

Крца

**СПЕЦИФІКА ПЕРЕКЛАДУ ЛЕКСИКИ СФЕРИ КОСМЕТИЧНИХ
ПОСЛУГ**

ЗМІСТ

Вступ	3
Розділ 1. Теоретичне підґрунтя дослідження косметичної лексики	4
Розділ 2. Ідеографічна класифікація косметичної лексики як підґрунтя для її перекладу	11
Розділ 3. Особливості перекладу косметичної лексики	19
Висновки	27
Список використаної літератури	29
Додаток А. Класифікація денотатів косметичної лексики	31
Додаток Б Таблиця	31

ВСТУП

Нині, в період глобалізації, надзвичайно важливим для будь-якого дискурсу є побутування у різних мовних середовищах. Винятком не став і косметичний дискурс, що виходить на передній план у зв'язку з доступністю косметичних та косметологічних засобів та процедур, у тому числі — поширення продукції міжнародних компаній.

Актуальність дослідження полягає у тому, що косметичний дискурс, який існував в тому чи тому вигляді майже із зародження людської культури, вийшов на міжнародний рівень історично нещодавно, тож його ще не можна називати досконало вивченим. Найдокладніше це питання розроблено у працях І. Бойко (англійська термінологія) [1], Н. Гимер (українська косметична лексика) [4], О. Нашиванько (російська термінологія) [9]. Але зв'язок складу косметичної лексики та засобів її перекладу ще залишається недостатньо висвітленим.

Метою цього дослідження є аналіз засобів перекладу, які можуть застосовуватися для передавання лексичних одиниць косметичної галузі відповідно до їх ідеографічної належності.

Для досягнення поставленої мети в ході цього дослідження передбачено вирішення таких *завдань*: 1) дослідити косметичну лексику як вид термінологічної лексики; 2) проаналізувати ідеографічну приналежність косметичної лексики; 3) угрупувати засоби перекладу термінологічної лексики; 4) описати перекладацькі трансформації, що мають місце під час перекладу термінологічної лексики.

Об'єктом дослідження є англійські тексти реклами косметичних та косметологічних засобів таких міжнародних брендів, як «Bioderma», «La Roche-Posay», «Marc Jacobs», «NYX», «W7», а також переклади цих текстів українською. *Предметом* дослідження є особливості перекладу цих текстів.

Матеріал дослідження складають електронні каталоги товарів брендів Bioderma, La Roche-Posay, Marc Jacobs, NYX та W7 [21].

Розділ 1. ТЕОРЕТИЧНЕ ПІДГРУНТЯ ДОСЛІДЖЕННЯ КОСМЕТИЧНОЇ ЛЕКСИКИ

Лексику як сукупність слів можна диференціювати за багатьма ознаками. Поняття «стилістично забарвлена лексика» розглядають із точки зору функцій і змісту. Функційне забарвлення пов'язане зі стилем мовлення, воно особливо помітне в конкретній ситуації комунікативного акту. Емоційно-експресивне забарвлення полягає в здатності слова викликати поза контекстом особливе стилістичне враження. Важливо відзначити, що стилістичне враження зумовлене впливом денотата. Тут виходить на передній план проблема якісно-ціннісної характеристики: зниження показників якості денотата свідчить про виділення в об'єкті негативних ознак, прирощення показників денотата передбачає наявність позитивних ознак відповідно. Отже, семантична структура стилістично забарвленої лексики містить модальну орієнтацію, емоційно-оцінний і/чи експресивний компоненти, функційну трансформацію [12, с. 92].

У книжній лексиці більшість слів нейтральні, їхню стилістичну приналежність визначає порівняно невелика кількість стилістично забарвленої лексики. Серед перелічених вище різновидів лексики можна назвати кілька окремих груп, які Н. Сінкевич визначає так [13, с. 360]: 1) поетична лексика; 2) наукова лексика; 3) спеціальна лексика. Наукова лексика, в свою чергу, може бути розподілена на загальнонаукову лексику та вузькоспеціалізовані терміни [8, с. 114-115].

Особливе місце у стилістично забарвленій книжній лексиці, зокрема у її науковій групі, посідають терміни. Це спеціальні наукові чи професійні слова, які людина опановує під час набуття певної професії або певної науки [6, с. 216].

