossyurga tegishli bo'lib, u "lingvistik belgi <...> tushuncha va akustik tasvirni bog'laydi, deb hisoblaydi. Bunda ikkinchisi moddiy tovush <...> emas, balki tovushning ruhiy izi, u haqida sezgilarimiz orqali qabul qiladigan fikrdir" [de Sossyur, 2000]. F. de Sossyurning belgi sof aqliy mohiyat sifatidagi tezisi bir necha bor tanqid qilingan. Fanda til belgisi haqidagi yuqoridagi tushuncha bilan bir qatorda yana ikkitasi ancha keng tarqalgan.

Birinчисiga ko'ra, lisoniy (og'zaki) belgi ikki tomonlama (moddiy-ideal) birlik bo'lib, unda belgilovchi moddiy shakl va uning akustik obrazi, belgilovchi esa tegishli tushuncha bilan ifodalanadi.

Ikkinchi talqin lingvistik belgini faqat moddiy qobiqqa tushiradi.

Bundan tashqari, erkin foydalanishda "belgi", "lingvistik belgi", "og'zaki belgi" va shunga o'xshash atamalar yuqorida qayd etilgan noaniqlikni oldindan bartaraf qilmasdan, odatda "so'z" leksik birligining sinonimi sifatida ishlatiladi. "Belgi" atamasi va uning hosilalarini talqin qilishdagi bunday noaniqlik ularni lingvistik tavsiflarda qo'llash maqsadga muvofiqligi haqida ma'lum shubhalarni keltirib chiqaradi.

Leksik birliklarning sintezlovchi vazifasi ularning fonetik, morfologik, semantik, sintaktik va stilistik xususiyatlarning manbai va tashuvchisi bo'lib, ular birgalikda til tizimining tegishli bo'g'inlari mazmunini tashkil etishiga asoslanadi. Tushunchalarning o'zi, masalan, fonema, morfema, hol, ma'no, semema va boshqalar leksik birliklarni tahlil qilishda va ulardan foydalanishni kuzatish natijasida va haqiqatda paydo bo'lishi mumkin edi. Leksik birliklarga xos bo'lgan sintez funksiyasi ularni turli amaliy maqsadlarda qo'llash imkonini beradi. Masalan, ma'lum darajadagi morfologik minimumni yaratmoqchi bo'lsak, buni quyidagicha amalga oshirish mumkin: a) ushbu darajaga mos keladigan leksik minimumni olish; b) har bir leksik birlikka tayinlash (nufuzli lug'atlar va grammatikalar asosida) bu minimal uning barcha grammatik belgilari; d) bu xususiyatlarni umumlashtirish, to'g'ri tartibga solish va ularni tizimlashtirilgan shaklda taqdim etish. Stilistik funksiyasi, bir tomondan, nutqning ma'lum sohalariga tayinlangan leksik birliklar, ikkinchidan, nutqning har qanday sohasida erkin qo'llaniladigan leksik birliklar mavjudligiga asoslanadi. Birinчisi stilistik jihatdan bog'liq (uslubiy jihatdan belgilangan, stilistik jihatdan belgilangan), ikkinчisi esa stilistik jihatdan neytral deb ataladi. Masalan, so'z – so'zi uslubiy jihatdan betaraf bo'lib, uning shafolat sinonimi stilistik jihatdan bog'langan (u rasmiy ish nutqiga berilgan), sarf so'zi stilistik jihatdan neytral, isrof so'zi stilistik jihatdan bog'langan (so'zlashuv nutqiga berilgan) vaboshq.. Stilistik jihatdan qarama-qarshi bo'lgan bunday leksik birliklarning mavjudligi so'zlovchiga nutq registrini turli xil lingvistik bo'lmagan omillarga (vaziyatning tabiati, niyat mazmuni va boshqalar) qarab o'zgartirishga imkon beradi.

Metalingvistik funksiya leksik birliklarga boshqa leksik birliklarni tushuntirish imkonini beradigan funksiyadir. Turli leksik birliklar metalingvistik funksiyada

foydalanish uchun turli xil qobiliyatlarga ega. Ko‘p jihatdan metalingvistik funksiya leksik birliklarga xosdir, ular katta konseptual sinflar yoki tematik guruhlarning nomlari, masalan, obyekt, xususiyat, harakat, xona, mexanizm, mashina, qism va boshq. Bu va shunga o‘xshash so‘zlar ko‘pincha izohli lug‘atlardagi ta’riflarda uchraydi. Ideografik (shu jumladan, tematik) lug‘atlarda bunday leksik birliklar odatda ma’lum bir umumiy xususiyat bilan birlashtirilgan so‘z turkumlarini boshqaradi. Metalingvistik funksiya umumlashtiruvchi – kognitiv (ma’noli, tasniflovchi) bilan chambarchas bog‘liq: so‘zning metalingvistik qo‘llanilishida aynan ma’nosi aktualashtiriladi. Leksik birliklarning noto‘g‘ri funksiyalari orasida asosiysi kommunikativdir.

Leksik birliklarning kommunikativ vazifasi ularning aloqa, aloqa va ta’sir vositasi bo‘lib xizmat qilish maqsadidir. Bu funksiya leksik birliklar uchun noto‘g‘ri, chunki uning asosiy tashuvchisi gapdir. Leksik birlik nutqning yakuniy tarkibiy qismidir. Leksik birliklarning kommunikativ xususiyatlari, birinchi navbatda, ularning asosiy maqsadi bilan belgilanadi: atrofda olamning obyektlari va belgilarini nomlash, ular so‘zlovchilar, birinchidan, o‘zlarining axborot holatini boshqalarga yetkazishlari uchun mo‘jallangan bo‘lsa, ikkinchidan, boshqalarning nutqi orqali taqdim etilganlarni idrok etishi uchun mo‘ljallangan. Agar til nuqtayi nazaridan (“til-nutq” dixotomiyasi) leksik birliklar, birinchi navbatda, nominativ birliklar bo‘lsa, nutq nuqtayi nazaridan ular kommunikativ birliklar va kommunikativga ma’lumot aniqligini beradiganlardir. Kommunikativ funksiyaga muvofiq, muayyan nutqiy asarlarda leksik birliklar o‘zlarining nominativ ma’nosining faqat ma’lum bir kommunikativ vaziyatga mos keladigan qismini amalga oshiradilar. Masalan, choynakni kitobga qo‘yish iborasida kitob so‘zining nominativ ma’nosining eng umumiy qismi, ya’ni “tekis sirtga ega bo‘lgan narsa” aktualashtirilsa, nominativ ma’noning barcha elementlari aktualashtirilmaydi.

