ФГБОУ ВО ЮГУ
ГУМАНИТАРНЫЙ ИНСТИТУТ СЕВЕРОВЕДЕНИЯ

НАУЧНЫЙ СЕМИНАР 24.05.2021

Латинизмы в наименованиях организаций ХМАО-Югры

Докладчик:

Мытку Марина Николаевна

Модератор:

Челак Елена Анатольевна

Ханты-Мансийск, 2021

Актуальность обусловлена тем, что в настоящее время в России и в частности в ХМАО-Югре активно развивается сфера бизнеса. Множество компании выбирают в качестве средства номинации латинскую лексику. Так как название организации – один из важнейших компонентов, составляющих имидж компании и влияющих на потребительский интерес, необходимо изучение коммуникативной эффективности латинских слов как средств номинации.

Объект: особенности употребления латинизмов в названиях коммерческих организаций ХМАО-Югры

Предмет: латинская лексика в номинации коммерческих организаций ХМАО-Югры

Цель работы – оценить целесообразность употребления латинской лексики в коммерческой номинации, создающей ономастический ландшафт ХМАО-Югры.

Задачи:

1. Изучить теоретический материал по исследуемой теме.
2. Составить картотеку коммерческих организаций ХМАО-Югры, в названиях которых присутствует латинская лексика
3. Проанализировать употребление латинской лексики в названиях коммерческих организаций с точки зрения информативности и коммуникативной эффективности.
4. Сделать выводы о целесообразности употребления в коммерческой номинации ХМАО-Югры

В качестве материала исследования послужили 111 прагматонимов (наименований коммерческих организаций) Ханты-Мансийского автономного округа – Югры из 6 наиболее крупных городов: Ханты-Мансийск, Сургут, Нижневартовск, Нефтеюганск, Когалым, Нягань.

111 коммерческих наименований

Названия предприятий, в деятельности которых латинский терминологический аппарат занимает одно из главных мест

- аптеки
- медицинские центры
- юридические фирмы

Названия предприятий, в деятельности которых обычно не функционирует латинская лексика

- продуктовые магазины
- салоны красоты
- рестораны
- цветочные магазины и т.д.

Названия предприятий, в деятельности которых латинский терминологический аппарат занимает одно из главных мест

Юридические фирмы

- *«Север-лекс» (Ханты-Мансийск)* – от лат. lex – «закон»
- *«Агенство Лекс» (Нефтеюганск)*
- *«Art de lex»* (Сургут) – крылатое выражение, переводится как «искусство права»
- «ДЕ-ЮРЕ» (Сургут) – от лат. De jure – «юридически»
- «Форум» (Сургут) – от лат. forum – «рыночная площадь»

Названия предприятий, в деятельности которых латинский терминологический аппарат занимает одно из главных мест

Медицинские центры, аптеки

- *«Valeo Farm»(аптека, Ханты-Мансийск)* – корень Фарма-, имеющий греческое происхождение (от греч. φάρμακον «лекарство, яд»), от лат. valere «быть сильным, иметь возможность, стоить»
- ОМНИФАРМ (аптека, Сургут) – от лат. omni — собирательная форма со значением «все»
- *«Августина» (аптека, Сургут)* – от лат. augustus «величественная»
- *«ИНВИТРО» (медицинский центр, Ханты-Мансийск)* – от лат. in vitro «в стекле». Это устойчивое сочетание, используемое в латинском языке, как наречие. В русском языке употребляется в медицинском дискурсе в качестве обозначения действия происходящего в пробирке, в искусственных условиях.

Названия предприятий, в деятельности которых обычно не функционирует латинская лексика

- «**Корона**» (продуктовый магазин, Ханты-Мансийск) – от лат. corona — «венок, венец»
- ОАО НК «**Паритет**»(промышленные услуги, Ханты-Мансийск) – от лат. paritas – «равенство»
- «**Фортуна**» (продуктовый магазин, Ханты-Мансийск) – существительное произошло от имени древнеримской богини счастья, удачного случая – Fortuna. В свою очередь, имя Богини происходит от существительного fors – шанс.