Відповідно до використання в різних сферах професійного спілкування існує три групи термінів [8, с. 114-115]: загальнонаукові, міжгалузеві та вузькоспеціалізовані (галузеві). Третя група слів охоплює спеціалізовану

лексику, що позначає поняття окремої дисципліни (економіка, математика, медицина, філологія). Спеціалізована термінологія має помітне функційне стилістичне забарвлення. Такі терміни в незвичній сфері буває важко зрозуміти («*hydrogen*», «*cardiology*», «*syntax*», «*ніксель*», «*ананест*», «*тиск*»).

Галузеві термінології, тобто сукупність термінів конкретних галузей, називають терміносистемами, або термінологічними системами. Термінологія — це не хаотична сукупність слів, а організована на логічному й мовному рівні система спеціальних назв [14, с. 514]. Більш складні системи термінології можуть мають поліієрархічні співвіднесення. Інформацію з різних ієрархічних співвіднесень часто може комбінувати для створення більш складних концепцій [18, с. 51].

Помітною є тенденція до інтернаціоналізації термінології, через що в ролі термінів дуже часто виступають запозичення — на сьогоднішньому етапі це найчастіше транслітерація чи транскрипція, але поширена у минулих століттях калька усе ще трапляється [5, с. 220].

Взагалі, косметичний та косметологічний дискурс сам по собі є дискурсивним феноменом, оскільки він є ніби посередині, точкою зіткнення двох дискурсів, поєднуючи в собі ознаки тілесності, здоров'я, мовних ознак наукового стилю (медичного) і прагматичної установки привернення уваги до предмета реклами та використання вербальних та невербальних способів маніпуляції у рекламному стилі [11, с. 140].

Оскільки на сьогоднішній день люди занадто багато уваги приділяють своєму зовнішньому вигляду, для багатьох реклама косметологічних засобів може викликати переживання та неприємні відчуття, пов'язані з певними комплексами недосконалості зовнішнього вигляду, віковими або гендерними комплексами. Тому реклама косметологічних засобів є достатньо тонкою галуззю реклами. Проте автори реклами інколи можуть і образити адресанта, наголосивши на недосконалості його зовнішності. Прямі образи в рекламному дискурсі зустрічають не так вже й часто, однак неприємна, негативна

інформацію використовують постійно в рекламі лікарських засобів та косметології [10, с. 140].

У рекламних оголошеннях семантичні засоби спрямовані на створення образу рекламованого косметичного продукту, опис контексту його використання і маніпуляція свідомістю адресата — найчастіше адресатами виступають жінки [20, с. 21].

Ситуації, в яких відбувається реалізація косметологічного дискурсу, є достатньо визначеними, але не остаточними, це, наприклад: діалог лікаря-косметолога та клієнта, менеджера відділу косметики та покупця, дискурс сайтів косметичних компаній, буклетів косметичних фірм та ін. Крім того, цей дискурс може реалізуватися у особистісно орієнтованій формі, а саме вигляді дружньої жіночої бесіди [11, с. 140-141].

Щодо усіх сфер косметичного дискурсу справедливе твердження про те, що парфумерно-косметична термінологія як впорядкована підсистема науково-технічної термінології відбиває сучасний стан і поняттєвий апарат галузей парфумерії і косметики [2, с. 61].

Як стверджує Н. Гимер, особливістю терміносистеми косметики й косметології є те, що тут дуже багато іншомовних слів. Очевидно, це пов'язано з тим, що сама наука зародилася в сиву давнину в стародавньому Єгипті. Ці слова-терміни іншомовного походження можна поділити на такі семантичні групи [4, с. 76-78].

Власне косметологічні слова-терміни — це слова-терміни, які позначають основні поняття галузі, якими користуються не тільки працівники косметичних фірм, але й працівники косметичних салонів, лікарі-косметологи, лікарі-дерматологи та люди інших спеціальностей, що пов'язані з медициною загалом (тобто у вищезгаданому косметичному дискурсі). Власне косметологічні терміни («фарманезол», «колаген», «пептиди», «аквафтем», «сіндет», «сурфактант», «гумектант» та багато інших) походять з грецької мови.

