

УДК 81'373.237:61]:665.5

**ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ЛАТИНСКИХ НОМИНАЦИЙ
ПАРФЮМЕРНОЙ ПРОДУКЦИИ В КОНТЕКСТЕ МЕДИЦИНСКОЙ
ТЕРМИНОЛОГИИ**

Ю.В. Князева, А.А. Кисель

*Гродненский государственный медицинский университет
Республика Беларусь, ms.krasin@mail.ru, asya.kisel08@mail.ru*

В статье рассматривается взаимодействие латинских названий парфюмерной продукции и медицинской терминологии, уходящей корнями в аптекарскую традицию, выявляются общие латинские элементы в обеих системах наименований. На примере 250 терминов установлено, что латинские номинации парфюмов часто обращаются к медицинскому дискурсу, формируя образ продукта, благотворно влияющего на здоровье и психоэмоциональное состояние.

Ключевые слова: номинация; парфюмерный дискурс; латинский язык; медицинская терминология; ароматерапия.

Парфюмерия и медицина – две сферы человеческой деятельности, исторически объединенные общей культурой работы с растительными и химическими веществами, а также единым языком их описания – латынью. Античные врачи, в частности Авиценна и Гиппократ, относили запахи к лечебным средствам и использовали их в терапии, что находит продолжение и в современной медицине [6, с.75].

Сегодня, когда рынок ароматов демонстрирует устойчивый интерес к концепции здорового образа жизни, взаимосвязь между терминологией этих сфер становится особенно актуальной для лингвистического анализа. Латынь занимает ключевое положение как в системе медицинских терминов, так и в коммерческой номенклатуре парфюмерной продукции. Если в медицине она служит обязательным профессиональным инструментом, то в парфюмерии выполняет прагматическую функцию: формирует образ продукта, ассоциирующегося с наукой, природным целительством и физиологическим благополучием. Настоящее исследование направлено на выявление механизмов этого семантического взаимодействия.

Цель работы – исследовать лингвистические связи между латинской номинацией парфюмерной продукции и медицинской терминологией, определить общие словообразовательные модели и стратегии использования медицинских концептов в нейминге ароматов. Методологическую основу составляют компонентный семантический анализ, сравнительно-терминологический метод и лингвокультурологический подход.

История парфюмерии неразрывно связана с медициной и фармацевтикой. Ее истоки можно найти в древних цивилизациях, а родиной парфюмерного искусства по праву считается Древний Египет. В этой стране ароматические вещества играли ключевую роль в религиозных обрядах – их использовали для окуливания храмов, а также при создании бальзамов и целебных мазей [3, с.185]. Люди с давних времен знали о целебных свойствах эфирных масел. В античную эпоху ароматизация помещений была одним из немногих действенных средств защиты от массовых эпидемий. В Средние века пряные травы, выделяющие эфирные масла, прикрепляли на одежду для защиты от чумы, туберкулеза и других опасных инфекционных заболеваний [5, с.9]. Неудивительно, что изготовлением мазей, настоек, бальзамов и духов занимались одни и те же специалисты – аптекари. Само название этой профессии происходит от латинского *pharmacopola* (от греч. *pharmakon* ‘лекарство’ и *polein* ‘продавать’). Само слово парфюм, используемое в наши дни, восходит к латинскому *per fumum* ‘через дым’ [3, с.186].

Это историческое единство отразилось в общей терминологической базе. Слова *balsam* ‘бальзам’, *elixir* ‘эликсир’, *tinctura* ‘настойка’, *aqua* ‘вода’, *essentia* ‘сущность’ – все они одновременно являются медицинскими и парфюмерными терминами латинского происхождения. Так, термин *aqua* в фармакопее обозначает ‘лекарственные воды’ (*Aqua Menthae*, *Aqua Rosae*), тогда как в парфюмерии – ‘легкие водные ноты’ (*Acqua di Giò*, *Davidoff Cool Water*). *Elixir* в средневековой медицине (алхимии) – ‘панацея, Философский камень’ (*Elixir vitae*) [1, с.86], а в современной парфюмерии – обозначение ‘высококонцентрированного аромата’ (*Chanel Elixir*).