Названия предприятий, в деятельности которых обычно не функционирует латинская лексика

- «**Aurum Beauty**» (салон красоты и загара, Нижневартовск) – от лат. aurum – золото
- «**ACORD**» (ресторан, Сургут) – от позднелат. accordo — согласовываю
- «**Olivia**» (салон красоты, Ханты-Мансийск) – имя латинского происхождения. Происходит от слова oliva, что в переводе означает "оливковое дерево"

Названия предприятий, в деятельности которых обычно не функционирует латинская лексика

- «**Марина**» (парикмахерская, Сургут) – Марина - женский аналог редкого древнеримского мужского имени Марин, происходящего от лат. «marīnus» – «морской»
- *«**Виктория**» (продуктовый магазин, Нефтеюганск)* – от лат. «Victoria» – «победа»
- *«**Юлия**» (продуктовый магазин, Нефтеюганск)* – от лат. Iulia — «июльская» или «из рода Юлиев». От римского родового имени Julius/Iulius

Оценка эффективности использования латинских слов в качестве средства коммерческой номинации.

22 опрошенных на данный момент. Возраст – от 18 до 23

1. Как вы думаете, что можно приобрести в магазине с таким названием/какие услуги получить?

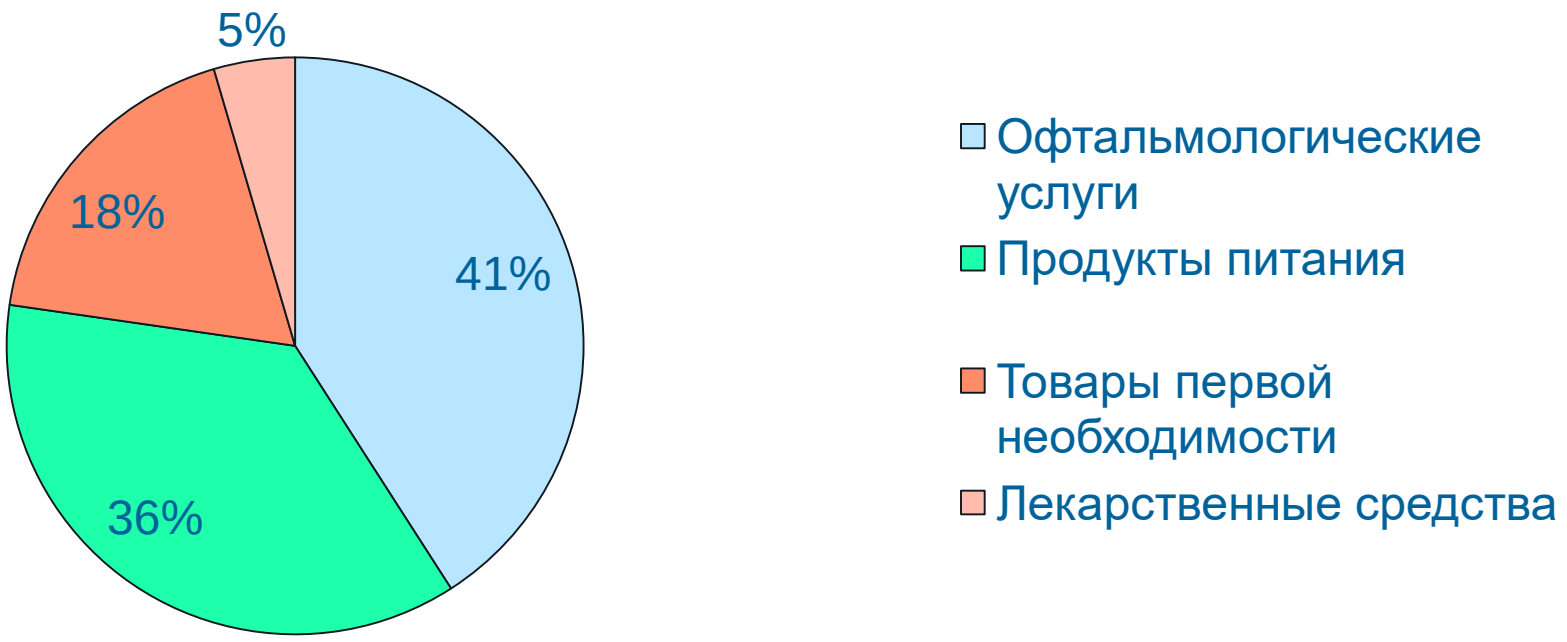
- «ПроВизио»
- «СитиФикс»
- «Флоренс»
- «Август»
- «Соло» и т.д.

2. Какое название вы считаете наиболее удачным?

В данной группе вопросов респондентам были даны по 4 названия предприятий различных сфер (юриспруденция, туризм, ресторанный бизнес и т.д.)