“So‘z ma’lumot beradi, so‘z ma’lumot berishga xizmat qiladi, so‘z so‘zlovchining fikr va his-tuyg‘ularini bildiradi” va boshqacha aytganda, metafora bunday gaplarda yashiringanligini va uni tom ma’noda qabul qilib bo‘lmashligini aniq tushunishimiz kerak. So‘zlar so‘zlovchi va tinglovchi o‘rtasida tumshug‘ida o‘y bilan uchib yuradigan qushlar ham emas, ma’lumot tashuvchi samolyotlar ham emas. So‘zning muloqotdagi roli (u bu rolni, birinchi navbatda, o‘zining moddiy qobig‘i yordamida bajaradi) tinglovchi (o‘quvchi) ongida nutqni jo‘natuvchi xohlagan bir yoki taxminan ma’lumot holatini uyg‘otishdir. A.A. Potebnya shunday deb yozgan: “Siz o‘z fikringizni so‘z bilan boshqasiga yetkaza olmaysiz, lekin siz faqat unda o‘zingizni uyg‘otishingiz mumkin” [Potebnya, 1926]. Leksik birliklarning estetik (vizual, poetik) vazifasi ularning badiiy ifoda vositasi sifatida harakat qilish maqsadidir. Estetik funksiya leksik birliklar uchun noto‘g‘ri, chunki matn uning asosiy tashuvchisi sifatida ishlaydi. Shu bilan birga, matnning badiiy ekspressivligini yaratishda leksik birliklar boshqa barcha birliklardan ko‘ra ko‘proq asosiy rol o‘ynaydi. Estetik funksiya, birinchidan, jonli tasvir-timsollarni uyg‘otuvchi o‘ziga xos ma’noli lug‘aviy birliklarga, masalan, ko‘z, og‘iz, peshona va hokazolarga, ikkinchidan, yorqin ichki shaklga ega bo‘lgan lug‘aviy birliklarga, masalan, kelishish, ibodat qilish uchun xarakterlidir, uchinchidan, har qanday leksik birliklar g‘ayrioddiy kontekstda mohirlik bilan qo‘llangan. Leksik

birliklarning estetik vazifasi yaxshi yozuvchilar tomonidan yaratilgan nutqiy asarlarda, umuman olganda, til tuygʻusi oʻtkir boʻlgan odamlar tomonidan namoyon boʻladi. Ularning ikkalasi ham oʻrtacha ona tilida soʻzlashuvchilardan farq qiladi, birinchi navbatda, ular soʻzni nafaqat uning qayerdadir roʻyobga chiqqan xususiyatlari, balki hali amalga oshirilmagan imkoniyatlari bilan ham idrok etadilar va his qiladilar. Leksik birliklarda estetik funktsiyaning mavjudligi maʼruzachilarga nafaqat voqea maʼlumotlarini bir-biriga yetkazish imkoniyatini beradi, balki intellektga taʼsir qiladi, shuningdek, voqealarni ham tasvirlaydi, shu orqali ruh va tasavvurga taʼsir qiladi, yaʼni nafaqat bilimni shakllantirish, balki tajribani uygʻotishda ham oʻz taʼsirini oʻtkazadi.

Konstruktiv funktsiya soʻzlarning, bir tomondan, iboralar va gaplar qurilishida ishtirok etishi, ikkinchidan esa, tahliliy quyi darajadagi birliklarni, xususan, morfemalarni aniqlash imkonini beradigan mavjudotlar ekanligiga asoslanadi. Bundan tashqari, soʻzlar orasida konstruktiv vazifasi asosiy boʻlgan leksik birliklarning alohida guruhi aniq ajralib turadi. Gap, maʼlumki, muhim leksik birliklarni, jummalarni yoki jumla qismlarini bogʻlash uchun ishlatiladigan predloglar va bogʻlovchilar kabi xizmat qiluvchi soʻzlar haqida ketmoqda. Konstruktiv funktsiyaning birlamchi tashuvchisi morfemadir.

Iqtisodiy soha maxsus semiotik tarkibiy qism – maxsus maqsadlar uchun til ishlatiladigan maxsus sohalarni anglatadi. Z.I. Guriyeva ishbilarmonlik tilini oʻrganib chiqib, barcha tillarning maxsus maqsadlar uchun maksimal umumiy xususiyati ularning lugʻatida odam maxsus sohalarda shugʻullanadigan obyektlarning nomlari (nominativ birliklari) mavjudligi ekanligini taʼkidlaydi [Gurʼyeva, 2003]. Boshqacha qilib aytganda, maxsus maqsadlar uchun tillarning nominativ birliklari maxsus tushunchalarni bildiradi. Muayyan matnlarning mavjudligi, shuningdek, maʼlum bir tilni maxsus maqsadlar uchun ajratishning ajralmas shartidir. Iqtisodiyot dasturiy taʼminotining asosiy tushunchalari – bu turli darajadagi koʻplab til birliklari tomonidan iqtisodiy nutqda ogʻzaki bayon qilingan tadbirkorlik, pul, moliya, kredit, biznes, foyda haqidagi tushunchalar.

Majoziy til biznes nutqiga kirib, iqtisodiy jurnalistika, yangiliklar, intervyular va yetakchi iqtisodiy ekspertlarning tahliliy muhokamalari, teledasturlar va iqtisodiyot boʻyicha darsliklar orqali [Kazakova, 2012] oʻz yoʻlini ochib beradi. Majoziy tildan ochiq foydalanish har doim iqtisodiy nutq uchun xarakterli boʻlib kelgan. Biroq iqtisodiy nutqda iqtisodiy jurnalistika qoidalarini buzadigan zamonaviy faoliyat yoʻliga kirgandan shu davrgacha ekspressiv til ishlatilmadi [Handford & Koester, 2010; Gleicher, 2011]. Bizning fikrimizcha, professional iqtisodiy aloqaning turli sohalariga idiomalar va metaforalarning kirib kelishi ingliz biznesi nutqi sohasidagi hozirgi frazalar natijasidir [Kunin, 2005]. Metafora asosida shakllangan iboralar nafaqat hozirgi iqtisodiy voqelikni tasvirlash uchun [OʻHalloran, 1999], balki kasbiy sohada oʻzini namoyon qilish uchun ham qoʻllaniladi [Erl & Rigney, 2006].

Metaforik qayta talqin qilish yoki metaforizatsiya natijasida paydo boʻladigan yangi mavhum tushunchalar sonini hisobga olmaganida, frazeologik lugʻatni rivojlantirishning asosiy vositasidir [Hadian & Arefi, 2016]. Ushbu haqiqatni hisobga olgan holda, ingliz iqtisodiy nutqida ishlatiladigan frazeologik birliklarni tahlil qilish



nafaqat ushbu leksemalarni aniqlashga, balki ingliz mentalitetining xususiyatlarini, ingliz ijtimoiy-iqtisodiy va ijtimoiy-siyosiy munosabatlarining, shuningdek, ingliz turmush tarzining xususiyatlarini ham aniqlashga imkon beradi [Skandera, 2007]. Tadqiqotchilar nuqtayi nazaridan, iqtisodiy nutq juda keng tarqalgan hodisa [Sommer, 2004]. Bundan tashqari, iqtisodiy nutqning funksional holati, tarkibiy qismlari va lingvistik chegaralari yetarli darajada o'rganilmagan. Iqtisodiy nutq iqtisodiy sohadagi aloqa natijasida turli omillar ta'sirida paydo bo'ldi: ekstralingvistik, pragmatik, ijtimoiy-madaniy va boshq. Boshqa nutq turlarida bo'lgani kabi, iqtisodiy nutq nafaqat situatsion kontekst va ishtirokchilarning kommunikativ va pragmatik munosabatlari, balki ekstralingvistik (ijtimoiy-psixologik va madaniy-tarixiy) omillar ham ta'sir qiladi [Shchekina, 2001].

