

УДК 811.161.1

DOI: 10.26140/bg23-2020-0901-0071

МОРФОЛОГИЧЕСКИЕ СПОСОБЫ ОБРАЗОВАНИЯ ФАРМАКОНИМОВ

© 2020

AuthorID: 825701

SPIN: 6484-8512

ResearcherID: AAA-4918-2019

ORCID: 0000-0002-7019-9866

Ситдикова Анастасия Владимировна, преподаватель кафедры
«Латинский язык и медицинская терминология»

Казанский государственный медицинский университет
(420012, Россия, Казань, улица Бутлерова, 49, e-mail: nastyyap@mail.ru)

Аннотация. Статья посвящена процессам номинации лекарственных средств, представленных на современном российском фармацевтическом рынке. Автором рассмотрены морфологические способы образования фармаконимов, то есть названий ЛС; определена продуктивность того или иного способа словопроизводства данных единиц. Проанализированы особенности каждого конкретного способа: префиксации, суффиксации, конфиксации, сложения, сложения с суффиксацией, а также способа включения. Утверждается, что современные названия лекарственных препаратов направлены на достижение, прежде всего, прагматических целей – завоевание лидирующих позиций на фармацевтическом рынке, возможность узнавания и применения потребителем, под которым подразумевается как профессионал, так и обыватель. Это приводит к появлению нетрадиционных способов словопроизводства и других особенностей, характеризующих данную область, что все чаще привлекает внимание языковедов. В исследовании делается вывод о преобладающем значении прагматического аспекта, который определяет выбор того или иного названия, а также о переходе современных фармаконимов в разряд прагматонимов – словесных товарных знаков, что приводит к установлению двойственной природы фармаконимов как одновременно терминов фармацевтической науки и единиц ономастики.

Ключевые слова: словообразование, номинация лекарственных средств, фармаконим, прагматоним, ономастика, имя собственное, фармацевтическая терминология, морфологическое словообразование, фармацевтический рынок.

MORPHOLOGICAL DERIVATION OF PHARMACONYM

© 2020

Sitdikova Anastasia Vladimirovna, lecturer of the department
of «Latin language and medical terminology»

Kazan State Medical University
(420008, Russia, Kazan, street Butlerova, 49, e-mail: nastyyap@mail.ru)

Abstract. The article is devoted to the processes of medicines nomination that are presented on the modern Russian pharmaceutical market. Author considers the morphological methods of the pharmaconyms formation (drug names) and determines the productivity of a particular method of word production. The features of each specific method are analyzed: prefixation, suffixation, confixation, composition, composition with suffixation and a special way of inclusion. Author claims that the modern medicines names are aimed at achieving pragmatic goals – gaining a leading position in the pharmaceutical market, the possibility of recognition and use by the consumer, that is, professional and average man. This contributes to the emergence of non-traditional methods of word derivation and other features that characterize this area, which attracts the linguists attention. Conclusions are made about the prevailing importance of the pragmatic aspect, which determines the choice of a name, and about the transition of modern pharmaconyms to the category of pragmatonyms – verbal trademarks. This leads to the establishment of the dual nature of pharmaconyms: as the terms of pharmaceutical science and units of onomastics.

Keywords: word formation, medicines nomination, pharmaconym, pragmatonym, onomastics, proper name, pharmaceutical terminology, morphological word formation, pharmaceutical market.

ВВЕДЕНИЕ

Постановка проблемы в общем виде и ее связь с важными научными и практическими задачами. В настоящее время в сфере номинации лекарственных средств (далее – ЛС) происходят процессы, которые все чаще привлекают внимание языковедов. Торговое название лекарственного препарата не просто входит в фармацевтическую терминологию наряду с другими терминами данной области, но и переходит в ономастическое пространство в качестве прагматонима – «номена для обозначения сорта, марки, товарного знака» [1]. Названия ЛС на современном этапе развития фармации направлены на достижение коммерческого успеха и создание бренда. Фармпредприятия в погоне за прибылью обращаются к услугам брендинговых и нейминговых агентств с целью разработки такого названия. В силу специфики производства фармпродукции название лекарственного средства становится единственным отличием данного продукта среди десятка препаратов с идентичным составом – одинаковым действующим веществом (далее – ДВ). В качестве фармаконима, то есть названия ЛС, часто используются фармдериваты, образованные при помощи различных морфологических способов словопроизводства.

