

НОМИНАЦИЯ ТОРГОВЫХ НАЗВАНИЙ ЛЕКАРСТВЕННЫХ СРЕДСТВ

NOMINATION OF TRADE NAMES OF MEDICINAL PRODUCTS

**L. Baboshkina
E. Dykusova**

Summary: This article is devoted to the problem of word formation of trade names of medicines. The authors made an attempt to analyze trade names from the point of view of their form and content. The material for the study was trade names widely presented in the pharmaceutical market. The article is addressed to students and teachers of educational institutions of medical profile.

Keywords: trade name, medicinal product, pharmaceutical terminology, word formation, semantics, etymology.

Бабошкина Любовь Валентиновна

старший преподаватель, Алтайский государственный
медицинский университет (г. Барнаул)
Lyubov.baboshkina@mail.ru

Дыкусова Елена Витальевна

старший преподаватель, Алтайский государственный
медицинский университет (г. Барнаул)
Dykusova1962@inbox.ru

Аннотация: Данная статья посвящена проблеме словообразования торговых наименований лекарственных средств. Авторами предпринята попытка анализа торговых названий с точки зрения их формы и содержания. Материалом для исследования послужили торговые названия, широко представленные на фармацевтическом рынке. Статья адресована студентам и преподавателям образовательных учреждений медицинского профиля.

Ключевые слова: торговое наименование, лекарственный препарат, фармацевтическая терминология, словообразование, семантика, этимология.

В современной терминологии, изучаемой в медицинских вузах, фармацевтическая терминология является одним из ведущих разделов. В данном разделе сосредоточены значимые языковые сведения о латинских фармацевтических терминах. Знания и умения, полученные при изучении раздела «Фармацевтическая терминология», необходимы студентам для безошибочного в орфографическом и грамматическом аспектах написания латинской части рецепта, для овладения дисциплиной «Фармакология», для практической деятельности врачей и фармацевтов, для чтения аннотаций к препаратам и рецептурных справочников. При освоении фармацевтической терминологии основное внимание уделяется изучению способов словообразования тривиальных наименований лекарственных средств, правилам получения латинских наименований лекарственных средств, правилам образования названий некоторых химических соединений (кислот, оксидов, солей, эфиров, гидратов). Кроме того, студенты приобретают умение извлекать необходимую информацию о тривиальных наименованиях путем изучения так называемых «общих основ» для международных непатентованных наименований (частотных отрезков). Обучаемые знакомятся также с понятием «торговые названия лекарственных препаратов» (готовых лекарственных средств). Эти торговые наименования будут активно использоваться в дальнейшей практической деятельности врачей и фармацевтов. В данной статье торговые наименования рассматриваются как термины фармацевтической терминологии, являющейся одной из подсистем медицинской терминологии, или, по мнению А.В. Суперанской, «подъязыком» [1, с.8].

Анализируя торговые названия лекарств как термины, авторы опирались на теорию общей терминологии, предложенную А.В. Суперанской, Н.В. Подольской и Н.В. Васильевой. В свете этой теории любое торговое название – это «термин из разряда специальной лексики» [1, с.7]. В терминологии у терминов «иная сочетаемость», нежели в общенародном языке, и «разнообразные словообразовательные возможности» [1, с.7]. А.В. Суперанская, Н.В. Подольская и Н.В. Васильева полагают: «Любые единицы специальной лексики обнаруживают много сближающих их черт не только потому, что они противопоставлены общей лексике вследствие иной, преднамеренно измененной связи с понятием и именуемым объектом, но и потому, что они существуют не в языке вообще, а внутри особых подъязыков. Понятие подъязык можно определить как систему искусственно культивируемых тематически организованных специализированных языковых средств, меньшую по объему, чем национальный язык, и занимающую в нем подчиненное положение» [1. С.8].