Терміни, що позначають назви хвороб шкіри чи вади зовнішності, на відміну від попередньої групи слів, подають зазвичай лише в медичних словниках і спеціальних словничках косметологічних компаній. Усі назви хвороб шкіри чи вад зовнішності переважно походять з латинської мови, хоча є велика кількість слів грецького походження. Тлумачення в медичних словниках та словничках компаній-дистриб'юторів досить різні.

До ще однієї категорії спеціальних слів можна уналежнити загальні назви товару, якими в мовленні послуговуються всі працівники різних косметичних фірм, і не тільки дистриб'юторських. Медичні словники цих термінів не фіксують. У цій семантичній групі слів переважають терміни, які походять з різних мов, зокрема грецької, латинської, арабської, французької, німецької та англійської. У косметиці головним чинником вибору терміну є акцентування не на його походженні, а на функції, що виконує певний товар. Бік етимології взагалі не враховують.

Що ж до власне англомовної термінології сфери парфумерного і косметичного виробництва, то можна сказати, що вона характеризується певними комплексними мовними процесами, які забезпечують її формування і розвиток. З одного боку, парфумерні та косметичні терміни можна використовувати в інших галузях людської діяльності, в тому числі в побуті («*eau de cologne*» — одеколон, «*perfume*» — парфуми, «*mascara*» — туш, «*lipstick*» — губна помада тощо). З іншого боку, парфумерні та косметичні терміни часто самі є запозиченнями з інших термінологічних систем, що мають як безпосереднє, так і опосередковане відношення до парфумерного і косметичного виробництва, наприклад, «*gamut*» — гамма, «*accord*» — акорд, «*tone*» — тон, «*harmony*» — гармонія, «*polyphony*» — поліфонія зі сфери музики; «*diffusion*» — дифузія, «*dispersion*» — розпорошення, дисперсія з фізики тощо [3, с. 40].

Найдокладніше тема лексики косметики та косметології розроблена в дисертації І.Г. Бойко, яку присвячено дослідженню генези та структурносемантичних і прагмастилістичних особливостей англійської

термінології косметології та естетичної медицини. Роботу виконано на перетині термінознавства і прагмастилістики [1]. Авторка стверджує, що стрижневий компонент фахової мови косметології та естетичної медицини (КЕМ) – її термінологія – перебуває в стані постійного розвитку, адаптуючись до умов глобалізації. Джерелами її поповнення й збагачення є залучення термінів з суміжних фахових галузей (медицина, мікробіологія, хімія, ботаніка) та фахової мови мистецтва, використання іншомовних запозичень (з латинської, грецької, французької та інших мов), а також лексичних одиниць із загальнозживаної мови. Термінологію КЕМ також поповнюють власне неологізми [1, с. 178].

Н.О. Гимер звертає увагу на значну кількість запозичень в українській терміносистемі косметики та кометології: «сучасний розвиток її характеризується виваженим ставленням науковців як до автохтонних, так і до запозичених одиниць мови, однак перевага надається запозиченим лексемам і словотворчим елементам, що пояснюється як лінгвальними, так і позалінгвальними чинниками. Бажання відновити суто українські терміни КК інколи приводить до ігнорування широко вживаних інтернаціоналізмів або вдалих запозичень, до спроб вилучити широковідомі сучасні терміни: мертвиця, спалень (гангрена), нервозапал (неврит) [4, с. 19].

О.В. Нашиванько з приводу російської терміносистеми зауважує, що модель утворення терміносистеми медичної косметології має філіаційно-гетерогенний характер, зумовлений тим, що медична косметологія як галузь наукової і прикладної діяльності, з одного боку, є прямою наступницею косметики, що говорить про філіаційний характер моделі її термінології. З іншого боку, медична косметологія формується на стикові низки наук і прикладних сфер діяльності, що характеризує гетерогенні системи [9].

Переклад термінології є важливою проблемою перекладознавства. Двомовна або багатомовна передача термінології повинна ґрунтуватись на принципі: єдиний правильний спосіб «перекласти термінологію» означає

«визначити еквівалент поняття», тобто пов'язувати поняття так, як вони пов'язані у системі мови [16, с. 210]. Для перекладу термінів використовують різні методи. Одним з найпростіших методів перекладу термінів є метод транскодування, тобто алфавітний (транслітерація) або фонематичний (транскрипція) переклад оригінальної лексичної одиниці за допомогою системи мови перекладу. Іноді використовують змішане транскодування, коли більшість транскодованих слів відображає звучання мовою оригіналу, але у той же час передають певні елементи його графічної форми [16, с. 201].