Frazeologik sohada iqtisodiy nutq bir qator o'ziga xos xususiyatlarga ega, jumladan, mantiqiy taqdimot, aniqlik, argumentativlik va informativlik [Anderson, 2006]. Ushbu belgilar har qanday tilning terminologik tizimiga xosdir. Shuningdek, frazeologik birliklar ingliz iqtisodiy nutqida faol ishlatiladi, chunki ular moslashuvchan [Bondi, 2010].

Umuman olganda, inglizcha frazeologik ma'nolar tizimi asrlar davomida insoniyat jamiyati bilan birgalikda shakllangan va shu kungacha shakllanib kelayotgan murakkab tarmoqlangan quyi tizimdir [Apalat, 1999]. Shunday qilib, ushbu tizimda iqtisodiy matnlarda topilishi mumkin bo'lgan va muhim etnomadaniy ma'lumotlar manbai sifatida ishlaydigan ko'plab birliklar mavjud [Adolphs & Carter, 2007]. Shuning uchun frazeologik ma'nolarni turli xil xususiyatlar, birlashmalar, munosabatlarga asoslangan millatning jamoaviy rasmini bildiruvchi noyob, madaniy jihatdan bog'liq lingvistik birliklar sifatida tahlil qilish maqsadga muvofiqdir [Brody, 2003]. Darhaqiqat, har qanday tilda stereotipik ma'nolarni bildiruvchi tushunchalar mavjud [Dirven & Verspoor, 2004]. Ushbu tushunchalar frazeologik birliklar tizimida paydo bo'lishi mumkin [Taylor, 2002]. Ushbu bosqichda frazeologik birliklar tilshunoslik va madaniyatshunoslikning haqiqiy maqsadiga aylanishi mumkin. Boshqa tomondan, frazeologik birliklarning stereotipik tabiati qo'shimcha e'tiborga loyiq xususiyatdir. Xuddi shu narsa frazeologik ma'nolarning aksiologik tomoniga ham tegishli [Sinelnikov et al., 2015].

Ishbilarmonlik muhitida keng qo'llanilishiga qaramay, terminologik ma'noga ega bo'lgan terminologik iboralar yoki frazeologik birliklar uzoq vaqt davomida maxsus tadqiqotlar doirasidan tashqarida bo'lgan. Ular milliy kontekstda lingvistik ifoda vositasi sifatida qaralmagan. Biroq hozirda bu sohada sezilarli yutuqlarga erishildi. Fokusning bunday o'zgarishi tahlil qilish uchun turli tillarning frazeologik sohasini kengaytirishga imkon beradi [Sasina, 2007]. Ingliz iqtisodiy nutqida ko'plab frazeologik birliklar qo'llaniladi [Nerubenko, 2013]. Shunga qaramay, ularning semantik va tarkibiy xususiyatlari, tasnifi va foydalanish maqsadi yetarli darajada o'rganilmagan. Shunday qilib, yangi vazifa iqtisodiy ingliz frazeologik birliklarini o'rganishdir [Safina, 2002].

## **TADDIQOT METODLARI**

Ushbu tadqiqotning maqsadi ingliz tilidagi iqtisodiy matnlarda mavjud

bo'lgan frazeologik birliklarning tuzilishi va ma'nosini tahlil qilishdir. Tadqiqot soha terminologik iboralarning leksik-semantik, kognitiv, pragmatik va madaniy-lingvistik xususiyatlarini tahlil qilishni o'z ichiga oladi. Tadqiqot vazifalari ingliz frazeologik birliklarini aniqlagan va shakllantirgan ichki va tashqi omillarni tahlil qilish; iqtisodiy nutqda frazeologik birliklar o'rtasidagi leksik-semantik munosabatlarga asoslanib, dominant leksemalarni aniqlash; iqtisodiy nutqdagi frazeologik birliklarning fonini tavsiflash; frazeologik birliklarni tahlil qilish va ingliz tilining iqtisodiy sohasidagi etnik, psixologik, ijtimoiy-siyosiy va madaniy konstantalarni aniqlashdan iborat.

Mazkur tadqiqot ingliz iqtisodiy tilida ishlatiladigan frazeologik birliklar bo'yicha o'tkazildi. Tadqiqot obyektlari (frazeologik birliklar) so'nggi besh yil ichida ingliz tilidagi iqtisodiy matnlardan (hujjatlar, onlayn materiallar, "Economist" kabi jurnal va boshqa gazetalar)dan olingan. Ingliz frazeologik birliklarining tavsifi qo'shimcha ravishda leksikografik manbalar, jumladan, frazeologik, terminologik va etimologik lug'atlar, shuningdek, o'ziga xos ingliz lug'atiga ega lug'atlar ma'lumotlari bilan to'ldirildi. Oxirgi toifaga inglizcha-ruscha iqtisodiy lug'at, "Longman" lug'ati va "Slovar-vocab.com" kiradi.

Shu bilan birga, tadqiqot uchun tilshunoslikka oid maqolalar, media materiallar, biznes va iqtisodiyotga oid professional adabiyotlardan ellita frazeologik atamalar ajratib olindi. Ular to'rtta frazeologik va semantik sohalarga bo'lindi: "pul munosabatlari", "sotib olish va sotish", "biznes va menejment" va "iqtisodiy va ishlab chiqarish munosabatlari".

Tadqiqotda lingvistik tahlilning quyidagi usullari qo'llanilgan:

- komponentlarni tahlil qilish usuli – semantemani tavsiflaydi, etnik guruhni bildiruvchi frazeologik birlikning ma'nosini tushunishga yordam beradi va so'zlarning frazeologik makroguruhlarining leksik va semantik tuzilishini o'rganadi;

- lingvokulturologik va etnolingvistik tahlil usuli – terminologik birliklarning frazeologik tarkibining madaniy va aksiologik tomonini aniqlashga imkon beradi;

- tarkibiy va semantik modellashtirish usuli – ingliz tilida frazeologik birliklarning shakllanishining qonuniyatlari va o'ziga xos mexanizmlarini belgilaydi;

- funksional tahlil usuli – iqtisodiy aloqa sharoitida sobit terminologik birliklarning tegishli ma'nosini aniqlash uchun ishlatiladi;

- uzluksiz namuna olish usuli – iqtisodiy nutqda mavjud bo'lgan faktik frazeologik materialni olishga qaratilgan;

- talqin usuli – frazeologik birliklarning ma'nosini va ularning nutq kontekstida bir-biri bilan qanday bog'liqligini tushunish uchun ishlatiladi.

## NATIJALAR VA MUNOZARA

Iqtisodiy matnda frazeologiyadan foydalanish tashqi va ichki omillarga bog'liq. Bir tomondan, tilning rivojlanishi yangi paydo bo'lishiga olib keldi. Iqtisodiy sohadagi frazeologik birikmalar, masalan: *to play economics* – iqtisodiy faoliyatda insofsiz usullarga murojaat qilish; insofsiz iqtisodiy o'yin o'tkazish.

Boshqa tomondan, iqtisodiyot tarixdan, madaniy an'analardan kelib chiqqan frazeologik birliklardan faol foydalanadi.

Ba'zi frazeologik birliklar to'liq o'rnatilmagan, shuning uchun ular kalit so'zlar bilan farq qilishi mumkin. So'zlarning bunday guruhlanishi semantik yaxlitlikni yo'qotmasdan bitta komponentni o'zgartirishga imkon beradi, masalan: *to enter into a contract* – shartnoma tuzish. Frazeologik birliklar barqaror tuzilishga va ma'noga ega bo'lgan tayyor lingvistik birliklar sifatida ishlatiladi, masalan: *to catch the wind* – shamolni ushlash to'liqinni ushlash, ma'lum bir vaqtda muvaffaqiyat qozonish demakdir.