Как известно, торговое (коммерческое) название (англ. Trade Name) является названием препарата (готового лекарственного средства), предназначенного для торговли. Существуют определенные требования к номинации лекарственных средств. В «Методических рекомендациях по рациональному выбору названий лекарственных средств» изложены современные принципы выбора названий лекарственных препаратов, основанные на действующем законодательстве и учитывающие исторически сложившуюся и общепринятую международную практику. Данные рекомендации включают нижеперечисленные требования.

Названия лекарственных препаратов должны быть по возможности краткими, лаконичными, легко произносимыми. Поскольку названия лекарств являются частью медицинской терминологии, они призваны помогать специалистам (медицинским и фармацевтическим работникам) и потребителям ориентироваться в их составе и действии.

Согласно методическим рекомендациям, не следует использовать в торговых наименованиях международные непатентованные наименования или сходные с ними названия для лекарственного препарата другого химического состава или действия. Так, например, торговое название Орунгамицин содержит в своем составе итраконазол. Данное название может дезориентировать специалистов и потребителей относительно истинного состава препарата, так как частотный отрезок «мицин», согласно рекомендациям ВОЗ, используется для обозначения антибиотиков.

Не следует выносить в наименование лекарственных препаратов названия лекарственных форм и дозы лекарственного вещества (за исключением препаратов из растительного сырья), но зачастую некоторые производители лекарств игнорируют это требование: Назальный спрей Доктор Тайсс, Флюковаг.

Не допускается также использование названий, способных ввести специалистов и потребителей в заблуждение относительно истинного состава и действия лекарственного препарата. Например, глазные капли «Цинка сульфат» содержат кроме цинка сульфата борную кислоту, поэтому данное название не полностью отражает истинный состав препарата. Кроме того, наименование лекарственного препарата не должно представлять его как самое эффективное, безопасное и исключительное по отсутствию побочных эффектов. Например, в названии Флюколдекс Супер Форте указание «Супер» является неинформативным. Нежелательно полностью воспроизводить в наименованиях лекарственных препаратов названия болезней и симптомов заболеваний (Антизапой, Антимигрен), анатомические термины, имена собственные, географические названия, общепринятые символы и слова из бытовой лексики (Анжелик, Кристина, мазь Кузнецова). Однако имеются случаи использования имен собственных в номенклатуре лекарственных средств, которые представляют собой хорошо известные специалистам фамилии их создателей, выдающихся ученых-медиков (Бальзам Шостаковского, линимент бальзамический по Вишневскому, раствор Люголя, жидкость Букова, капли Зеленина).

Нежелательно включать в торговые наименования указания на объекты культурного всемирного наследия (бальзам «Петр Великий», бальзам «Медный всадник», настойка «Тайна Гиппократы»).

Предметом данного исследования послужили торговые наименования лекарственных средств и биологически активных добавок. Авторами статьи была предпринята попытка проанализировать торговые наименования с точки зрения их структуры, способов и основных принципов их образования. В работе используется сравнительный метод, а также элементы этимологического, семантического, грамматического и словообразовательного анализа отобранных для исследования наименований. Были проанализированы торговые названия, представленные в пособии для врачей «Лекарственные средства» под редакцией М.Д. Машковского (т.1,2.), в справочнике Видаль «Лекарственные препараты в России», приводятся также данные интернет-ресурсов.

Итак, с точки зрения структуры торговые названия могут состоять из одного слова, то есть быть однословными, или иметь в своей структуре несколько слов, то есть быть многословными.

Однословные термины были рассмотрены в аспекте их словообразования и языкового происхождения. В результате однословные торговые наименования были распределены по группам следующим образом.

В соответствии со способами словообразования было выделено пять групп торговых наименований. В первую группу вошли торговые наименования, образованные путем основосложения или словосложения. По количественному составу это одна из многочисленных групп. Например, Липостат (греч. *lipos*-жир + греч. *statos*-останавливать), Тромбофоб (греч. *thrombo* - сгусток + *phobos* - страх, боязнь), Санорин (лат. *sano*-здоровье + греч. *rhinos*-нос).