Один з найпоширеніших методів перекладу термінів — калькування (від фр. «calque» — копія). Калькуючи, ми перекладаємо складові частини лексичної одиниці (найчастіше — морфемі як складові слова) з подальшим складанням їх в єдине ціле. Калькування частіше застосовують до тих складних термінів, що були утворені з частин або цілих поширених загальноживаних слів. Калькування виправдане під час перекладу словосполучення-терміну, коли компоненти цього словосполучення вже посіли певне місце в термінологічній системі мови перекладу і доступні для розуміння експертами (спеціалістами). Використання методу калькування в деяких випадках супроводжують зміною послідовності складових. Досить часто під час перекладу залучають одночасно транскрипцію та калькування [16, с. 201-202].

Переклад простих термінів також можна здійснювати описовим методом, коли простий термін замінюють у мові перекладу на словосполучення, яке адекватно передає значення цього простого терміну. Описовий переклад повинен відповідати таким вимогам: переклад повинен відображати саме основний сенс концепції, що позначають цим терміном у мові оригіналу; опис не повинен бути надто детальним; синтаксична структура фрази не має бути ускладненою. Описовий переклад має перевагу над транскодуванням, оскільки сприяє досягненню легшого розуміння поняття. Однак через це він має також певні недоліки; зокрема, за умови застосування неточних або нечітких інтерпретацій можна викривити сенс простого терміну;

описова фраза порушує таку вимогу до термінів, як стислість тощо. Найчастіше цей метод використовують для перекладу авторських термінів-неологізмів, що з'явилися нещодавно, і пишуть його зазвичай у лапках. Часто його комбінують з транскодуванням, результат якого слід пояснити або описати [16, с. 201-202].

Отже, через розбіжності у синтаксичних, граматичних та морфологічних побудовах в англійської та української мов під час перекладу термінів та текстів з уживанням термінів широко використовують лексичні та граматичні трансформації, серед яких виділяють генералізацію, конкретизацію, прийом лексичних додавань, перестановку членів речення, членування речення та заміну частин мови [15, с. 153].

РОЗДІЛ 2. ІДЕОГРАФІЧНА КЛАСИФІКАЦІЯ КОСМЕТИЧНОЇ ЛЕКСИКИ ЯК ПІДґРУНТЯ ДЛЯ ЇЇ ПЕРЕКЛАДУ

Перш за все, потрібно зазначити, що відсутність уніфікованих терміносистем в окремих наукових галузях, і зокрема в галузі косметології, ставить перед термінознавцями питання про потребу виявлення загальних закономірностей функціонування термінології. Для опису концептосфери окремої предметної галузі нерідко розробляють альтернативні класифікації; зберігаючи концептуальний лад, відзначають термінологічну специфіку тієї чи тієї наукової школи, і в такій ситуації фахівці стикаються з наявністю в терміносистемах варіативних найменувань для тих же концептів. У зв'язку з цим подальшої розробки вимагає систематизація способів номінації концептів, які формують концептосферу окремої предметної галузі [10, с. 138].

Концептосфера косметології, а відповідно, і номінативна система, репрезентує її в мові, знаходяться в стадії активного розвитку, виокремлення в загальній системі медицини в ряду суміжних концептосфер і термінологій [10, с. 138-139].

Так, наприклад, семантичні терміни, пов'язані з галуззю косметології, можуть бути умовно поділені на групи в залежності від різновидів косметології, у яких їх застосовують [4, с. 74].

Перш за все, це косметологія естетична, яка охоплює косметологію декоративно-прикладну (до неї належать такі терміни, як, наприклад, «*eyeliner brush*», що перекладають як «пензель для підводки очей», «*foundation*» — «основа під макіяж», «*lip balm*» — «бальзам для губ», «*lip pencil*» — «контурний олівець для губ»; «*powder*» — «пудра»), косметологію профілактичну (до якої уналежнюють такі терміни, як «*aromatic oil massage*», що можна перекласти як «аромамасаж», «*cellulite cream*» — «антицелюлітний крем», «*face bar*» — «мило для обличчя», «*moisturizer*» — «зволожуючий крем для обличчя», «*serum*» — «сироватка»), прості апаратні технології (серед яких,

наприклад, «*bioepilation*», що може бути перекладене як «біоепіляція», «*botox*» — «ботокс», «*darsonvalisation*» — «дарсонвалізація», «*vacuum cleaning*» — «вакуумне очищення», «*vaporization*» — «вапоризація») [4, с. 76].

