

*Батлаш Д. А.*

**КЛАССИЧЕСКИЕ ЯЗЫКИ В СОВРЕМЕННОМ МАРКЕТИНГЕ**

*Научный руководитель проф. Гончарова Н. А.*

*Кафедра латинского языка*

*Белорусский государственный медицинский университет, г. Минск*

Интерес к античной культуре приходится к постсоветскому времени. Тогда это было ново, свежо и изящно, образно выражало смысл конкретного общественного заведения. Однако межкультурная коммуникация, современная глобализация и увеличение интереса к западной культуре отодвинули классические языки с лидирующих позиций. Целью нашей работы является определить степень участия латинского и древнегреческого языков в современном маркетинге.

На основании анализа доступной нам информации и личных наблюдений установлено, что распространение античного влияния проявляется не только в науке и культуре, но и получило должное влияние на бытовую сферу. Скучные и однообразные вывески заменяются оригинальными именами для товаров и услуг, позволяющие подчеркнуть выгоду от их использования. Семантика таких слов выражает те качества, которые важно подчеркнуть: престижность, метафоричность, загадочность и индивидуальность. Броское название привлекает клиентов и покупателей, обращает на себя внимание, интригует. Отсюда сознательное, преднамеренное употребление элементов античной культуры.

Таким образом, классические языки не потеряли свое влияние в современном мире. Они, звучные и красивые, по-прежнему остаются востребованы.