Вторую группу составили наименования, образованные путем аббревиации. Примером может служить название Димексид, исходным химическим наименованием которого является Dimethylsulfoxidum. Торговое название Паркоцет образовано путем аббревиации международного непатентованного наименования Кодеин 8мг +ацетилсалициловая кислота +парацетамол + кофеин.

Третью группу составили наименования, полученные путем суффиксации. В торговых наименованиях, помимо суффикса -ин-, встречаются такие суффиксы, как -ал-, -ол-, -ел-, -ан-, -он-, -ил-, -акс-, -екс-, -икс-, -окс-. Например, Изадрин, Гуттон, Вольтарен, Буторфалол, Бронал, Дицетел, Бисакодил.

К четвертой группе относятся наименования, образованные путем префиксации, т.е. присоединения приставок латино-греческого происхождения к производящей основе: анти, контра - против, а, ан - отрицание, де(з) - от, супер, супра - сверх, ультра - более, сверх, эу - хорошо.

Например, Декарис, Ультракаин и др.

Пятую группу составляют тривиальные наименования, образованные «комбинированным» (смешанным) способом. Например, Панангин (греч. *pas, pantos*-весь+ *angeion* - сосуд + *-in-*), Антитромбин (*anti-* против + греч. *thrombos*-сгусток + *-in-*) - антикоагулянт, противосвертывающее, Эуноктин (*eu* -хорошо + *noх, nocis f* -ночь +*-in-*).

С точки зрения языкового происхождения однословные и многословные термины имеют в своем составе морфемы и лексемы латинского, греческого, русского, английского, немецкого языков. Рассмотрим торговые названия содержащие морфемы и лексемы, заимствованные из латинского языка.

Название Аквамарин представлено латинскими существительными *aqua* (вода) и *mare* (море). Наименование Вита-Ферр происходит от латинских слов *vita* - жизнь и *Ferrum* - железо. Наименование лекарства растительного происхождения Пантаглюцид образовано от латинского слова *Plantago* - подорожник. Название Фемостон образовано от латинского существительного *femina* - женщина. В названии Флюковаг морфема *-ваг-* (от латинского прилагательного *vaginalis* -влагалищный) указывает на способ введения лекарственного средства.

Значительное количество торговых названий состоит из греческих словообразовательных элементов. Так, например, наименование Клималанин создано на основе слова греческого происхождения *climax* со значением «лестница». Торговое наименование Эстровэл содержит словесный отрезок *-эстр-(-oestr-)* греческого происхождения, указывающий на препарат женских половых гормонов.

В некоторых торговых наименованиях встречаются слова из немецкого языка. Название Доппельгерц содержит немецкое существительное *herz* - сердце. В названиях лекарственных средств можно увидеть и французскую лексику: наименование Виардо форте содержит в своем составе фр. *Viardot*.

Характерной особенностью торговых названий, представленных на отечественном рынке, является наличие лексем русского языка: **Овесол**, **Слабилен**, **Диетрин-яблоко**, **Янтарь** - кардио, **Велсон**, **Для нос. Бобровая струя**.

Нередко в одном и том же торговом наименовании можно заметить морфемы и лексемы различного языкового происхождения. Например, наименование Стоптуссин содержит морфему *-стоп-* (от англ. *stop* - останавливать) и морфему *-тусс-* (от лат. *tussis* - кашель). Наименование Найз плюс происходит от англ. *nice* - хороший и лат. *plus* - больше). В торговом названии лекар-

ства **Велсон** выделяется морфема *вел-* (от англ. *well* - хорошо) и морфема *сон* (от русского сущ. *сон*).

Таким образом, рассмотренные выше с точки зрения словообразования и языкового происхождения однословные термины в большинстве случаев имеют информативную доминанту. Однако среди них иногда встречаются неинформативные наименования, указывающие на случайный признак. Возможно, производитель таким образом демонстрирует оригинальность и уникальность лекарственных препаратов: Кристина, Анжелик.