Також існує косметологія лікарська, терапевтична, до якої належать діагностична косметологія та дерматокосметологія (де фігурують такі терміни, як «*acne*», що зазвичай перекладають як «акне»; «*irritant*» — «іритант», «*pores*» — «пори», «*verruca*» — «бородавка») [4, с. 75].

Окрім того, виділяють косметологію хірургічну, серед підвидів якої виокремлюють: дерматохірургію, пластична хірургію, складні апаратні технології (до лексики котрих належать терміни «*desincrustation*», що можна перекладати «дезінкрустація», «*desquamation*» — «десквамація», «*hemangioma*» — «гемангіома», «*Splasty*» — «S-подібний ліфтинг», «*surgical abrasion, dermabrasion*» — «дермабразія») [3].

Відповідно до структури, терміни можуть бути поділені на прості терміни, складні (складені) терміни і термінологічні словосполучення [3].

Простий термін — це звичайне слово-термін, що позначає родові поняття. Простий термін може утворюватися кількома способами [19, с. 3].

1. Афіксація. Наприклад, за допомогою цього способу утворені такі слова, як «*waxing*», що можна перекласти як «епіляція воском», «*applicator*» — «анлікатор», «*corrector*» — «коректор», «*dermatology*» — «дерматологія», «*dryer*» — «фен», «*vaporization*» — «вапоризація»), «*under-eye*», що можна перекласти як «засіб, що наносять під очі»), наприклад, із залученням і префіксу, і суфіксу утворене слово «*antiperspiration*», котре може бути перекладене як «антиперспірант» [3].

2. Перетворення значення слова із загальнозживаної лексики. Такий спосіб є досить поширеним явищем в термінотворенні. (наприклад, «*cosmetic tattoo*», що перекладають як «тату-макіяж» і є жаргонним синонімом до терміну «перманентний макіяж»); «*Cupid's bow*» — «губна дуга Купідона», «*ball*» — тампон (у словосполученні «*cotton ball*» — ватний тампон)) [3].

3. Індивідуальне термінотворення з морфем класичної мови. Велика кількість термінів косметичних засобів, що належать до категорії декоративної косметики і засобів по догляду, мають англійське і французьке походження. Терміни, які належать тематиці технологій і пристроїв, також здебільшого належать до англійської мови. Отже, можна сказати, що більша частина термінологічних одиниць галузі косметології є прикладом індивідуальної термінотворчості англійської та французьких мов (як, наприклад «*peeling*» — «пілінг» (від англ. «сильно шкребти»); «*stick*» — «стик» тощо) [3, с. 74-76].

4. Запозичення з інших мов або іншої термінологічної сфери (наприклад, такі слова, як «*jacquet*» (Франція) — лікувальний масаж, що виконують на обличчі, з метою поліпшення кровообігу і тонусу шкіри; «*carnauba wax*» (Бразилія) — віск, який утворюється на поверхні листя воскової пальми і який після висихання листа легко можна відділити у вигляді тонких пластин; «*jojoba oil*» (Іспанія) — косметичне масло; «*kayal*» (Південна Азія, Північна Африка, Стародавній Схід) — на прадавній аккадській мові означає «косметика» і позначає контурний косметичний олівець, до складу якого входить натуральна сажа та антисептичні речовини). З тієї причини, що косметологія як наука зародилася нещодавно, термінологія цієї галузі не багата на запозичення [3, с. 76-77].

Щодо запозичень, з останніх двох пунктів, можна підсумувати, що найбільш важливим (або навіть й основним, і у всякому разі найбільш очевидним) джерелом косметичної лексики є французькі запозичення: такі, як «*cream*», «*lotion*», «*cologne*», «*perfume*», «*lipstick*», «*powder*» і безліч інших, різного ступеню засвоєння, і, у той же час, частотні слова, переважно косметологічні терміни, вживають в текстах сучасних газет, журналів, ділової літератури в незміненому вигляді, що демонструє їх достатнє освоєння мовою («*moisturizers*», «*decor*», «*manicure*», «*spray*» та ін) [3, с. 77].

