

*IV Международная (74 Всероссийская) научно-практическая конференция
«Актуальные вопросы современной медицинской науки и здравоохранения»*

6. Audouin, Jean-Victor. Dictionnaire classique d'histoire naturelle. – Rey et Gravier, 1826. – P. 5.

7. «Introduction to Myiasis» The Natural History Museum of London

8. McGrath, Kimberley. Gale Encyclopedia of Science Vol. 1: Aardvark-Catalyst (2nd ed.). – Gale Group, 2001. — ISBN 0-7876-4370-X

УДК 811.124.06

**Власенко С.А., Сосновских В.С., Костылев Ю.С.
КОРНЕВЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ ЛАТИНСКОГО И ГРЕЧЕСКОГО
ПРОИСХОЖДЕНИЯ В НАИМЕНОВАНИЯХ ПРОДУКТОВ ЛЕЧЕБНОЙ
КОСМЕТИКИ**

Кафедра иностранных языков
Уральский государственный медицинский университет
Екатеринбург, Российская Федерация

**Vlasenko S.A., Sosnovskikh V.S., Kostylev Y.S.
ROOT ELEMENTS OF LATIN AND GREEK ORIGIN IN NAMES OF
MEDICAL COSMETICS PRODUCTS**

Department of foreign languages
Ural state medical university
Yekaterinburg, Russian Federation

E-mail: vlasenko_sofa@mail.ru

Аннотация. В статье рассмотрены наименования продуктов лечебной косметики в словообразовательном и семантико-деривационном аспектах. Особое внимание уделяется наименованиям, имеющим латинское или греческое происхождение. Производится семантический анализ наиболее частотных корней в таких наименованиях. Делается вывод о значительном (около 75%) количестве наименований, имеющих латинские или греческие по происхождению словообразовательные элементы. Это объясняется престижностью латинского языка в глазах носителей современных европейских языков, а также тесной связью проанализированных наименований со сферой медицинской терминологии.

Annotation. The article deals the names of products of medical cosmetics in word-formation and semantic-derivational aspects. Particular attention is paid to the names of Latin or Greek origin. A semantic analysis of the most frequent roots in such names is made. It is concluded that a significant (about 75%) number of titles that have word-building elements of Latin or Greek origin. This is due to the prestige of the Latin language in the opinion of speakers of modern European languages, as well as the close connection of the analyzed names with the scope of medical terminology.

Ключевые слова: латинский язык, медицина, косметика, семантическая деривации.

Key words: latin, the medicine, cosmetics, semantic derivation.

Введение

На вопрос «Насколько важен латинский язык?» любой человек, связанный с медициной, ответит, что он является неотъемлемой частью данной науки, так как он используется в научной терминологии, а также в производственной и промышленной сферах.

Наше внимание привлекла лечебная косметология, потому что на сегодняшний день большинство людей стремятся сохранить и продлить свою молодость на как можно длительный промежуток времени. В связи с этим лечебная косметика имеет высокий уровень развития и немалый потребительский спрос. Лечебная косметика интересна тем, что она находится на стыке медицинских товаров и продуктов массового потребления. А так как латинский язык является основой медицинских терминов, то названия лечебной косметики напрямую связаны с латинизмами.

Цель исследования – доказательство того, что латинский язык не утратил значения в наши дни, хоть и считается «мертвым» языком, а также показать, что наименования современной косметики корнями уходят в латинский и греческий языки. Этим целям мы добиваемся посредством анализа конкретных наименований лечебной косметики, проводим семантический и словообразовательный анализ и делаем вывод о значимости латинского языка для данной сферы.

Материалы и методы исследования

Для исследования нами были рассмотрены несколько косметологических препаратов известных линий и брендов, такие как VICHY, LA ROCHE-POSAY, CLARINS, LANCOME, LUMENE, LIBREDERM, QLINIQUE и YVES ROCHER. В целом было собрано 90 наименований косметологических продуктов. Анализируя данные, мы составили таблицу, которую разделили на 4 категории, соответствующие наиболее распространенным в Европе языкам: английскому, французскому, немецкому, а также латинскому. Нам интересен анализ латинских и греческих по происхождению терминов, так как именно они, как оказалось на практике, имеют большой успех, по сравнению с другими языками.