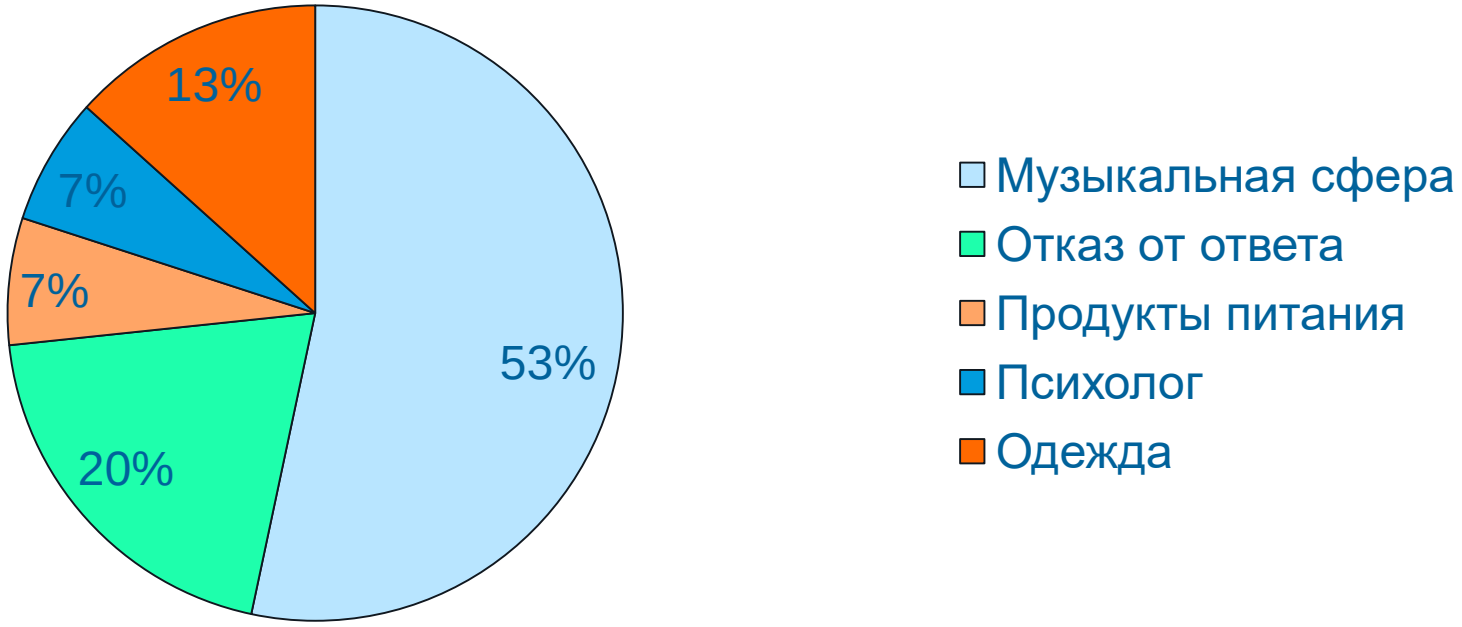
Низкий уровень информативность

- «ПроВизио» (аптека, город Сургут) – от лат. provisor — заранее заботящийся, заготовляющий, буквально (pro- + visor) — предвидящий