Прості, звичні «старі» слова зазнають таких глибоких змін (семантичних, стилістичних, сполучуваних, оціночних та інших), що це зробило б їх зміст мало зрозумілим для звичайної людини, тож вони часто

потребують уточнень у складі безпосереднього словосполучення («*hair wax*», «*cosmetic cream*», «*nourishing mask*», «*bath salt*», «*facial scrub*» і таке інше) [20, с. 22].

Що ж до складних термінів, то вони охоплюють два чи більше елементи, характерною рисою котрих стає цілісність оформлення. Подібного роду терміни переважно творять за допомогою сполучення кількох складових (слів), серед яких можуть бути, у тому числі, запозичення з інших мов, наприклад: «*autobronzer*» — автобронзант; «*facelift*» — підтяжка обличчя; «*hairdo*» — зачіска; «*overlaquer*» — закріплювач лаку; «*paraffinotherapy*» — парафіноterapia; «*quintessential*» — основний; «*self-tanner*» — автозагар; «*waterproof*» — водостійкий; «*younger-looking*» — помолоділий [3, с. 77-78].гимер

Термінологічне словосполучення є багатоконпонентним, роздільнооформленим, однак у той же час семантично цілісним поєднанням, котре творять за допомогою двох, трьох чи більше слів, як, наприклад: «*brow gel*» — гель для брів; «*eye shadow*» — тіні; «*face wash*» — засіб для вмивання; «*foundation brush*» — пензель для нанесення основи під макіяж; «*lip pencil*» — контурний олівець для губ; «*lymphatic drainage*» — лімфатичний дренаж; «*ultrasound therapy*» — ультразвукова терапия [3, с. 76-78].

Отже, загалом серед термінологічних номінантів досліджуваного професійного мовлення можна визначити тільки два основні найбільш активні структурні типи, використовувані для найменування: однослівні терміни (одноконпонентні терміни) і терміни-словосполучення (багатоконпонентні терміни).

У кожному конкретному випадку вживання значення лексеми можна встановити тільки за контекстом, так як і в «процедурному», і в предметному значеннях слово може вживатися з одними і тими ж видовими конкретизаторами: «*face mask*», «*nourishing mask*», «*mask for dry and sensitive skin*» і таке інше [9, с. 138-139].

Неоднозначно в терміносфері косметики та косметології вживають і самі терміни «*cosmetics*», «*cosmetology*», «*therapy*». Загалом у терміні «*cosmetics*» розвивають суміжні значення «косметичні засоби» і «вид мистецтва/діяльності, засновані на застосуванні косметичних засобів».

Згодом друге значення розширюють за рахунок включення в поняття різних способів поліпшення зовнішності людини і в трансформованому вигляді може бути визначено як «діяльність щодо поліпшення зовнішнього вигляду».

Пізніше за все у слова «*cosmetics*» оформлюють значення «вчення, наука про застосування косметичних засобів». Однак цей лексико-семантичний термін дуже швидко починає витіснятися аналогічним значенням терміну «косметологія», що ввійшли в професійний побут на початку минулого століття [9, с. 140].

У свою чергу термін «*cosmetology*», крім «наукового» значення («наука», «наукова дисципліна», «вчення», «розділ медицини», «галузь медицини» та ін.), зафіксованого в лексикографічних джерелах, у поєднанні з визначенням вживають на позначення: а) напрямку, галузі косметології: «*anti-aging cosmetology*», «*laser cosmetology*», «*manual cosmetology*»; б) сукупності методів, наприклад: «*hardware cosmetology*» — група різнорідних методів естетичної і лікувальної косметології, об'єднаних тим, що для їхнього проведення необхідне апаратне обладнання; в) косметологічних процедур: «*ultrasonic cosmetology*» («*ultrasonic cleaning*»), «*injection cosmetology*» [9, с. 139-140].

Трансформація чи недостатнє розуміння суті терміну тягне за собою практичні помилки в тактиці ведення пацієнтів і навіть техніці виконання процедур. Отже, косметологічні терміни та визначення потребують аналізу і стійких загальноприйнятих формулювань [9, с. 143].

