

# КОНЦЕПТ СТОИМОСТИ В АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ИДИОМАТИКЕ

*Великанова О.Р.,*

*студентка 5 курса ВГУ имени П.М. Машерова, г. Витебск, Республика Беларусь  
Научный руководитель – Бочкова Г.Ш., ст. преподаватель*

Ключевые слова: идиома, фразеологическая единица, экономический дискурс, семантика, лексическое значение, цена.

В условиях расширения международных экономических коммуникаций точное и глубокое понимание профессионального дискурса становится неотъемлемой частью успешной коммуникации. Экономический язык, помимо строгой терминологии, активно использует образные средства, среди которых особое место занимают идиомы. Эти устойчивые выражения служат не только для украшения речи, но и выполняют важную функцию оценки, гиперболизации и эмоционального воздействия, позволяя в лаконичной форме передавать сложные экономические концепции и отношение к ним.

*Актуальность* данного исследования определяется значимостью лингвистического изучения фразеологических единиц, функционирующих в рамках экономического дискурса, что связано с распространением экономических знаний и укреплением международного сотрудничества в финансово-экономической сфере.

*Целью* данной статьи является выявление и семантический анализ английских идиоматических выражений, описывающих феномен цены и стоимости, на материале современной экономической публицистики.

**Материал и методы.** Материал исследования – английские идиомы в статьях электронной газеты «The Guardian». В ходе анализа были использованы метод сплошной выборки, сравнительно-сопоставительный и описательно-аналитический методы.

**Результаты и их обсуждение.** В рамках экономического дискурса цена представляет собой фундаментальную категорию, выступая денежным выражением стоимости товара или услуги. Формально она определяется как конкретное количество денежных единиц (или иных товарных эквивалентов), за которое продавец согласен передать, а покупатель – приобрести единицу данного блага [1, с. 136]. Проблема сущности, формирования и динамики цен, будучи центральной для экономической теории и практики сохраняет свою актуальность на протяжении столетий, что находит непосредственное отражение в языке. В частности, в англоязычном экономическом и общественно-политическом дискурсе сформировался устойчивый пласт идиоматических выражений, служащих для образной и оценочной характеристики ценовых явлений.

Одной из наиболее выразительных идиом данной группы является оборот *to pay eye-watering prices*, который передает идею чрезвычайно высокой 'запредельной' цены, способной вызвать у покупателя слезы'. Эта идиома активно используется для описания ситуаций потребительских трат, воспринимаемых как неоправданно большие, что иллюстрируется следующим

примером: *The Office for National Statistics highlighted recreation and culture as a factor here: including "cultural services" such as theatre and gig tickets, and "games, toys and hobbies", including video games – suggesting consumers are continuing to pay eye-watering prices for a night out – or in* [2]. – ‘Управление национальной статистики выделило отдых и культуру в качестве ключевого фактора. Сюда входят «культурные услуги», такие как билеты в театр и на концерты, а также «игры, игрушки и хобби», включая видеоигры, что говорит о том, что потребители продолжают **платить непомерно высокие цены** за отдых дома и вне’.

Процесс резкого и часто несправедливого повышения цен вербализуется идиомой *to hike up the price* ‘набивать цену’: *Morgan Wild, head of policy at Citizens Advice, said: «We called on firms to support their customers during this incredibly challenging time, but many chose not to listen and instead **hiked the price up**»* [2]. – ‘Морган Уайлд, руководитель отдела политики организации Citizens Advice, заявил: «Мы призывали компании поддержать своих клиентов в это невероятно сложное время, но многие предпочли не прислушиваться и вместо этого **взвинтили цены**’.

Для описания высокой стоимости в более общем, гиперболизированном ключе используется идиома *to cost an arm and a leg* ‘стоять очень дорого, стоять сумасшедших денег, стоять целое состояние’. Данная идиома подчеркивает, что приобретение товара сопоставимо с непомерно высокой жертвой. Наличие в составе оборота компонентов-соматизмов (*arm, leg*) усиливает эффект образности: *Bookmakers' starting prices often **costing punters an arm and a leg**»* [2]. – ‘Ставки у букмекеров по начальным коэффициентам часто **обходятся игрокам в копейчку**’.