Iqtisodiy nutqda ishlatiladigan frazeologik birliklar mavhum bo'lmagan narsalar bilan bog'liq va odamlarning kundalik hayotiga yaqin. Bu, o'z navbatida, terminologik sohada frazeologik birliklar orasida juda ko'p sonli majoziy nominatsiyalar mavjudligini tushuntiradi. Bu frazeologik birliklarga iqtisodiy voqelikni bildiruvchi metaforik ma'nolar kiradi, masalan, *cats and dogs* – spekulativ aksiyalar; *lame duck* – moliyaviy qiyinchiliklarni boshdan kechirayotgan kompaniya yoki tadbirkor.

Iqtisodiy matnlarda pulni iqtisodiy birlik sifatida belgilaydigan frazeologik birliklar mavjud: *purse full of money, the root of all evil (money), money burns a hole in my pocket, nor for love or money, to be stony-broke* – pul yo'q, *fry the fat out of (fry out fat)* – bosim yoki tovlamachilik orqali pul olish.

Frazeologik birlikmalardagi *money* – pul atamasi noqonuniy iqtisodiy harakatlar sharoitida tez-tez ishlatiladi, masalan: *trade-based money laundering* – chegaralar orqali pul olish uchun tijoratni suiiste'mol qilish; ba'zan maqsad soliqlar, yig'imlar yoki kapital nazoratidan qochishdir; ko'pincha bank tizimiga nopok pul kiritishdir; *money laundering* – jinoiy faoliyat natijasida olingan pullarni yuvish jarayonini anglatadi.

Jinoiy faoliyat natijasida olingan pulni bildiruvchi frazeologik birliklar quyidagilar:

■ *black money*:

*But big rich countries still like to portray themselves as leaders in the fight against black money* [“Rich smell”, 2013].

*Katta boy davlatlar hali ham o'zlarini qora pullarga qarshi kurashda yetakchi sifatida ko'rsatishni yaxshi ko'radilar.*

■ *dodgy money*:

*Big rich countries often accuse small offshore financial centres, such as Jersey and the Cayman Islands, of acting as willing conduits for dodgy money* [“Rich smell”, 2013].

*Katta boy mamlakatlar ko'pincha Jersi va Kayman orollari kabi kichik offshor moliyaviy markazlarni shubhali pullarning tayyor o'tkazgichlari sifatida ayblashadi.*

Quyida pulga ijobiy nur sohadigan frazeologik birliklar keltirilgan:

■ *white money*:

*This was to be part of a national “white-money strategy”, still in the making, to shed Switzerland's image as a tax haven once and for all. Critics suspect it is a smokescreen* [“Rise of the midshores”, 2013].

*Bu Shveytsariyaning soliq panohi sifatidagi obro'sini bir marta va butunlay yo'q qilish uchun hali ishlab chiqilayotgan milliy “oq pul” strategiyasining bir qismi*

*bo‘lishi kerak edi. Tanqidchilar bu tutun ekrani deb gumon qilmoqdalar.*

■ *honest money:*

*What the opponents of the primacy of the electronic money do not realize is that the economic yardstick of electronic money making is the key to the eliminated inflation and an honest fund [Kimball, 2019].*

*Elektron pullarning ustuvorligi muxoliflari tushunmaydigan narsa shundaki, elektron pullarni yaratishning iqtisodiy mezoni inflyatsiyani yo‘q qilish va halol moliyalashtirishning kalitidir (Maylz Kimball elektron valyuta haqiqiy narx barqarorligini qanday ta‘minlashi haqida).*

Pul birliklarini bildiruvchi ko‘plab yangi frazeologik birliklar mavjud, masalan *web money, Internet money, electronic money* – yaqinda iqtisodiy nutqda paydo bo‘lgan, shuningdek:

■ *electronic money:*

*Electronic money would fix that, however, by making it impossible to move money out of a form subject to negative rates – except by spending it or investing it in a high-yield asset, which is precisely the stimulative outcome the central bank is hoping to generate [Agarwal & Kimball, 2022].*

*Buni salbiy stavkalariga ega bo‘lgan shakldan pul o‘tkazishni imkonsiz qilish orqali tuzatadi – uni sarflash yoki yuqori mahsuldor aktivga sarmoya kiritish bundan mustasno, bu aynan Markaziy bank umid qiladigan rag‘batlantiruvchi natijadir. Bu elektron dollarni qisqartiring.*

Tegishli nomlarga ega frazeologik birliklar iqtisodiy nutqda ham uchraydi, shu jumladan:

Joy nomlari: *the Trojan horse (Troyan oti), to carry coals to Newcastle (Nyukaslga ko‘mir olib borish), between Scylla and Charybdis (Ssilla va Chariybdis o‘rtasida).* Masalan: *Economists have been carrying coal to Newcastle since Adam*

*Smith provided English merchants with a rationalization of what they had always wanted to do – treat their fellow human beings as beasts of burden. Economists continue to perform the same function [Kozy, 1974].*

*Iqtisodchilar Adam Smitning davridan beri Nyukaslga ko‘mir tashishmoqda. Smit ingliz savdogarlariga har doim qilishni xohlagan narsalarini ratsionalizasiya qildi – o‘z hamkasblariga yuk tashuvchi hayvon kabi munosabatda bo‘ldi. Iqtisodchilar xuddi shu funksiyani bajarishda davom etmoqdalar.*

“To carry coals to Newcastle” (Nyukaslga ko‘mir olib borish) iborasi – foydasiz va behuda ishlarni bajarishni anglatadi.

“Trojan horse” (Troyan oti)ning strategiyasi – jasur harakat bo‘lishi mumkin, ammo ikkala tomon ham pozitsion urushga yopishib olishlari va qonun siyosati qanday o‘ynashini kutishlari ehtimoli ko‘proq.

Trojan otining ma’nosi – ularni qabul qilganlarga o‘lim keltiradigan noinsof, qalbaki sovg‘alarni anglatadi.

Antroponimlar: *Gordian knot (Gordian tuguni), Peeping Tom (Qiziquvchan Tom), Doubting Thomas (Shubhali Tomas).* Masalan: – *The solution of the Gordian knot of the European Monetary.*

*System is very similar, except there is a little extra secret. It would not work unless the sword was made of gold.*

*Yevropa valyuta tizimi Gordian tugunining yechimi sir-sanoatsiz juda o'xshash. Agar qilich oltindan yasalmagan bo'lsa, u ishlamas edi.*

Frazeologiya Frigiya qiroli Gordius nomidan kelib chiqqan bo'lib, muammo, juda qiyin savol va "muammoni tez va qat'iy hal qilish qobiliyatini anglatadi".

Iqtisodiy frazeologiyaning maqsadiga mavhum tushunchalar ham ta'sir qiladi. Misol uchun, frazeologiya "goldilocks economy":

*The blame lies with central bankers, who in the late 1990s put too much faith in the so-called goldilocks economy: not too hot, not too cold* ["You beasts", 2002].