Точну докладну тематичну класифікацію лексики «краси» надає І.Г. Бойко [1, с. 84-89]. Вона виділяє 7 основних тематичних груп: засоби догляду за тілом та волоссям, декоративна косметика та її інструментарій,

інгредієнти косметичних засобів, косметичні недоліки та дефекти, не- та малоінвазивні методи корекції косметичних недоліків, інвазивні методи та способи корекції косметичних недоліків, наслідки і показання до проведення косметичних процедур і операцій. Серед цих груп виділено 46 підгруп.

Спираючись на описані вище наявні класифікації косметичної лексики, ми пропонуємо наш погляд на це питання, в основі якого лежить з боку денотату – тіло людини (див. Додаток А), з боку лінгвістики – елементи комбінаторної методики Т.М. Ломтева [7]. Тому виділяємо множину А, яка підрозділена на такі підмножини: А1- голова, А2 - шия, А3 - тіло, А4 - кінцівки. Далі класифікуємо підмножину А1 – голова – А11 – волосся; А12 – обличчя. Подальшої класифікації потребує підмножина А12, яке є провідним з погляду використання косметичних засобів:

А121 – чоло; А122 – брови; А123 – повіки; А124 – вії; А125 – ніс; А126 – щоки; А127 – рот; А128 – підборіддя.

У такий самий спосіб можна побудувати підмножини для А2 – А4. Кожній з цих підмножин відповідає певний перелік косметичних засобів, що позначаються тими чи тими термінами.

Таблиця 1. Косметичні засоби для обличчя

Підмножина	Фарбування	Поліпшення	Інструменти
А121 – чоло	<i>kajal, bindi, tanning lotion</i>	<i>mudpack, greasepaint, face lift concealer, skin care</i>	<i>compact</i>
А122 – брови	<i>brow gel</i>	<i>to wax, to pluck</i>	<i>brow brush,</i>
А123 – повіки	<i>eye shadow, liquid eyeliner,</i>	<i>eyelid lotion</i>	<i>eyeshadow applicator,</i>
А124 – вії	<i>volume mascara</i>	<i>dye eyelashes</i>	<i>eyelash curlers</i>

A125 – ніс	<i>powder</i>	<i>mudpack</i>	<i>powder puff, tissue, handkerchief</i>
A126 – щоки, підборіддя	<i>rouge, blush,</i>	<i>mudpack, greasepaint, powder, smoothing foundation</i>	<i>powder sponge,</i>
A127 – рот	<i>lipstick, lip gloss,</i>	<i>lip balm, lip gel, lip patch, lip butter</i>	<i>lip pencil</i>

Наведемо ще одну підмножину косметичної лексики, пов'язану з кінцівками людини: А 4 – А41 – рука; А42 – нога. Класифікуємо надалі підмножину А41: А411 – шкіра, А412 – нігті; А4111 – якість шкіри; А4112 – епіляція; А4121 – форма; А4122 – колір тощо.

Таблиця 2. Косметична лексика, пов'язана з кінцівками

Підмножина	Засоби	Дії	Інструменти
A411 – шкіра	<i>exfoliant, toner</i>	<i>wash, massage</i>	<i>face pack, pumice</i>
A4111 – якість шкіри	<i>cream, sun cream</i>	<i>conceal, correct, protect</i>	<i>cleanser, peel</i>
A4112 – епіляція	<i>hair removal</i>	<i>epilation, waxing</i>	<i>hair removal tooth</i>
A412 – нігті	<i>nail art</i>	<i>cut, polish, varnish</i>	<i>nail brush, nail clippers, nail file</i>
A4121 – форма	<i>rounded, squoval</i>	<i>mani-pedi</i>	<i>emery board</i>
A4122 – колір	<i>ombre, shimmery</i>	<i>segment</i>	<i>brush</i>

Ще одним критерієм для класифікації косметичної лексики, який є значущим для її перекладу, є, на наш погляд, приналежність цих одиниць до побутової та професійної лексики. Значна частина косметичних засобів використовується пересічною людиною, переважно жіночої статі, ці слова є

загально відомими (*cream, balm mascara etc*), тоді як до другої групи уналежнюємо професійну косметичну лексику, типову для мови та мовлення фахівців (*aging prevention; dry, dehydrated skin; fading skin; hyperpigmentation; oily, rough skin with enlarged pores etc*).