Анализ последних исследований и публикаций, в ко-

торых рассматривались аспекты этой проблемы и на которых обосновывается автор; выделение неразрешенных ранее частей общей проблемы. Номенклатура ЛС как особая область фармации, требующая внимательного изучения и систематизации, оказалась в центре внимания исследователей в конце XX начале XXI века. Данное время характеризуется появлением большого числа научных и учебно-методических работ, посвященных анализу новых наименований ЛС, появившихся на фармацевтическом рынке за последнее время, а также другим аспектам фармацевтической номенклатуры: Р.Е. Березникова, Н.Б. Дремова, Э.А. Коржавых (2002, 2005) [2], [3]; А.В. Выровщикова, В.В. Дудченко, Л.В. Корнеева (2003) [4]; О.Б. Бурдина (2011) [5]; М.Н. Лазарева (2006) [6], и др. В то же время деривационные особенности формирования торговых названий ЛС остаются практически неизученными. Данный факт определяет актуальность настоящего исследования. Описание и систематизацию некоторых словообразовательных средств можно встретить в фундаментальном труде профессора Н.Б. Дремовой и доцента Р.Е. Березниковой «Номенклатура лекарственных средств: особенности формирования и фармацевтическая информация», выпущенном в 1995 году.

МЕТОДОЛОГИЯ

Формирование целей статьи (постановка задач). Целью данного исследования является анализ продуктивных способов и средств морфологического словопроизводства, участвующих в построении торговых названий ЛС в русском языке. Под названиями ЛС в данной работе мы подразумеваем как собственно названия ЛС, так и наименования БАДов и гомеопатических препаратов, то есть все то, что в сознании потребителя направлено на лечение заболеваний. Задачи исследования заключаются в рассмотрении структурно-семантических особенностей построения фармдериватов, а также оценивании прагматического аспекта как одного из ведущих в процессе номинации.

РЕЗУЛЬТАТЫ

Изложение основного материала исследования с полным обоснованием полученных научных результатов. В ходе исследования нами было установлено, что наиболее продуктивным способом образования фармаконов является суффиксация. Образование фармдериватов при помощи суффиксов в равной степени свойственно наименованиям БАДов, гомеопатических препаратов и собственно названиям ЛС. Наиболее часто названия ЛС образуются с помощью суффикса *-ин-*, происходящего от суффикса латинских прилагательных со значением *отношения к предмету, явлению, обозначенному основой*. Как известно, данный суффикс традиционно используется для оформления латинских названий ЛС: *Analginum*, анальгезирующее; *Coffeinum*, психостимулятор; *Oxycotinum*, утеротоник и т.д. В русском языке данный суффикс также оформляет названия ЛС и присоединяется к основам, выражающим самые разные значения: *Артринин* (< артрит), БАД; *Балансин* (< баланс), БАД; *Миндалин* (< миндалина), гомеопатическое; *Папайн* (< папайя), ферментное; *Рутин* (< ДВ - рутозид), ангиопротектор. Приведенные примеры демонстрируют, что зачастую производящая основа может быть представлена в усеченном виде.

Также довольно регулярно следующие суффиксы: *-ол-*: *Арбузол* (< арбуз), БАД; *Гастерол* (< лат. *gaster* 'желудок', ср.: гастрит, гастритический), БАД; *Диклофенакол* (< ДВ - диклофенак натрия), НПВС; *-ал-*: *Алкогал* (< алкоголь), БАД; *Ринитал* (< ринит), гомеопатическое; *Перхотал* (< перхоть), противогрибковое; *-ен-*: *Импульсен* (< импульс), БАД; *Релаксен* (< релакс), БАД; *Энерген* (< энергия), БАД.

Особенностью данных суффиксов является то, что в настоящее время они используются чаще всего без того значения, которое им было свойственно ранее. Например, суффикс *-ал-* (< лат. *alcohol*), изначально употреблялся в названиях снотворных ЛС, а затем в названиях ЛС, предназначенных для наркоза. В то же время приведенные выше примеры, содержащие данный суффикс, не относятся к перечисленным фармакологическим группам. Такие суффиксы призваны, во-первых, выполнять структурную функцию и оформлять конец производного фармакона, а во-вторых, используются в силу узнаваемости их как профессионалами, так и обывателями. По мнению исследователей, многие финали лишь имитируют традиционные суффиксы [7].

Префиксация используется производителями фармацевтической продукции с целью дополнения информации, содержащейся в производящей основе. Наиболее продуктивными являются следующие префиксы: *анти-* со значением *направленный против того, что указано мотивирующим словом*: *Антигерпес* (< герпес), гомеопатическое; *Антикариес* (< кариес), БАД; *Антихолестерин* (< холестерин), БАД; *супер-* со значением *повышение качества, усиление действия того, что названо мотивирующим словом*: *Супергематоген* (< гематоген), БАД; *Суперкальций* (< кальций), БАД; *Суперкомплекс* (< комплекс), БАД; *ультра-* со значением *крайняя степень проявления признака того, что названо мотивирующим словом*: *Ультрагель* (< гель), БАД; *Ультра-эффект* (< эффект), БАД.