Сравнительный анализ парфюмерной и медицинской номенклатур позволяет структурировать общие латинские корни по функционально-семантическим группам, выделив три основные категории:

1. Анатомо-физиологическая лексика. Названия ароматов часто апеллируют к телесным образам, используя корни, связанные с физиологией: *peau* (от лат. *pellis* ‘кожа’), *sensus* ‘ощущение, чувство’, *pulmo* (легкое – в контексте ‘дышащих ароматов’), *corpus* ‘тело’. Медицинский термин *cutis* ‘кожа’ лежит в основе косметических и парфюмерных линий, позиционируемых как уходовые.

2. Фармацевтическая лексика. Термины *tinctura* ‘настойка’, *extractum* ‘экстракт’, *concentratum* ‘концентрат’ и *purificatum* ‘очищенный’ подчеркивают тесную связь между созданием лекарств и парфюмерией, поскольку используются как в фармакопее, так и в описании нишевых ароматов.

Бренды сознательно конструируют образ парфюмерной аптеки. Яркий пример – *Laboratorio Olfattivo* (от лат. *laboratorium* ‘лаборатория’, *olfactorius* ‘обонятельный’). Их названия, такие как *Neroli Purificato*, *Rosamunda*, *Petali*, сочетают ботаническую и фармацевтическую семантику. К этой же категории относятся термины *unguentum* ‘мазь’, встречающаяся в названиях бальзамов для тела, и *rotum* ‘шар’, исторически связанный с твердыми ароматическими массами.

3. Ботаническая лексика. Названия растений в латинской научной номенклатуре служат основой как для медицинских препаратов, так и для парфюмерных

композиций. Использование этих терминов создает прямую отсылку к фармакогностической традиции: *Rosa centifolia* (сырье для розовой воды и эфирного масла), *Lavandula angustifolia* (Лаванда, используемая в ароматерапии и парфюмерии), *Santalum album* (сандал, применяемый в аюрведической медицине и нишевой парфюмерии). К этой же группе относятся такие названия, как *Mentha piperita* (Мята перечная – для тонизирующих ароматов), *Salvia officinalis* ‘Шалфей лекарственный’ или *Melissa officinalis* ‘Мелисса лекарственная’, где само видовое имя подчеркивает лечебные свойства растения, переносимые на восприятие аромата.

Наиболее явно пересечение медицинского и парфюмерного дискурсов наблюдается в ароматерапии. Эта область создала особую терминологическую среду, которую активно используют современные бренды. Сам термин *aromatherapia* (от лат.-греч. *aroma* + *therapia* ‘лечение’) изначально маркирует лечебный потенциал веществ. Производители усиливают этот эффект, используя в названиях приставки *therapeuticum*, *medica*, *natura*, что позиционирует ароматы как инструменты психоэмоциональной коррекции [2, с.473].

Латинская лексика в ароматерапевтической парфюмерии образует характерные словообразовательные модели. Прилагательные, описывающие действие – *calmans* ‘успокаивающий’, *revitalisans* ‘восстанавливающий’, *purificans* ‘очищающий’, *energisans* ‘тонизирующий’ – заимствованы из фармацевтического словаря [4]. Эта стратегия характерна для брендов, работающих на стыке косметологии, дерматологии и парфюмерии (например, *Avene*, *La Roche-Posay*, *Vichy*), которые используют латынь для обозначения терапевтического эффекта своих продуктов.

Показательна семантическая эволюция терминов. Если в медицинской традиции *Aqua mirabilis* ‘Чудесная вода’ – это средневековый лечебный бальзам, то в парфюмерии это название закрепилось за легкими освежающими ароматами с оздоровительным позиционированием. Этот пример демонстрирует механизм семантического переноса: термин сохраняет латинскую форму, но его значение адаптируется под нужды новой индустрии.

В основе этого явления лежит ключевая прагматическая стратегия – медиализация. Это процесс, в результате которого аспекты человеческого существования, ранее считавшиеся немедицинскими, переносятся в медицинскую сферу [7]. В данном случае она подразумевает целенаправленное использование медицинских концептов в парфюмерии для формирования образа продукта, оказывающего положительное воздействие на организм и психику. Медиализация реализуется на нескольких уровнях:

1. Лексический: прямое заимствование терминов (*Elixir*, *Balsam*, *Serum*, *Tonic*, *Essence*).
2. Морфологический: использование суффиксов, характерных для фармацевтики (*-alis*: *Naturalis*, *Vitalis*; *-ens/-ans*: *Revitalisans*, *Calmans*) [4].
3. Синтаксический: создание составных названий по модели субстанция + качество (*Aqua Vitae*, *Rosa Medica*), воспроизводящей структуру фармакопейных наименований.