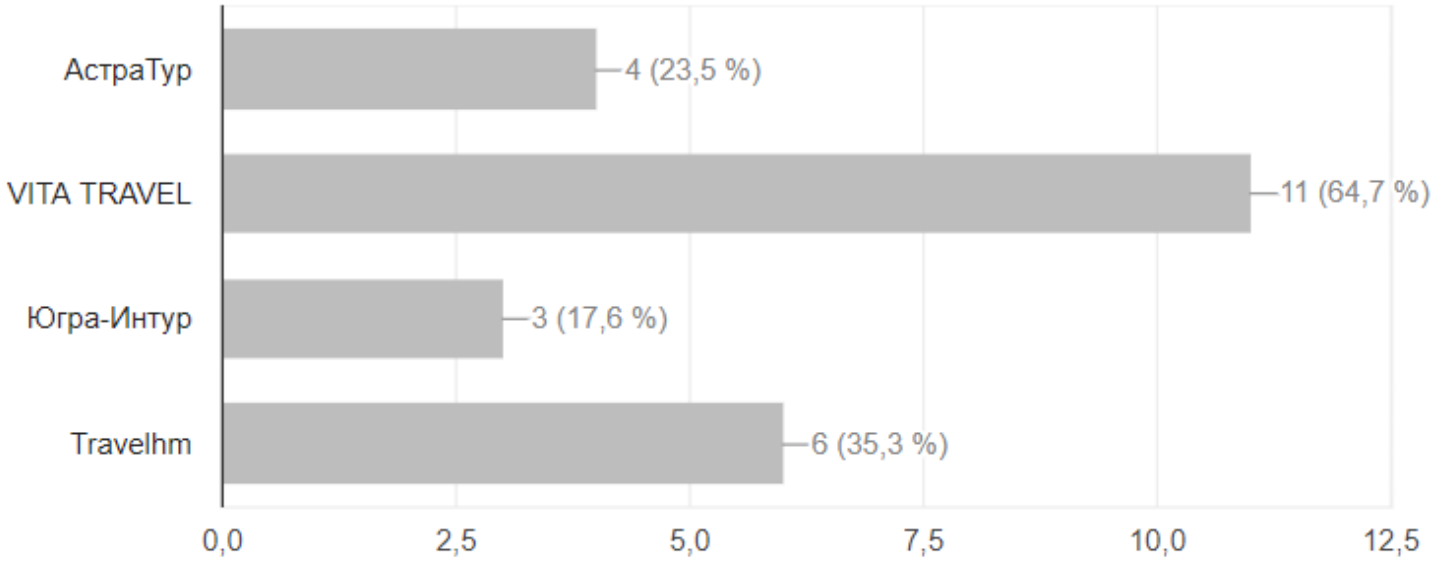
Низкий уровень информативность

- «**Соло**» (парикмахерская, Нефтеюганск) – от латинского solus «один, одинокий»



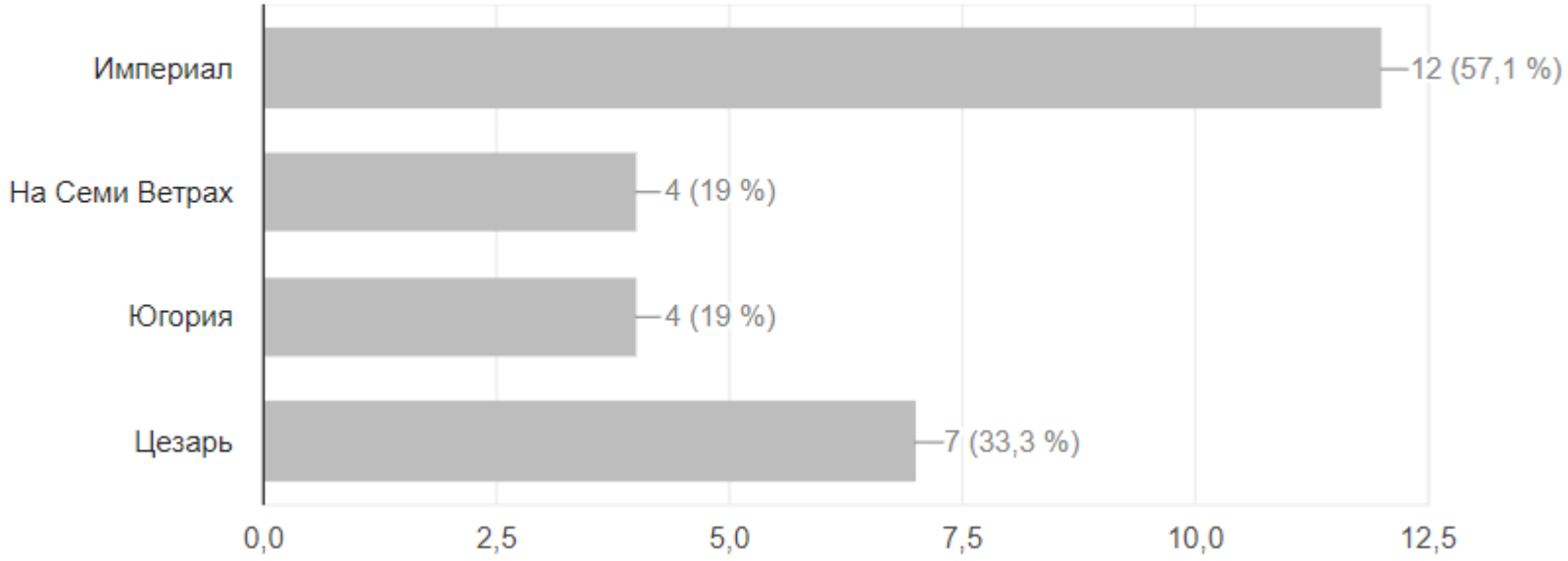
Высокий уровень коммуникативной эффективности

Какое название/названия вы считаете наиболее удачным/удачными для туристического агентства?



Высокий уровень коммуникативной эффективности

Какое название/названия вы считаете наиболее удачным/удачными для ресторана?



Спасибо за внимание!