Результаты исследования и их обсуждения

Вопрос об освоении заимствований в языке является довольно сложным, поэтому мы условно делим латинские термины на две группы: освоенные (те, которые прижились в других языках, но имеют латинское или греческое происхождение) и неосвоенные (латинизмы, которые не имеют аналогов в других языках).

Деление на освоенные и неосвоенные термины является следствием дальнего взаимодействия европейских языков с латинским. Мы придерживаемся разделения слов на данные категории по формальным

признакам, например, наличие исконно латинского окончания типа «-(i)a» и «um» позволяет нам отнести слово к недостаточно освоенным. Так, слово «serum» обозначает «сыворотку» именно в такой форме в английском языке, но по указанному выше признаку, мы относим его к неосвоенным латинизмам (ср. Double Serum-двойная регенерирующая сыворотка представителя Clarins). Также в пример можно привести слова такие как «Idealia» (от греч. корня «idae») – идеальный и «absolue» (ср. с лат. absolutus, -a, -um) – абсолютный, слова очень похожи по значению, так как указывают на одинаковый признак – совершенство. Кроме того, к этой категории мы относим слова на базе латинских и греческих корней, то есть имеющих формальных признаков принадлежности к живым европейским языкам, например, «Normaderm».

Термины могут быть как однословными, так и многословными, в них мы можем видеть корни латинского и греческого происхождения.

Группу неосвоенных латинизмов условно можно рассмотреть на примере продуктов компании La Roche-Posay:

1). Nutritic – питательный крем для глубокого восстановления кожи, «nutricius, -a, -um» – питательный.

2). Redermic – восстанавливающий крем, приставка «Re» – обозначает «возобновление, повторность действия», а греческий корень «derm» обозначает «кожа».

В этих примерах мы видим наличие латинских и греческих по происхождению элементов, хотя следует признать, что отсутствие типичного окончания латинского прилагательного уже указывает на некоторую освоенность слова в английском языке.

Группу заимствованных терминов рассмотрим на примере фирмы Lancome:

1). Exfoliance Clarte — очищающее, отшелушивающее средство, «folium,-i n» – лист, что в буквальном смысле означает избавление от ненужных слоев (листьев)- отшелушивание.

2). Renergie Multy-Lift – комплексный крем-уход за кожей, восстанавливающий; «multy» – множественный, комплексный, а «renergie» – возобновление энергии, повышение тонуса и упругости кожи, как мы видим в названии и функции данного продукта.

Если хотя бы одно слово из многословного термина имеет латинское или греческое происхождение, то мы включаем его в группу латинских по происхождению терминов.

Рассмотрим несколько средств от производителей:

Например, греческий корень [hydr] означает «вода» (ср. Hydra Essentiel – средство для увлажнения от Clarins). Примером однословного термина может послужить косметическое средство, которое называется Effacil от Lancome – средство для удаления не водостойкой косметики, расшифровать можно как «effectus,-us m» – «эффект» и «facies,-ei f» – «лицо», что в буквальном переводе означает «эффективное лицо», а таким оно бывает, когда находится без косметики, ведь чем естественнее, тем лучше. Также нам встречались

многословные наименования, где во всех словах были корни латинского происхождения, например, Aqualia Thermal от Vichy («aqua,-ae f» – «вода» и «therm» — «тепло, температура»), это крем для кожи с содержанием термальной воды, исходя из названия, перевод получается буквальный. И Normaderm от Vichy («normalis,-e» – «нормальный» и греческий корень [derm] – кожа), данный продукт позиционирует себя как крем от несовершенств, что позволяет нам увидеть в названии «нормальная кожа», то есть без лишних неровностей и образований.

Неосвоенных латинизмов было обнаружено 35, а освоенных терминов, заимствованных из латинского и греческого языков – 30. Практически равное количество. В общем же латинских и греческих по происхождению терминов получилось 65 из 90, что в процентном содержании получается намного больше половины, а конкретно 72,2%. Именно столько единиц из проанализированного материала составляют такие элементы.