*Ayb 1990-yillarning oxirida goldilocks deb ataladigan iqtisodiyotga juda ko'p ishongan Markaziy banklarda yotadi: juda issiq ham emas, juda sovuq ham emas.*

Ushbu frazeologiya "oltin o'rtacha iqtisodiyot", barqaror rivojlangan mamlakatlar iqtisodiyoti va inflyatsiyaning tabiiy darajasi degan ma'noni anglatadi. So'zma-so'z, "Goldilocks va uch ayiqlar ertakka asoslangan, unda asosiy belgi kichik ayiq bo'tqani tatib ko'radi va u "juda issiq ham emas va juda sovuq ham emas" bo'lib chiqadi.

Ushbu ibora, aurea mediocritas (aurea mediosritas), birinchi marta lotin tilida Rim shoiri va faylasufi Goratsiy tomonidan ishlatilgan.

Iqtisodiyotda ba'zi frazeologik birliklar mifologiya, tarixiy voqealar, adabiy asarlar va Injil hikoyalariidan olingan. Iqtisodiy nutqning ayrim frazeologik birliklari ma'nosining kelib chiqishi mifologiyadan kelib chiqadi: Midas touch Achilles heel, Grim Reaper, Pandora's box. Masalan:

*But some EU governments have similar instincts. Most retain "golden shares" in big privatized companies. It is a Midas touch* ["The Midas touch", 2000].

*Ammo ba'zi Yevropa Ittifoqi mamlakatlari hukumatlari o'xshash instinktlarga ega. Ularning aksariyati yirik xususiy lashtirilgan kompaniyalarda "eski aksiyalarni" saqlaydi. Bu Midas teginishini anglatadi.*

"Midas touch" frazeologiyasi qiroli haqidagi yunon afsonalaridan kelib chiqqan bo'lib, u tekkan hamma narsa oltinga aylanishini xohlagan. Zamonaviy talqinda ibora biznesda juda muvaffaqiyatli odamni anglatadi:

*President Reagan won plaudits for appointing the first femal Supreme Court justice. Mr Bush will need the wisdom of Solomon to please even half the country in nominating her successor* ["A hard seat to fill", 2005].

*Prezident Reygan oliy sudning birinchi ayolini adolatli tayinlagani uchun olqishlandi. Janob Bush o'z vorisini tayinlashda mamlakatning kamida yarmini mamnun qilish uchun Sulaymonning donoligiga muhtoj bo'ladi.*

"Wisdom of Solomon" (Sulaymonning donoligi) iborasi donoligi va adolati bilan mashhur bo'lgan Shoh Solomon nomi bilan bog'liq.

Adabiy asarlar: Amerika orzusi, Don Kixot, Jeyms Bond va boshq., masalan:

*Americans have come to tolerate extreme inequality, more so than the people living in any of the other rich countries around the globe. And the American dream may be to blame* ["Inequality and the American Dream", 2006].



*Amerikaliklar dunyoning boshqa boy mamlakatlarida yashovchi odamlarga qaraganda haddan tashqari tengsizlikka ko'proq chidashga odatlangan. Va, ehtimol, Amerika orzusi bunga aybdor.*

Bu AQSh fuqarolarining qadriyatlari to'plamini, ularning "Amerika g'oyasini" anglatadi.

Zoonimlar (hayvonlar nomi)ga ega frazeologik birliklar ham iqtisodiy nutqda odatiy topilma hisoblanadi. Bunday lingvistik birliklar iqtisodiy agentlarning xatti-harakatlari va hayvonlar bilan iqtisodiy munosabatlar bilan bog'liq. Masalan, *bulls and bears*:

*Even though the bulls and bears are constantly at odds, they can both make money with the changing cycles in the market* ["Even stockmarket bulls", 2018].

*Buqalar va ayiqlar doimo qarama-qarshilikda bo'lishiga qaramay, ikkalasi ham bozorda o'zgaruvchan sikllardan pul ishlashlari mumkin.*

Ushbu frazeologik birlikda ikkita hayvonning nomlari mavjud: *bull* (buqa) – shoxdorlar oilasiga mansub, xuddi fil va kit kabi yirik hayvon; *bear* (ayiq – qalin mo'ynali, meva va hasharotlar bilan oziqlanadigan katta kuchli hayvon. Shunga asoslanib, zoonimlar bilan bog'liq frazeologik birliklar quyidagicha ma'no beradi:

*bull market* (buqa bozori) – stavkalarni (aksiyalarni) oshirish tendensiyasiga ega bozor:

*A bull market is when everything in the economy is great, people are finding jobs, gross domestic product is growing, and stocks are rising* ["What is 'Bull Market'", n.d.].

*Buqa bozori – bu iqtisodiyotda katta ish olib borayotgan, unda odamlar ish topayotgan, yalpi ichki mahsulot o'sib borayotgan va zaxiralar o'sib borayotgan payt hisoblanadi.*

*bear market* (ayiq bozori) – stavkalarni pasaytirish tendensiyasiga ega bozor (aksiyalar):

*Bear markets make it tough for investors to pick profitable stocks. One solution to this is to make money when stocks are falling using a technique called short selling.*

*Ayiq bozori investorlarga foydali aksiyalarni tanlashni qiyinlashtiradi. Ushbu muammoning yechimlaridan biri bu qisqa sotish deb nomlangan texnikadan foydalangan holda aksiyalar tushgan paytda pul ishlashdir.*

Ingliz frazeologik birliklarida "bull and bear" (buqa va ayiq) tasvirlari buqa va ayiqni kuchli hayvonlar sifatida qabul qilish bilan bog'liq: "*bear with strong legs*" ("kuchli oyoqli ayiq") ko'rsatkichlarni pasaytiradi, "*bull with horns*" ("shoxli buqa") esa ko'rsatkichlarni oshiradi. Iqtisodiy nutqda buqa va ayiq tasvirlari salbiy ma'nolarda, masalan, raqibni obro'sizlantirishga urinish sifatida ham ishlatilishi mumkin:

*This is the worst bear market of all times is embarrassing to us. Your cheap headlines, such as "the bears show their teeth" or "grin and bear it" are insulting* ["You beasts", 2002].

*Bu barcha davrlar ichida eng yomon ayiq bozori va bu bizni hijolatga qo'yadi. Sizning arzon-garov: "ayiqlar tishlarini ko'rsatayapti" yoki "jilmaying va bunga*

*sabr qiling” kabi sarlavhalarining ayanchli.*

“*The bears show their teeth*” (*Ayiqqlar tishlarini ko’rsatayapti*) iborasi “*show teeth – to bare one’s teeth*” (*tishlarni ko’rsatish – bu jilmayish*) iborasidan kelib chiqadi. “*Grin and bear*” (*jilmayish va ayiq*) frazeologiyasi kimgadir yoki biror narsaga jilmayish bilan haqiqiy munosabatni yashirishni anglatadi. Shu nuqtayi nazardan, frazeologik birliklar *The Economist* jurnalidagi maqolalarida kamsitish va obro’sizlantirishda ishlatiladi.