Среди торговых наименований имеется большое количество многословных названий, состоящих из двух и более слов. Такие наименования могут содержать лексемы различных частей речи. Многословные торговые наименования представлены следующими моделями: 1) имя сущ. + имя прилаг., 2) имя сущ. + имя сущ., 3) имя сущ. + имя сущ. с предлогами, 4) глагол в повел. накл. + словосочетание.

Первая группа представлена торговыми наименованиями, в которых прилагательное выполняет функцию согласованного определения: Мамино здоровье, Мужская сила, Мужская формула, Женское здоровье, Агри детский. Во второй группе несогласованное определение выражено существительным в родительном падеже, например, Струя бобра. В третью группу входят торговые наименования, в которых существительные с предлогами репрезентируют дополнительную информацию: Лаверон таб для женщин, Лаверон For women, Лаверон таблетки для мужчин, Таблетки против кашля. Немногочисленная группа торговых наименований содержит глагольные формы: глагол в повелительном наклонении + словосочетание (**Будь здоров!** Витаминно-минеральный комплекс от А до Zn, **Дыши** пластырь-ингалятор медицинский). В этих моделях, как можно видеть, содержится указание на гендерный признак (мужской, женский) и на возраст (детский, юношеский).

В результате проведенного анализа торговых наименований лекарственных средств можно сделать следующие выводы. Прежде всего, следует отметить, что торговые названия лекарств могут быть как информативно насыщенными, так и недостаточно информативными. Незначительное количество наименований, образованных по случайному признаку, не содержит информации, необходимой для специалистов и потребителей. Большинство торговых наименований лекарственных средств соответствует требованиям, указанным в «Методических рекомендациях по рациональному выбору названий лекарственных средств». Однословные наименования являются краткими, легко произносимыми и не представляющими трудностей для запоминания. Такие торговые наименования помогают медицинским работникам, фармацевтам и потребителям ориентироваться в

составе и действии лекарства. Что касается формы слова торговых наименований, то многие из них имеют графически и фонетически различаемую словесную оболочку. Анализ отобранной в группах лексики показал, что использование общих основ (частотных отрезков) латинского и греческого происхождения является характерной особенностью номинаций торговых названий. Торговые наименования содержат в своем составе

морфемы и лексемы не только латинского и греческого языков, но и заимствования из других языков, в том числе и русского. Языковое многообразие открывает широкие возможности для словотворчества при образовании торговых наименований лекарственных средств, что, в свою очередь, является немаловажным в условиях стремительно развивающегося фармацевтического рынка и конкуренции между фирмами-производителями.

ЛИТЕРАТУРА

1. Суперанская Александра Васильевна, Подольская Наталия Владимировна, Васильева Наталия Владимировна. Общая терминология: Терминологическая деятельность. Изд. 3-е. - М.: Издательство ЛКИ, 2008. - 228с.
2. Машковский М.Д. Лекарственные средства: В 2 т. Т.1. - 14-е изд., перераб., испр. и доп. - М.: ООО «Издательство Новая Волна»: Издатель С.Б. Дивов, 2004.-540с.
3. Машковский М.Д. Лекарственные средства: В 2 т. Т.2. -14-е изд., перераб., испр. и доп. - М.: ООО «Издательство Новая Волна»: Издатель С.Б. Дивов, 2004.-608 с.
4. Лекарственные средства: 5000 наименований лекарственных препаратов и их форм (Свойства, применение, взаимодействие, противопоказания): Справочник / Под редакцией М.А. Ключева. - М.: ИКЦ «Лада», при участии ООО «Поматур», 2008.- 637 с.
5. Справочник Видаль Лекарственные препараты в России: Справочник. М.: АстраФармСервис, 2004г. 1488с.

© Бабошкина Любовь Валентиновна (Lyubov.baboshkina@mail.ru), Дыкусова Елена Витальевна (Dykusova1962@inbox.ru).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»