Остальные префиксы для номинации российских наименований ЛС употребляются реже: *а-/ан-* со значением *устранение того, что названо мотивирующим словом*: *А-нематод* (< нематод (червь), БАД; *контр-* со значением *направленный против того, что названо мотивирующим словом*: *Контр-целлюлит* (< целлюлит), БАД; *про-* со значением *предназначенный для того, что названо мотивирующим словом*: *Пробаланс* (< баланс), БАД; *ре-* со значением *предназначенный для восстановления того, что названо мотивирующим словом*: *Редерм* (< греч. *derma* 'кожа', ср.: дерматит, дерматолог), глюкокортикостероид; *экстра-* со значением *крайняя степень проявления признака того, что названо мотивирующим словом*: *Экстра-Гем* (< ЛС - гематоген), БАД.

Спецификой суффиксального способа становится образование дериватов по модели «префикс + усеченная основа»: *Антидиаб* (< диабет), гипогликемическое; *Гипозоль* (< аэрозоль), противомикробное; *Ультрамокс* (< ДВ - моксифлоксацин) противомикробное. Это приводит к появлению способа, нехарактерного для традиционного словообразования.

Следуя традициям казанской лингвистической школы мы выделяем также конфиксацию (в традиционном словообразовании – префиксально-суффиксальный способ) – способ морфологического словообразования, при котором производящая основа осложняется аффиксом одновременно в пре- и постпозиции. Наиболее продуктивным в данной области является конфикс *анти...ин* со значением *средство, направленное против того, что указано мотивирующим словом*: *Антигриппин* (< грипп), средство для устранения симптомов ОРЗ и «простуды»; *Антипохмелин* (< похмелье), БАД; *Антитромбин* (< тромб), БАД. Остальные конфиксы малопродуктивны: *а...ин* со значением *средство, устраняющее то, что названо мотивирующим словом*: *Амигренин* (< мигрень), противомигренозное; *пре...ин* со значением *средство, направленное на предупреждение того, что названо мотивирующим словом*: *Предиабетин* (< диабет), БАД; *про...ин* со значением *средство, предназначенное для того, что названо мотивирующим словом*: *Проинтеллектин* (< интеллект), БАД и др.

В целом, данный способ характеризуется малой продуктивностью и редко используется производителями для номинации ЛС.

Способы сложения и сложения с суффиксацией также нечасто используются производителями-номинаторами для созданий торгового названия ЛС. Причины этого кроются, прежде всего, в громоздкости производных фармаконов, что противоречит принципам маркетинга и рекламы, а также собственному рекомендациям по номинации лекарственных препаратов. С другой стороны, сложение позволяет включить в состав фармакона больше информации о его составе, свойствах и фармакологическом действии: *Венокомфорт* (< комфорт вен), БАД; *Океанодар* (< дар океана), БАД; *Тромбогель* (< гель от тромбов), антикоагулянт. Зачастую основа в таких производных носит связанный характер: *Гастригель* (< лат. *gaster* 'желудок', ср.: гастрит, гастритический + гель), БАД; *Кардиокапсулы* (< греч. *cardia* 'сердце', ср.: кардиолог, кардиологический + капсулы), БАД; *НейроКомфорт* (< греч. *neuron* 'нерв', ср.: нейролептик, нейромонитор + комфорт), БАД.

Кроме того, сложение может происходить без участия интерфикса: *Кальциймишки* (< мишки + кальций), БАД; *Мигстресс* (< миг + стресс), БАД; *СтрессБарьер* (< стресс + барьер), БАД.

Сложение с суффиксацией в силу причин, обозначенных выше, также редко используется производителями. Характерной особенностью этого способа становится использование преимущественно связанных основ: *Артросилакс* < артр (< греч. *arthron* 'сустав', ср.: артрит, артритический) + сила + акс, БАД; *Кардиомагнил* < карди (< греч. *cardia* 'сердце', ср.: кардиолог, кардиологический) + магний + ил, антиагрегантное; *Уронефрин* < ур

(< греч. *urōn* 'моча', ср.: уролог, урологический) + нефр (< греч. *perphros* 'почка', ср.: нефрит, нефритический) + ин, БАД.