Yuqoridagi misol keltirilgan hayvonlardan tashqari frazeologik birliklar orasida quyidagi zoonimlarni topish mumkin: kalamush, mushuk, ajdaho, cho’chqa va boshqalar. Masalan, *dead cat bounce*:

*In other words, we might be seeing what economist Nouriel Roubini in the context of the US economy earlier called “dead cat bounce”. An enduring revival would have been backed by a turnaround in investment.*

*Boshqa so’z bilan aytganda, biz iqtisodchi Nuryel Rubinini, AQSh iqtisodiyoti doirasida, dead cat bounce (“o’lik mushuk sakrayapti”) iborasini ilgari surganligini guvohi bo’lishimiz mumkin. Barqaror tiklanish investisiyalarning ko’payishi bilan qo’llab-quvvatlanadi.*

Frazeologiya “*bouncing off a dead cat*” (“o’lik mushuk sakrayapti”) pasayish davridan keyin moliyaviy aktiv narxining keskin oshishi degan ma’noni anglatadi. Bu odatda yo’qotishlarning kamayishi bilan bog’liq; bu qisqa muddatda aksiyalarning pasayish tendensiyasining o’zgarishini anglatmaydi. Bu ibora hatto o’lik mushuk ham katta balandlikdan yiqilsa, sakrab tushadi degan fikrdan kelib chiqadi.

*to smell a rat* – biror narsa noto’g’ri ekanligini his qilish (sizga xiyonat qilgan yoki sizni aldagan kishi):

*On the face of it, this move seems sensible. But critics smell a rat. They point out that even the biggest democracies, including America, have not always felt a need to increase the numbers of representatives in line with the population [“What’s Malay”, 2014].*

*Bir qarashda, bu qadam oqilona ko’rinadi. Ammo tanqidchilar nimadir noto’g’ri ekanligini his qilishadi. Ularning ta’kidlashicha, hatto eng yirik demokratik davlatlar, shu jumladan, Amerika ham har doim ham aholi soniga qarab vakillar sonini ko’paytirish zarurligini sezmagani.*

## XULOSA

Har bir til frazeologik tomondan tadqiqot uchun boy bo’lgan lingvistik materialni taqdim etadi, chunki u nafaqat dunyoning ona qiyofasi va shaxsning uning qismlariga bo’lgan munosabati haqidagi bilimlarni aks ettiradi, balki milliy madaniyatning oltin standartlari va stereotiplarini yetkazish uchun dasturlashtirilgan hisoblanadi. Shunday ekan, frazeologik terminologiya “dunyoning aksiologik suratini” aks ettiradi. Uning etnik tajriba bilan aloqalarini o’rganish va etnik dunyoda atrof-muhit, madaniyat, urf-odatlar va milliy urf-odatlarning o’ziga xos aks etishi insonning qadimiy arxetipik tasvirlari tilda qanday kodlanganligini aniqlashga imkon beradi. Frazeologik leksik birliklari ikki turdagi ma’umotlarni uzatishga qodir: umuman insoniyat tomonidan

olingan ma'lumotlar va ma'lum millatlar tomonidan olingan ma'lumotlar. Bizning fikrimizcha, o'rganilayotgan terminologik frazeologik birliklarda qayd etilgan ma'lumotlar til va madaniyat ma'lumotlarini dunyoning yaxlit suratini tashkil etuvchi semiotik tarkibiy qismlar sifatida to'playdi.

Ona tilida so'zlashuvchilar frazeologik birliklarni uzoq o'tmishda paydo bo'lgan va faqat ma'lum bir kontekstda ishlatilishi mumkin bo'lgan ma'nolar sifatida qabul qilishadi. Shunga qaramay, ular ijtimoiy hodisa bo'lib qolmoqda va ijtimoiy maqsadlarda foydalanilmoqda. Frazeologik birliklarning leksik-semantik tarkibi quyidagi sohalarda amalga oshiriladigan konseptual mikropollarni aks ettiradi: shaxs, makon va vaqt, hayvonlar, obyektlar va ularning holati, biologiya, tibbiyot, baholash ta'riflari va boshqalar. Iqtisodiy nutqdagi frazeologik terminologiya pul birliklarini, bozor va birja munosabatlari ishtirokchilarini, iqtisodiy munosabatlar obyektlari va subyektlarini, baholovchi iqtisodiy xususiyatlarni (masalan, muvaffaqiyat darajasi) va boshqalarni anglatadi.

Iqtisodiy matnlarda frazeologik birliklarning ahamiyati mifologiya, Injil va diniy matnlar, tarix, etnik guruhning milliy-madaniy xususiyatlari, uning odatlari va urf-odatlar kabi turli manbalardan kelib chiqadi. Iqtisodiy matnlardagi frazeologik birliklarning asosiy maqsadi o'quvchilar ongiga ta'sir qilishdir. Chunki, frazeologik birliklar hissiy va ifodali rangga ega. Iqtisodiy frazeologik birliklar quyidagi leksik-semantik mikropolni qamrab oladi: bank va moliya sohasi, sanoat va ishlab chiqarish sohasi, iqtisodiy siyosat va h.k.z. Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatdiki, ushbu semantik mikro guruhlarini ajratish o'zboshimchalik bilan amalga oshiriladi, chunki terminologik ma'noga ega bo'lgan bitta frazeologik birlik turli sohalarga tegishli bo'lishi mumkin.

Iqtisodiy nutqda dominant "pul" so'zi salbiy va ijobiy belgilar bilan ifodali konseptual ma'noni anglatadi. Salbiy ma'noga ega bo'lgan leksik-semantik maydon "qora pul", "shubhali pul", "qonli pul" va shu kabi frazeologik birikmalarni o'z ichiga oladi. Ijobiy ma'no odatda "oq pul", "halol pul" va shu kabi tuzilmalar bilan belgilanadi. Ingliz iqtisodiy frazeologizmlari orasida ko'pincha toponimlar, antroponimlar va zoonimlar ham uchraydi. Frazeologik birliklar ma'lum bir kontekstda shakllanadigan mavhum tushunchalarni anglatadi. Iqtisodiy frazeologik birliklarning asosiy manbalari mifologiya, tarixiy voqealar, personajlar va shaxslar, adabiy asarlar va din, shu jumladan, Injil mavzularidir. Frazeologik birliklarning tavsifi ingliz tili iqtisodiy sohasining psixologik, ijtimoiy-siyosiy va madaniy xususiyatlarini aniqlaydi.

### FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. A hard seat to fill. (2005, July 7). In *The Economist*. Retrieved from <https://www.economist.com/united-states/2005/07/07/a-hard-seat-to-fill>.
2. Abduazizov, A. (2010). *Tilshunoslik nazariyasiga kirish*. Toshkent: "Sharq" nashriyot-matbaa aksiyadorlik kompaniyasi.
3. Adolphs, S., & Carter, R. (2007). Beyond the word: New challenges in analysing corpora of spoken English. *European Journal of English Studies*, 11(2), 133–146. <https://doi.org/10.1080/13825570701452698>.
4. Agarwal, R., & Kimball, M. (2022, March). The future of inflation: Part III – How electronic money could help central banks hit their targets. In *Finance & Development, International Monetary Fund*. Retrieved from <https://www.imf.org/en/Publications/fandd/>