Прагматический эффект медиализации обусловлен высоким авторитетом медицинского дискурса в массовом сознании. Латинские термины ассоциируются с научной доказательностью и безопасностью. Перенесенные в парфюмерный контекст, они создают впечатление, что аромат не просто приятен, но и полезен, физиологически обоснован. Это особенно актуально в эпоху культуры благополу-

чия, когда потребитель ищет продукты, интегрированные в систему заботы о здоровье.

Проведенное исследование подтверждает, что связь между латинской номинацией парфюмерной продукции и медицинской терминологией носит системный и исторически обусловленный характер. Эта связь восходит к единой аптекарской традиции, в рамках которой фармация и парфюмерия представляли собой общую практику работы с ароматическими веществами. В современном контексте эта традиция трансформировалась и продолжает развиваться через маркетинговую стратегию медиализации.

Анализ позволил выделить три ключевых уровня взаимодействия этих терминосистем:

1. Исторический: общее происхождение из аптекарского ремесла и наличие базовых терминов-прародителей.
2. Лексико-семантический: наличие общих латинских корней и параллельных значений в медицинском и парфюмерном дискурсах.
3. Прагматический: сознательное заимствование медицинских концептов для создания образа полезного аромата.

Наиболее ярким примером слияния двух сфер выступает ароматерапия, представляющая собой пространство их явной конвергенции.

Результаты исследования имеют практическую ценность для лексикографии, терминоведения и маркетинговой лингвистики, а также могут быть использованы в преподавании медицинской латыни. Перспективным направлением дальнейшей работы является изучение эффективности латинских медицинских терминов в парфюмерном нейминге с позиции маркетинговой коммуникации, включая анализ их влияния на потребительское доверие и формирование брендинговых стратегий.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Винокуров, В. В. Алхимия: *elixir vitae* и искусство умирать / В. В. Винокуров // Идеи и идеалы. – 2011. – Т. 1, № 4 (10). – С. 85–103.
2. Кальдинова, О. В. Ароматерапия как метод воздействия на когнитивные функции и эмоциональное состояние человека / О. В. Кальдинова // Журнал медико-биологических исследований. – 2025. – Т. 13, № 4. – С. 473–487.
3. Лаврентьева, М. А. Исторические аспекты создания и развития парфюмерии / М. А. Лаврентьева // Научные труды КубГТУ. – 2018. – № 11. – С. 185–194.
4. О лексико-грамматическом статусе латинских эквивалентов терминов-существительных с финалями -ант/ -ент/ А. З. Цисык. – Минск : Бел. гос. мед.ун-т, 2014. – 7 с. – URL: <https://www.bsmu.by/upload/iblock/01a/t0wzjz5l8cygaqrjr4126lsq4nci1zit/201501151413403.pdf> (дата обращения: 03.05.2026).
5. Туманова, Е. Ю. Ароматерапия – просто и эффективно / Е. Ю. Туманова // Энциклопедия эфирных масел / Е. Ю. Туманова. – М., 2014. – Гл. 1. – С. 7–27.
6. Хакимова, Н. Б. Аромат здоровья. Ароматерапия / Н. Б. Хакимова // Лучшие интеллектуальные исследования. – 2024. – Т. 3, № 18. – С. 74–77.
7. Medicalization and Marketing / R. Brennan, L. Eagle, D. Rice. – Bristol: The University of the West of England, 2024. – P.8–22. – URL: https://www.researchgate.net/publication/247738895_Medicalization_and_Marketing (date of access: 03.05.2026).

LINGUISTIC ANALYSIS OF LATIN PERFUMERY PRODUCT NOMINATIONS IN THE CONTEXT OF MEDICAL TERMINOLOGY

Yu. V. Kniazeva, A. A. Kisel
Grodno State Medical University, Republic of Belarus
ms.krasin@mail.ru, asya.kisel08@mail.ru

The article concerns the interaction between Latin perfume names and medical terminology, linked to apothecary traditions. It has been examined the common Latin elements in both naming systems. Based on 250 terms, it has been established that Latin designations of perfumes often refer to medical discourse, forming the image of a product that positively affects health and psycho-emotional state.

Keywords: nomination; perfume discourse; Latin language; medical terminology; aromatherapy.