Приведенные примеры основосложения и сложения с суффиксацией в большинстве случаев относятся к сфере номинации БАДов. Причины этого кроются в том, что названия БАДов в меньшей степени подчиняются правилам и предписаниям, регулирующим данную область фармации. Производители в данном случае могут позволить себе вывести на рынок длинное название, но зато понятное для потенциального потребителя.

Последний морфологический способ, которым образуются фармаконимы, – включение (универбация, стяжение, эллипсис и т.д.) – способ, при котором на базе словосочетания образуется аффиксальное производное, при этом одно слово словосочетания осложняется суффиксом, а второе в словообразовании не участвует, но его значение включается в значение производного слова (зачетка < зачетная книжка, грузовик < грузовая машина, передовица < передовая работница). Включение является промежуточным способом между аффиксацией и сложением (и их эквивалентами в семантическом словообразовании) [8].

В ходе исследования нами был обнаружен только один фармаконим, образованный данным способом. Это фармаконим *Аскорбинка*, БАД, образованный на базе словосочетания *аскорбиновая кислота* при помощи суффикса *-ка-*.

Примечателен факт того, что в настоящее время происходит процесс переосмысления данного деривата как суффиксального образования и появления таких производных, как *АскорутинКа* (< ЛС – Аскорутин), БАД; *Гематогенка* (< ЛС – Гематоген), БАД, образованных при помощи добавления суффикса *-ка-* со значением *единичности* к основе, указывающей на ЛС. Выбивается из данного ряда производных фармаконим *Зеленка* (< ДВ – бриллиантовый зеленый), антисептическое, образованный путем прибавления суффикса *-ка-* к основе, указывающей на цвет действующего вещества.

ВЫВОДЫ

Выводы исследования и перспективы дальнейших изысканий данного направления. Проведенное нами исследование показывает, что морфологические способы образования фармаконимов часто используются производителями с целью создания наименования-бренда, то есть такого названия, которое будет иметь высокую репутацию у потребителя и станет популярным. Выдвижение на первый план прагматического аспекта, то есть возможности адресатом-потребителем интерпретации внутренней формы фармаконима, приводит к пополнению фармацевтической терминологии нетипичными для неё единицами: морфемами, функционирующими преимущественно в общелитературном языке. Морфемы же, которые являются типичными для области фармации, указывают либо на то, что ЛС направлено против заболевания или его причины (префиксы *a-/ан-, анти-, дез-* и др.), либо подчеркивают эффективность называемого препарата (конфикс *ультра...ал* и др.), но иногда могут использоваться без специального значения (суффиксы *-ал-, -акс-, -он-* и др.), что в целом можно обозначить как негативное явление, так как такие названия затрудняют возможность их интерпретации и применения медиками. Прагматика также провоцирует появление нетрадиционных для русского языка способов словопроизводства, например, префиксации на базе усеченной основы. Перечисленные нами особенности приводят к росту числа наименований, характеризующихся экспрессивностью, выразительностью и прозрачной внутренней формой и переходу фармаконимов в раздел прагматонимов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Подольская Н.В. Словарь русской ономастической терминологии. М.: Наука, 1978. 198 с.
2. Березникова Р.Е., Дремова Н.Б., Коржавых Э.А. Особенности

формирования торговых наименований лекарственных средств – брендов XX века // Ремедиум. 2005. № 12. С. 9-14.

3. Березникова Р.Е., Дремова Н.Б., Коржавых Э.А. Товароведческая информация в наименованиях лекарственных средств // Экономический вестник фармации. 2002. №2. С. 75-82.

4. Выровщикова А.В., Дудченко В.В., Корнеева Л.В. и соавт. Современные принципы рационального выбора наименований лекарственных средств // Экономический вестник фармации. 2003. № 8. С. 19-23.

5. Бурдина О.Б. Национальный компонент в фармацевтическом дискурсе (на примере российской номенклатуры лекарственных средств) // Вестник Челябинского государственного университета. 2011. № 33. С. 34-36.

6. Лазарева М.Н. Особенности наименований лекарственных средств в гомеопатии // Ремедиум. Журнал о российском рынке лекарств и медицинской технике. 2006. № 7. С. 32-34.

7. Березникова Р.Е., Дремова Н.Б., Коржавых Э.А. Номенклатура лекарственных средств: особенности формирования и фармацевтическая информация: учебная монография. Курск: КГМУ, 2002. 152 с.

8. Николаев Г.А. Лекции по русскому словообразованию: учеб. пособие. Казань: Казан. гос. ун-т, 2009. 188 с.

Статья поступила в редакцию 03.12.2019

Статья принята к публикации 27.02.2020