- issues/2022/03/Future-of-inflation-partIII-Agarwal-kimball.
5. Anderson, W.J. (2006). *The phraseology of administrative French: A corpus-based study*. Netherlands: Rodopi.
  6. Apalat, G.P. (1999). English legal terminology in economic texts. *Foreign Philology*, 111, 208–212.
  7. Asatryan, G. (2009). Wörter und Sachen - 100: The words and the things. *Iran & the Caucasus*, 13(1), 209–211.
  8. Bondi, M. (2010). Arguing in economics and business discourse: Phraseological tools in research articles. *Bulletin Suisse de Linguistique Appliquée*, 2(Printemps), 219–234.
  9. Brody, J. (2003). A linguistic anthropological perspective on language and culture in the second language curriculum In D.Lange & R.M. Page (Eds.), *Culture as the Core: Perspectives on Culture in Second Language Education* (pp. 37–52). North Carolina: Information Age Publishing.
  10. de Sossyur, F. (2000). *Zametki po obshchey lingvistike*. Moskva: Izdatel'stvo «Progress».
  11. Dirven, R., & Verspoor, M. (Eds.). (2004). *Cognitive exploration of language and linguistics* (2nd ed.). Amsterdam: John Benjamins Publishing Company.
  12. Erll, A., & Rigney, A. (2006). Literature and the production of cultural memory: Introduction. *European Journal of English Studies*, 10(2), 111–115. <https://doi.org/10.1080/13825570600753394>.
  13. Even stockmarket bulls are more cautious than at the start of the year. (2018, July 12). In *The Economist*. Retrieved from <https://www.economist.com/finance-and-economics/2018/07/12/even-stockmarket-bulls-are-more-cautious-than-at-the-start-of-the-year>.
  14. Gleicher, D. (2011). Social action, dialogism and the imaginary community: toward a dialogical critique of political economy. *Social Semiotics*, 21(3), 381–398. <https://doi.org/10.1080/10350330.2011.564387>.
  15. Gur'yeva, Z.I. (2003). Rechevaya kommunikatsiya v sfere biznesa: k sozdaniyu integrativnoy teorii (na materialakh tekstov na angliyskom i angliyskom yazykakh). *Diss. dok. filol. nauk*. Krasnodar: Kubanskiy gosudarstvennyy universitet.
  16. Hadian, A.S., & Arefi, M. (2016). Metaphor, analogy, and the discourse of originality: five Iranian case studies. *Social Semiotics*, 26(5), 541–562. <https://doi.org/10.1080/10350330.2015.1137162>.
  17. Handford, M. & Koester, A. (2010). “It’s not rocket science”: metaphors and idioms in conflictual business meetings. *Text & Talk*, 30(1), 27–51. <https://doi.org/10.1515/text.2010.002>.
  18. Inequality and the American Dream. (2006, June 15). In *The Economist*. Retrieved from <https://www.economist.com/leaders/2006/06/15/inequality-and-the-american-dream>.
  19. Kassirer, E. (1988). Opyt o cheloveke: Vvedeniye v filosofiyu legkoy kul'tury (A.N. Murav'yev (Per.)). V knige Yu.N. Popova (Red.), *Problema cheloveka v zapadnoy filosofii* (ss. 3–30). Moskva: Izdatel'stvo «Progress».
  20. Kazakova, Ye.P. (2012). Sposobny povysit' prozrachnost' vnutrennikh form frazeologizmov angliyskogo delovogo diskursa. *Vestnik MGIMO Universiteta*, 1, 221–226. <https://doi.org/10.24833/2071-8160-2012-1-22-221-226>.
  21. Kimball, M. (2019, March 28). The costs of inflation. In *Confessions of a Supply-Side Liberal*. Retrieved from <https://blog.supplysideliberal.com/post/2019/3/28/the-costs-of-inflation>.
  22. Kozy, J. (1974). *Understanding natural deduction: A formalist approach to introductory logic*. Encino: Dickenson Publishing Company.
  23. Kunin, A.V. (2005). *Kurs frazeologii sovremennogo angliyskogo yazyka* (3-ye izd.). Dubna: Feniks.
  24. Luria, A.R. (1975). Basic problems of language in the light of psychology and neurolinguistics. In E.H. Lenneberg & E.Lenneberg (Eds.), *Foundations of Language*

- Development: A Multidisciplinary Approach* (pp. 49–73). New York: Academic Press.
25. Nerubenko, N.V. (2013). Frazеologicheskiye yedinitsey ekonomicheskogo diskursa (na primere nemetskogo yazyka). *Filologicheskiye nauki. Voprosy teorii i praktiki*, 9(27), 142–144.
  26. O'Halloran, K.L. (1999). Interdependence, interaction and metaphor in multisemiotic texts. *Social Semiotics*, 9(3), 317–354.
  27. Potebnya, A.A. (1926). *Mysl' i yazyk* (5-ye izd.). Khar'kov: Gosudarstvennoye izdatel'stvo Ukrainy.
  28. Rich smell. (2013, December 21). In *The Economist*. Retrieved from <https://www.economist.com/international/2013/12/21/rich-smell>.
  29. Rise of the midshores. (2013, February 14). In *The Economist*. Retrieved from <https://www.economist.com/special-report/2013/02/14/rise-of-the-midshores>.
  30. Safina, R.A. (2002). Frazеologicheskiy smysl, vyrazhayushchiy material'no-denezhnyye otnosheniya v nemetskom i angliyskom yazykakh. *Diss. kand. filol. nauk*. Kazan': Kazanskiy gosudarstvennyy universitet.
  31. Sasina, S.A. (2007). Frazеologicheskiye posledstviya terminologicheskogo proiskhozhdeniya v sovremennykh russkoyazychnykh i russkikh diskursakh. *Diss. kand. filol. nauk*. Krasnodar: Kubanskiy gosudarstvennyy universitet.
  32. Sinelnikov, Y.G., Sinelnikova, I.I., Androsova, S.A., & Sleptsova, S.V. (2015). The National and cultural component of the French emotive phraseological units denoting negative emotions. *The Social Sciences*, 10(6), 1132–1134.
  33. Skandera, P. (2007). *Phraseology and culture in English*. Berlin, New York: De Gruyter Mouton.
  34. Sommer, R. (2004). Beyond (classical) narratology: New approaches to narrative theory. *European Journal of English Studies*, 8(1), 3–12.
  35. Taylor, J.R. (2002). *Cognitive grammar*. Oxford: Oxford University Press.
  36. The Midas touch. (2000, July 27). In *The Economist*. Retrieved from <https://www.economist.com/business/2000/07/27/the-midas-touch>.
  37. Vereshchagin, Ye.M., & Kostomarov, V.G. (1990). *Yazyk i kul'tura: Lingvostranovedeniye v prepodavanii russkogo yazyka kak inostrannogo* (4-ye izd.). Moskva: Russkiy yazyk.
  38. What is 'Bull Market'. (n.d.). In *The Economic Times*. Retrieved from <https://economictimes.indiatimes.com/definition/bull-market?from=mdr>.
  39. What's Malay for gerrymandering?. (2014, August 9). In *The Economist*. Retrieved from <https://www.economist.com/asia/2014/08/09/whats-malay-for-gerrymandering>.
  40. You beasts. (2002, November 21). In *The Economist*. Retrieved from <https://www.economist.com/leaders/2002/11/21/you-beasts>.
  41. Shchekina, N.M. (2001). Tipy teksta v investitsionnom diskurse. V knige *Tekst i diskurs: Problemy ekonomicheskogo diskursa* (ss. 123–130). Sankt-Peterburg: Izdatel'stvo Sankt-Peterburgskogo universiteta ekonomiki i finansov.