Для маркетолога и компании является главной целью продажа товара качественного и действенного и именно для этого очень важно подобрать правильное название, которое соответствовало бы функциям веществ, находящихся в составе какого-либо продукта. К примеру, греческий корень [hydr] обозначает воду, как неоднократно говорилось выше, и ни для кого не секрет, что вода имеет непосредственное значение для нормальной физиологии человека. В среднем тело человека состоит на 70% из воды, стоит заметить, что средство с данным корнем в названии увлажняет кожу. А латинский корень «nutr» (ср. nutriticus,-a,-um) – «питательный», а также корень «toler» (ср. tolero, -avi,-atum,-are) – «поддерживать, содержать», корни очень схожи и указывают на наполнение кожи различными питательными веществами и способствуют соблюдению всех норм жизнедеятельности кожи. В данном случае мы наблюдали близость корней по значению.

Выводы

Лечебная косметика тесно связана с медициной, а значит, ее наименования чем-то схожи с медицинской терминологией. Поэтому в них так много латинских и греческих по происхождению элементов.

Проведя исследование всех косметических продуктов, интерес вызывает очень частое повторение корней, например, такие корни как «nutr» — питание, «hydr», «aqua» – «вода», «derm» – «кожа», «bio», «vit» – «жизнь, возрождение». Все эти корни несомненно связано с непосредственной функцией и составом какого-либо средства, содержащего данные формы. В косметологических продуктах очень важен результат, в отличие от декоративной косметики.

Почему мы используем именно латинские корни? Потому что для специалиста, изготавливающего тот или иной продукт, важно продать как можно выгоднее и быстрее. А для этого огромное значение имеет «ИМЯ» продукта. И поскольку в названии термина находится корень, сохранивший связь с латинским языком, он является наиболее престижным, что позволяет отразить свойство продукта.

Для производителя главной задачей является донести мысль о том, что данное средство (крем, сыворотка, гель) создается с целью лечения и устранения несовершенств. А латинские названия используются с целью подтверждения статуса и престижа продукта, так как именно латинский язык непосредственно связан с медициной, что внушает доверие к продукту и уверенность в результате результат.

Список литературы:

1. Латинско-русский словарь // Автор-составитель. К. А. Тананушко – Минск: Харвест, 2008. – 1040 с.
2. Официальный сайт VICHY//[Электронный ресурс]
URL:<https://www.vichyconsult.ru/> (дата обращения: 30.01.2019)
3. Официальный сайт LA ROCHE-POSAY//[Электронный ресурс]
URL:<https://www.laroche-posay.ru/> (дата обращения: 30.01.2018)
4. Официальный сайт CLARINS//[Электронный ресурс]
URL:<https://www.clarins.ru/> (дата обращения: 30.01.2019)
5. Официальный сайт LANCOME//[Электронный ресурс]
URL:<https://lancome.ru/> (дата обращения: 30.01.2019)
6. Официальный сайт LUMENE//[Электронный ресурс]
URL:<https://www.lumene.com/ru> (дата обращения: 30.01.2019)
7. Официальный сайт LIBREDERM//[Электронный ресурс]
URL:<https://librederm.ru/> (дата обращения: 30.01.2019)
8. Официальный сайт CLINIQUE//[Электронный ресурс]
URL:<https://www.clinique.ru/> (дата обращения: 30.02.2019)
9. Официальный сайт YVES-ROCHER//[Электронный ресурс]
URL:<https://www.yves-rocher.ru/> (дата обращения: 30.01.2019)

УДК 81(035)

**Гареева Я.Р., Архипова И.С.
АНАЛИЗ СЕМАНТИЧЕСКОГО ЗНАЧЕНИЯ ПРИСТАВОК *PAR(A)*- И
PERI- В ЛАТИНСКОМ ЯЗЫКЕ**

Кафедра иностранных языков
Уральский государственный медицинский университет
Екатеринбург, Российская Федерация

**Gareeva Y.R., Arkhipova I.S.
ANALYSIS OF SEMANTIC MEANING *PAR(A)*- AND *PERI*- PREFERENCES
IN THE LATIN LANGUAGE**

Department of foreign languages
Ural state medical university
Yekaterinburg, Russian Federation

E-mail: gareeva_yana@mail.ru