ФИЛОЛОГИЯ

(шифр научной специальности: 5.9.8)

Научная статья
УДК 651.926
doi: 10.18522/2070-1403-2026-116-3-104-108

РОЛЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ ПРИ ПЕРЕВОДЕ ОПИСАНИЙ ПАРФЮМЕРНО-КОСМЕТИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ

© Анна Витальевна Канеева[1], Татьяна Валентиновна Милевская[2], Анастасия Витальевна Агаи[3]

[1, 3]Донской государственный технический университет, г. Ростов-на-Дону, Россия; [2]Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова, г. Москва, Россия

[1]m_anna7@mail.ru [2]Milevskaya.TV@rea.ru [3]w.n_agai@mail.ru

Аннотация. Рассматривается важность и необходимость перевода описаний парфюмерно-косметической продукции в соответствии с требованиями законов Российской Федерации. Показано, что подобный перевод является частью специального перевода, имеющего свои структурные и языковые особенности, требующего от переводчика знаний в разных часто несмежных областях и четкого понимания результата, который должен быть достигнут. Проанализированы функции информационного описания парфюмерно-косметической продукции, специфика специального перевода, особенности перевода описаний парфюмерно-косметической продукции, место информационных описаний среди других текстов специального перевода, задачи, стоящие перед переводчиком, а также обучение навыкам, определяющим грамотный, адекватный и качественный перевод. Утверждается, что приобретение навыков при переводе становится возможным при кропотливом и скрупулезном изучении отдельных секторов профессиональной терминологии.

Ключевые слова: профессиональная терминология, специальный перевод, парфюмерно-косметическая продукция, информационные описания, навыки переводчика.

Для цитирования: Канеева А.В., Милевская Т.В., Агаи А.В. Роль профессиональной терминологии при переводе описаний парфюмерно-косметической продукции // Гуманитарные и социальные науки. 2026. Т. 116. № 3. С. 104-108. doi: 10.18522/2070-1403-2025-116-3-104-108

PHILOLOGY

(specialty: 5.9.8)

Original article

Role of the professional terms in the informational description of the perfume and cosmetic products

© Anna V. Kaneeva[1], Tatyana M. Milevskaya[2], Anastasia V.Agai[3]

[1, 3]Don state technical university, Rostov-on-Don, Russian Federation; [2]Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russian Federation

[1]m_anna7@mail.ru [2]Milevskaya.TV@rea.ru [3]w.n_agai@mail.ru

Abstract. The importance and necessity of translating descriptions of perfumery and cosmetic products in accordance with the requirements of the laws of the Russian Federation is considered. It is shown that such a translation is part of a special translation, which has its own structural and linguistic features, requiring knowledge from the translator in various often non-contiguous areas and a clear understanding of the result to be achieved. The functions of the information description of perfumery and cosmetics, the specifics of special translation, the features of translating descriptions of perfumery and cosmetics, the place of information descriptions among other texts of special translation, the tasks facing the translator, as well as training in skills that determine competent, adequate and high-quality translation are analyzed. It is argued that the acquisition of skills in translation becomes possible with painstaking and meticulous study of certain sectors of professional terminology.

Key words: professional terms, specialized translation, perfume and cosmetic products, informational description, interpreter’s skills.

For citation: Kaneeva A.V., Milevskaya T.M., Agai A.V. Role of the professional terms in the informational description of the perfume and cosmetic products. *The Humanities and Social Sciences.* 2026. Vol. 116. No 3. P. 104-108. doi: 10.18522/2070-1403-2026-116-3-104-108

Введение

Современный рынок парфюмерно-косметической продукции, характеризующийся высокой степенью глобализации и конкуренции, является одним из наиболее динамично развивающихся отраслей мировой экономики. Международная торговля парфюмерно-косметической продукцией требует профессионального и точного перевода информационных описаний (аннотаций, описаний, текстов упаковок), ведь именно качественно локализованный текст обеспечивает наиболее эффективную коммуникацию между производителем и конечным потребителем. Ошибки в переводе таких текстов могут сильно затруднить восприятие информации аудиторией, а также привести к серьезным репутационным последствиям.

Актуальность исследования перевода информационных описаний парфюмерно-косметической продукции определяется требованием ГОСТа 32117-2013 «Продукция парфюмерно-косметическая. Информация для потребителя», который требует точную передачу информации для потребителя, включающую информацию о наименовании и назначении парфюмерно-косметической продукции, которая должна конкретно и достоверно характеризовать продукцию, позволяя отличить один продукт от другого [1]. Помимо этого, информация, приводимая на потребительской таре, этикетке, ярлыке (открытке, листе-вкладыше), должна быть однозначно понимаемой, полной и достоверной, чтобы потребитель не мог быть обманут или введен в заблуждение относительно происхождения, свойства, состава, способа применения, а также других сведений, характеризующих прямо или косвенно качество и безвестность парфюмерно-косметической продукции, и не принял ошибочно данную продукцию за другую, близкую к ней по внешнему виду упаковки и/или органолептическим показаниям. Именно этим и обусловлена острая необходимость компетентных переводчиков, которые обладают тематической и терминологической эрудированностью, и могут учесть одновременно лексические, культурные и нормативные особенности таких текстов.