## REFERENCES

1. A hard seat to fill. (2005, July 7). In *The Economist*. Retrieved from <https://www.economist.com/united-states/2005/07/07/a-hard-seat-to-fill>.
2. Abduazizov, A. (2010). *Introduction to linguistic theory*. Tashkent: Publishing and Printing Joint-Stock Company of 'East'.
3. Adolphs, S., & Carter, R. (2007). Beyond the word: New challenges in analysing corpora of spoken English. *European Journal of English Studies*, 11(2), 133–146. <https://doi.org/10.1080/13825570701452698>.
4. Agarwal, R., & Kimball, M. (2022, March). The future of inflation: Part III – How electronic money could help central banks hit their targets. In *Finance & Development, International Monetary Fund*. Retrieved from <https://www.imf.org/en/Publications/fandd/issues/2022/03/Future-of-inflation-partIII-Agarwal-kimball>.



5. Anderson, W.J. (2006). *The phraseology of administrative French: A corpus-based study*. Netherlands: Rodopi.
6. Apalat, G.P. (1999). English legal terminology in economic texts. *Foreign Philology*, 111, 208–212.
7. Asatryan, G. (2009). Words and things – 100: The words and the things. *Iran and the Caucasus*, 13(1), 209–211.
8. Bondi, M. (2010). Arguing in economics and business discourse: Phraseological tools in research articles. *Swiss Bulletin of Applied Linguistics*, 2(Spring), 219–234.
9. Brody, J. (2003). A linguistic anthropological perspective on language and culture in the second language curriculum In D.Lange & R.M. Page (Eds.), *Culture as the Core: Perspectives on Culture in Second Language Education* (pp. 37–52). North Carolina: Information Age Publishing.
10. de Saussure, F. (2000). *Notes on general linguistics*. Moscow: Progress Publishers.
11. Dirven, R., & Verspoor, M. (Eds.). (2004). *Cognitive exploration of language and linguistics* (2nd ed.). Amsterdam: John Benjamins Publishing Company.
12. Erll, A., & Rigney, A. (2006). Literature and the production of cultural memory: Introduction. *European Journal of English Studies*, 10(2), 111–115. <https://doi.org/10.1080/13825570600753394>.
13. Even stockmarket bulls are more cautious than at the start of the year. (2018, July 12). In *The Economist*. Retrieved from <https://www.economist.com/finance-and-economics/2018/07/12/even-stockmarket-bulls-are-more-cautious-than-at-the-start-of-the-year>.
14. Gleicher, D. (2011). Social action, dialogism and the imaginary community: toward a dialogical critique of political economy. *Social Semiotics*, 21(3), 381–398. <https://doi.org/10.1080/10350330.2011.564387>.
15. Guryeva, Z.I. (2003). Verbal communication in the business sphere: Toward the creation of an integrative theory (based on texts in English and Russian). *DSc thes. philol.* Krasnodar: Kuban State University.
16. Hadian, A.S., & Arefi, M. (2016). Metaphor, analogy, and the discourse of originality: five Iranian case studies. *Social Semiotics*, 26(5), 541–562. <https://doi.org/10.1080/10350330.2015.1137162>.
17. Handford, M. & Koester, A. (2010). “It’s not rocket science”: metaphors and idioms in conflictual business meetings. *Text & Talk*, 30(1), 27–51. <https://doi.org/10.1515/text.2010.002>.
18. Inequality and the American Dream. (2006, June 15). In *The Economist*. Retrieved from <https://www.economist.com/leaders/2006/06/15/inequality-and-the-american-dream>.
19. Kassirer, E. (1988). An essay on man: Introduction to the philosophy of light culture (A.N. Muravyov (Trans.)). In Y.N. Popov (Ed.), *The Problem of Man in Western Philosophy* (pp. 3–30). Moscow: Progress Publishers.
20. Kazakova, Y.P. (2012). Means to increase the transparency of the internal forms of phraseological units in English business discourse. *MGIMO University Bulletin*, 1, 221–226. <https://doi.org/10.24833/2071-8160-2012-1-22-221-226>.
21. Kimball, M. (2019, March 28). The costs of inflation. In *Confessions of a Supply-Side Liberal*. Retrieved from <https://blog.supplysideliberal.com/post/2019/3/28/the-costs-of-inflation>.
22. Kozy, J. (1974). *Understanding natural deduction: A formalist approach to introductory logic*. Encino: Dickenson Publishing Company.
23. Kunin, A.V. (2005). *Course in the phraseology of modern English* (3rd ed.). Dubna: Phoenix.
24. Luria, A.R. (1975). Basic problems of language in the light of psychology and neurolinguistics. In E.H. Lenneberg & E.Lenneberg (Eds.), *Foundations of Language Development: A Multidisciplinary Approach* (pp. 49–73). New York: Academic Press.

25. Nerubenko, N.V. (2013). Phraseological units of economic discourse (based on the example of the German language). *Philological Sciences. Issues of Theory and Practice*, 9(27), 142–144.
26. O'Halloran, K.L. (1999). Interdependence, interaction and metaphor in multisemiotic texts. *Social Semiotics*, 9(3), 317–354.
27. Potebnya, A.A. (1926). *Thought and language* (5th ed.). Kharkiv: State Publishing House of Ukraine.
28. Rich smell. (2013, December 21). In *The Economist*. Retrieved from <https://www.economist.com/international/2013/12/21/rich-smell>.
29. Rise of the midshores. (2013, February 14). In *The Economist*. Retrieved from <https://www.economist.com/special-report/2013/02/14/rise-of-the-midshores>.
30. Safina, R.A. (2002). Phraseological meaning expressing material and monetary relations in the German and English languages. *Diss. cand. philol. scien.* Kazan: Kazan State University.
31. Sasina, S.A. (2007). Phraseological consequences of terminological origin in contemporary Russian-language and Russian discourses. *Diss. cand. philol. scien.* Krasnodar: Kuban State University.
32. Shekina, N.M. (2001). Types of texts in investment discourse. In *Text and Discourse: Problems of Economic Discourse* (pp. 123–130). Saint Petersburg: Publishing House of Saint Petersburg University of Economics and Finance.
33. Sinelnikov, Y.G., Sinelnikova, I.I., Androsova, S.A., & Sleptsova, S.V. (2015). The National and cultural component of the French emotive phraseological units denoting negative emotions. *The Social Sciences*, 10(6), 1132–1134.
34. Skandera, P. (2007). *Phraseology and culture in English*. Berlin, New York: De Gruyter Mouton.
35. Sommer, R. (2004). Beyond (classical) narratology: New approaches to narrative theory. *European Journal of English Studies*, 8(1), 3–12.
36. Taylor, J.R. (2002). *Cognitive grammar*. Oxford: Oxford University Press.
37. The Midas touch. (2000, July 27). In *The Economist*. Retrieved from <https://www.economist.com/business/2000/07/27/the-midas-touch>.
38. Vereshagin, Y.M., & Kostomarov, V.G. (1990). *Language and culture: Country-specific linguistics in teaching Russian as a foreign language* (4th ed.). Moscow: Russian Language Publishing House.
39. What is 'Bull Market'. (n.d.). In *The Economic Times*. Retrieved from <https://economictimes.indiatimes.com/definition/bull-market?from=mdr>.
40. What's Malay for gerrymandering?. (2014, August 9). In *The Economist*. Retrieved from <https://www.economist.com/asia/2014/08/09/whats-malay-for-gerrymandering>.
41. You beasts. (2002, November 21). In *The Economist*. Retrieved from <https://www.economist.com/leaders/2002/11/21/you-beasts>.