

ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЙ НЕЙМИНГ

Исмаилова Л.Э.

Научный руководитель: преподаватель Корюк К.И.

Кафедра латинского языка

Санкт-Петербургский государственный педиатрический медицинский университет

Актуальность исследования: в современном мире название лекарственного средства является важным фактором, определяющим его продвижение на рынке. Название формирует представление о структуре и составе препарата, а также несет эмоциональную нагрузку.

Цель исследования: выявить и структурировать общие номинативные принципы в названиях ЛС. Сформулировать характерные черты удачного названия.

Материалы и методы: рассмотрение в качестве примера название известного бренда. Существующие классификации разных типов путем сопоставления критериев, по которым создаётся название ЛС

Результаты: в ходе исследования выявлено, что одним из важных этапов создания торговой марки лекарственного препарата является фармацевтический нейминг. Этот атрибут бренда является главным, так как словесные знаки лучше запоминаются за счёт одновременного действия смысловой и знаковой составляющих [1, 206–208].

Следует помнить, что у каждого ЛС есть несколько названий: химическое, показывающее из чего состоит препарат; международное непатентованное название (МНН) — используется в научной литературе; патентованное коммерческое название, которое присваивают фармацевтические фирмы, производящие лекарство [2, 215].

Существует два вида лекарств: рецептурные, для которых нужно иметь в названии упоминание диагноза заболевания. Например, морфин, трамодол и другие. И безрецептурные препараты, название которых должно быть запоминающимся и легко произносимым.

Например, лекарство «Виагра», которое создала компания Pfizer, стало известным, благодаря, не только своим свойствам, но и своему запоминающемуся названию [3].

Выводы: классификаций существует много, в зависимости от фокуса меняется угол изучения, но наиболее убедительным, по нашему мнению, считается, что при создании торговых названий ЛС следует учитывать такие критерии, как: краткость, приятное звучание без негативных ассоциаций и оригинальность написания.

Литература

1. Чернявский М.Н. Латинский язык и основы фармацевтической терминологии. Москва: Медицина, 2002. 448 с.
2. Нечай М.Н. Латинский язык для педиатрических факультетов. Москва: Кнорус, 2013. 344 с.
3. Здравоохранение Брянской области: О названиях лекарственных средств [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://www.brkmed.ru/article/o-nazvaniyah-lekarstvennyh-sredstv>.

ЛЕКСИЧЕСКАЯ ВАРИАТИВНОСТЬ ПОНЯТИЯ «ОТВЕРСТИЕ» В ЛАТИНСКОЙ АНАТОМИЧЕСКОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ

Кислицына Ю.Г., Дмитриева А.С.

Научный руководитель: к. ф. н., доцент Лисник М.В.

Кафедра иностранных языков

Ивановская государственная медицинская академия

Актуальность исследования: синонимические слова и выражения являются важной частью лексического разнообразия языка. При изучении медицинской терминологии часто возникает проблема правильного употребления синонимов, которые выражаются разными словами в латинском языке, а в русском имеют один вариант перевода.