Главная роль в коммуникации внутри косметической индустрии играют информационные описания, так как они выполняют две самые ключевые функции: информативную (точная информация о составе, свойствах того или иного компонента и способе применения) и воздействующую (формирования доверия к бренду и желания приобрести товар). Перевод таких текстов является сложным аспектом специального перевода, который ждет от специалиста лингвистической компетенции, а также глубоких знаний в области химических составов, дерматологии и маркетинга.

Обсуждение

Перевод информационных описаний парфюмерно-косметической продукции как аспект специального перевода заключается в знании иностранного языка, понимании терминологии, особенностей целевой аудитории и некоторых стандартов. Как правило, такие тексты сочетают в себе черты научного, официально-делового и рекламного стилей, что вызывает ряд трудностей, которые специалисту-переводчику нужно решить. Эти трудности связаны с необходимостью совмещения терминологической точности при передаче химического состава и требований к маркетинговой составляющей, которая должна вызывать интерес у потребителя.

В теории перевода информационные описания рассматривают, как разновидность специального текста. Согласно классификации В.Н. Комиссарова, специальный текст характеризуется доминированием сообщающей или информативной функции. Он передает логически выстроенную объективную информацию [2]. Понятие информационного описания парфюмерно-косметической продукции подразумевает текст, сохраняющий функцию информирования, но приобретающий сложную структуру:

1. Информативная функция: точное отражение состава, объема, срока годности, способа применения.
2. Другие подфункции, которые включают в себя воздействующий, инструктивный и нормативный факторы, а именно: использование маркетинговых элементов для формирования положительного мнения о товаре у потребителя; указания мер предосторожности и мер применения; соответствие законодательным требованиям к маркировке.

Информационные описания – это не только тексты на упаковках товаров, но и каталожные описания и тексты на сайтах брендов. В классификации текстов маркетингового дискурса информационные описания занимают положение между техническим текстом и рекламным сообщением, и включают в себя информацию о наименовании продукта, описании эффекта или преимуществ, инструкцию по применению или указания [3]. Эффективность перевода подобных описаний зависит от того, насколько переводчик способен перенести эстетические и эмоциональные компоненты исходного текста в культурный контекст целевого языка без утраты точности.

Таким образом, информационное описание парфюмерно-косметической продукции понимается как текст, в котором информативная функция является системообразующей, но, помимо этого, она взаимодействует с рядом других обязательных функций. В отличие от чисто рекламных слоганов, такие описания ориентированы на точную, но эстетичную информацию. Переводчику важно уметь совмещать точность и привлекательность при переводе текстов парфюмерно-косметической продукции. Именно это и определяет специфику перевода текстов данного вида.

Перевод информационных описаний парфюмерно-косметической продукции представляет собой сложный лингвистический феномен, который функционирует на стыке нескольких стилей: научного, официально-делового и рекламного. Информационные описания парфюмерно-косметической продукции сочетают в себе точные номенклатурные обозначения, терминологию (описания ингредиентов и их функций) и маркетингово-коммуникативную цель (воздействие на потребителя).

Основной целью перевода информационных описаний парфюмерно-косметической продукции являются, с одной стороны – донесение до потребителя точной юридической информации: состава, свойства, способа применения. С другой стороны – формирование позитивного мнения о продукте и желания приобрести его. Эта совокупность задач дает нам право рассматривать данную категорию текстов как аспект специального перевода, ведь перед переводчиком стоит ответственная задача, которая требует гибкого подхода.

B. Piecychna отмечает, что косметический перевод представляет собой гибридную форму специального перевода, находящуюся на стыке технического и маркетингового дискурсов [4].

К специфике специального перевода информационных описаний парфюмерно-косметической продукции относятся:

1. Терминологическая точность, особенно в описании состава и способов применения продукта.
2. Соответствие законодательным требованиям (ГОСТу 32117-2013 «Продукция парфюмерно-косметическая. Информация для потребителя».
3. Сохранение стилистики бренда и маркетингового воздействия на аудиторию.
4. Культурная адаптация. Нужно учитывать различия в восприятии красоты в разных странах мира.