Синонимичным значением обладает выражение *worth its weight in gold* ‘на вес золота цениться’: *Worth its weight in gold: how to make a killing predicting the Oscars. The TV audience may be in decline, but a passionate community of amateurs has been monitoring every tremor of buzz long before the ceremony* [2]. – ‘**На вес золота: как сорвать куш**, предсказывая “Оскар”. Аудитория телезрителей может сокращаться, но страстное сообщество любителей отслеживает малейшие признаки ажиотажа задолго до церемонии’.

Крайне низкую, минимальную стоимость характеризует идиома *cheap as chips* ‘стоять гроши, пятикопеечный’: *Cheap as chips. There are fears that new laws on electrical waste will fail if consumers cannot be persuaded to turn their backs on cut price gadgets* [14]. – ‘**Дешевле некуда**. Есть опасения, что новые законы об утилизации электронных отходов не сработают, если потребителей не удастся убедить отказаться от дешевых гаджетов’.

**Заключение.** Проведенный анализ демонстрирует, что идиоматика, связанная с концептом цены, образует в английском языке целостную и выразительную систему, служащую для интенсивной оценки стоимостных явлений. Выявленные идиомы можно условно разделить на несколько оценочных групп: гиперболическое обозначение чрезвычайно высокой стоимости (*to pay eye-watering prices, to cost an arm and a leg*), характеристика процесса несправедливого повышения цен (*to hike up the price*), маркировка крайне

низкой стоимости (*cheap as chips*), а также выражения, передающие идею переплаты или, наоборот, высочайшей ценности. Важно отметить, что в основе многих из этих единиц лежат яркие метафоры и соматизмы, что усиливает их воздействующий потенциал и культурную маркированность.

1. Давыденко, Л. Н. Основы экономической теории: принципы, проблемы, политика трансформации. Международный опыт и белорусский вектор развития: учеб. пособие / Л. Н. Давыденко. – 2-с изд., перераб. – Минск: ИВЦ Минфина, 2011. – 452 с.

2. The Guardian. – URL: <https://www.theguardian.com/international> (дата обращения: 15.01.2026).

3. Oxford Learner's Dictionary of Academic English. – URL: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com> (дата обращения: 15.01.2026).

4. Кунин, А. В. Англо-русский фразеологический словарь / А. В. Кунин. – Изд. 4-е, переработанное и дополненное. – М. : 1984. – 944 с.

## **СТРАТЕГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ЯЗЫКОВОГО И РЕЧЕВОГО ПОВЕДЕНИЯ В КОНКУРЕНТНЫХ ДЕЛОВЫХ ПЕРЕГОВОРАХ (НА МАТЕРИАЛЕ ФИЛЬМА «WALL STREET»)**

*Горбачёва Д.О.,*

*студентка 5 курса ВГУ имени П.М. Машерова, г. Витебск, Республика Беларусь  
Научный руководитель – Бочкова Г.Ш., ст. преподаватель*

Ключевые слова: языковое поведение, речевое поведение, деловые переговоры, конкурентная стратегия, коммуникативные тактики, манипуляция.

Языковое и речевое поведение участников деловых переговоров представляет собой сложный, многокомпонентный феномен, находящийся на стыке лингвистики, психологии и социокультурных исследований. В условиях глобализации и усиления межкультурных бизнес-контактов эффективность коммуникации становится ключевым фактором успеха, а анализ стратегий переговорного взаимодействия – актуальной научной задачей. Особый интерес представляют конкурентные переговоры, где доминируют стратегии соперничества, а языковые и речевые средства используются как инструмент давления, доминирования и манипуляции.

*Актуальность* исследования обусловлена возрастающей потребностью в понимании механизмов вербального и невербального воздействия в профессиональной коммуникации. Анализ смоделированных, но достоверных переговорных ситуаций в кинематографе позволяет наглядно выявить и систематизировать практические модели поведения, что имеет значительную практическую ценность для формирования коммуникативной компетенции будущих специалистов в сфере межкультурной коммуникации и перевода.

*Цель* исследования – выявить и проанализировать стратегические особенности языкового и речевого поведения участников конкурентных деловых переговоров на материале фильма «Wall Street».