Терминология является неотъемлемой частью любого специального перевода, поскольку именно она определяет точность передачи профессиональной информации. Первой проблемой является перевод входящих в состав готового изделия ингредиентов. Это может быть химический или биологический компонент, виды сырья, природный ресурс. Перевод должен учитывать следующие важные аспекты:

1. международные стандарты обозначения веществ (например: INCI – International Nomenclature of Cosmetics Ingredients);

2. соответствие функциональной специфике данного термина (например: *niacinamide* – ниацинамид, *Sodium Laureth Sulfate (SLS)* – лауретсульфат натрия), что в ряде случаев требует консультаций с научными специалистами.

Проблемой является *грамотный* перевод технологии производства, включающей такие процессы, как механические, гидромеханические, тепловые, массообменные, каждый из которых отличается спецификой используемых процедур. Например, механический процесс – это техники измельчения, дозирования, просеивания, перемешивания с использованием вибрационных, ультразвуковых установок; гидромеханические процессы требуют применения различных видов мешалок и т.д., тепловые делятся на стандартный способ получения эмульсий горячим методом и низкотемпературный. Наряду с уже устоявшимися словосочетаниями в разных языках, как, например, *hyaluronic acid* – гиалуроновая кислота или *cold-pressed* – холодный отжим, с развитием научных инноваций, внедрением нано и биотехнологий возникает необходимость более высокой точности перевода с целью недопустимости искажений в контексте описания представленной продукции.

Особое значение занимает перевод маркетинговых терминов с учетом социально-культурной насыщенности языка-реципиента, используемой для усиления привлекательности товара. Для потребителей роль играет конкретизация эффектов и свойств продукции, например, крем *moisturizing* – увлажняющий или *anti-aging* – антивозрастной; также акцент на уникальность изделия, как-то *dermatologically tested* – дерматологически протестирован, *paraben free* – без парабенов. Термин должен не только быть правильно переведенным, но и включать в себя эмоциональную окраску оригинального текста с адаптацией его на запросы целевой аудитории.

В парфюмерно-косметической сфере достаточно широко используются латинизмы и заимствования, некоторые из которых уже упоминались выше: *collagen* – коллаген, *peptides* – пептиды, *micellar water* – мицелляраная вода; также лексические комбинации и синонимы. Часто термины комбинируются с эмоционально окрашенными эпитетами (например: *luxurious silky texture* – роскошная шелковистая текстура, *clinically proven formula* – клинически доказанная формула). Такие фразы требуют тщательной стилистической обработки, чтобы сохранить привлекательность текста и передать его маркетинговую ценность.

Выводы

Именно работа с терминологией определяет уровень профессионализма переводчика, так как точность, правильность использования и адаптация терминов являются одним из ключевых критериев качества перевода. Ключевым моментом в переводе информационных описаний в парфюмерно-косметической отрасли должно быть стремление заставить потребительницу почувствовать себя красивой. Миссия переводчика – дать точный, ассоциативный и красивый перевод. Хорошие объемы продаж парфюмерно-косметических товаров напрямую связаны с удачным переводом.

Список источников

1. ГОСТ 32117-2013. «Продукция парфюмерно-косметическая. Информация для потребителя. Общие требования». Введ. 2015-01-01. М.: Стандартинформ, 2014, 2019. 15 с.
2. *Комиссаров В.Н.* Теория перевода (лингвистические аспекты). М.: Высшая школа, 1990. 253 с.
3. *Костомаров В.Г.* Языковой вкус эпохи. Из наблюдений над речевой практикой масс-медиа. СПб.: Златоуст, 2005. 320 с.
4. *Piecychna B.* (2020). Cosmetic Translation Competence – A Theoretical Model and Implications for Translator Training. – URL: https://ateneum.edu.pl/assets/Uploads/007.pdf (дата обращения 25.02.2026).

References

1. State standard 32117-2013. “Perfumery and cosmetics products. Information for the consumer. General requirements”. Introduction. 2015-01-01. M.: Standartinform, 2014, 2019. 15 p.
2. *Komissarov V.N.* Theory of translation (linguistic aspects). M.: Higher School, 1990. 253 p.
3. *Kostomarov V.G.* The linguistic taste of the epoch. From observations on the speech practice of the mass media. St. Petersburg: Zlatoust, 2005. 320 p.
4. *Pechichnaya B.* (2020). Aesthetic translation competence is a theoretical model and significance for the training of translators. – URL: https://ateneum.edu.pl/assets/Uploads/007.pdf (accessed 25.02.2026).

Статья поступила в редакцию 23.03.2026; одобрена после рецензирования 07.04.2026; принята к публикации 08.04.2026.
The article was submitted 23.03.2026; approved after reviewing 07.04.2026; accepted for publication 08.04.2026.