Отже, косметична та косметологічна лексика англійської мови є надзвичайно різноманітною, тому її можна класифікувати за різними критеріями. Вирізняємо серед неї побутову та професійну лексику. Побутова лексику класифікуємо за частинами тіла, на яких вона використовується. Професійну лексику класифікують за метою та сферою її використання (ліквідація недоліків зовнішності, операційні втручання тощо).

З лінгвістичного погляду виділяємо прості, тобто однослівні лексичні одиниці, та складні сполучення з двох або більше слів. З погляду етимології доцільно виділяти рідні та запозичені з латини чи грецького лексеми.

Запропоновані класифікації є визначальними з погляду їхнього перекладу українською мовою, що буде предметом розгляду у наступному розділі нашої роботи.

РОЗДІЛ 3. ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ КОСМЕТИЧНОЇ ЛЕКСИКИ

Реклама косметики повинна розглядатися в контексті світової індустрії краси, яка безпрецедентно розвивається у всьому світі. Рекламні та маркетингові кампанії є ключовими способами проникнення на нові ринки, створення впізнаваності бренду, максимізації продажу продукції та, в ідеалі, приваблення великої кількості клієнтів. Багато косметичних товарів продають у різному культурному та мовному контексті, і можуть бути незначні зміни щодо коефіцієнту адаптації та локалізації, щоб ефективно звернутися до цільової демографічної групи [18, с. 4-5].

Оскільки перед нами постає така ситуація, коли певні косметичні засоби та процедури, які були розроблені в одній країні і мають власні номінації та терміни, з'являються на ринках іншої країни, і у зв'язку з цим можуть виникати значні проблеми з їх розумінням та адекватним перекладом.

Саме тому спостерігаємо потребу вивчення питання винайдення нових способів та моделей перекладу, що дасть змогу не лише подолати певні суспільні не-лінгвістичні проблеми, а й досягти більш якісного та адекватного перекладу.

Проблеми, з якими стикаються перекладачі, зумовлені здебільшого особливостями сприйняття та репрезентації навколишньої дійсності представниками різних культур, оскільки воно залежить від цінностей, традицій, звичок та світоглядних особливостей кожного народу. Ці проблеми прийнято об'єднувати у категорію когнітивних особливостей, що вимагає для їх дослідження розглядати переклад в аспекті когнітивної лінгвістики [11, с. 140].

Якщо говорити про переклад термінів, звернемо увагу на те, що за визначенням термін має бути однозначним, хоча на практиці цього досягають не завжди; в ідеалі термін не повинен мати синонімів; жоден термін не може отримувати конотативні значення; незважаючи на стиль тексту, термін має

перекладатися терміном, більше того — абсолютним, повним своїм еквівалентом. Однак усі ці вимоги виконують далеко не завжди. Переклад терміну не можна розглядати просто як словникову заміну іншомовного слова на слово з мови оригіналу [**Error! Reference source not found.**, с. 103].

Труднощі також виникають під час перекладу запозичених термінів: наприклад, «*highlighter*», «*concealer*», «*BB-cream*» [21].

Якщо розглядати переклад термінологічних одиниць, варто зауважити, що є декілька підходів, таких, як нульовий переклад, транскодування (транскрипція, транслітерація), калькування, експлікація [4].

З погляду перекладу терміни індустрії краси можна умовно поділити на еквівалентні та безеквівалентні [11]. Для того, щоб перекласти еквівалентний термін, перекладач має просто скористатися словником з термінології цієї галузі та обрати вірний словниковий відповідник: так, наприклад, у парфумерній сфері «*top notes*», «*middle notes*», «*base notes*» українською перекладають як «*початкові ноти*», «*середні ноти*» та «*кінцеві ноти*» відповідно, або ж «*mascara*» — «*туш для вій*».

Якщо ж у терміну відсутній словниковий відповідник, тобто він є безеквівалентним, то перекладач має застосувати певний вид перекладацьких трансформацій.

Найчастіше словникового відповідника не мають запозичені терміни, для яких ще не встановлено неологізму у мові перекладу. Переклад цього типу термінів може бути здійснений з використанням таких способів перекладу [11]:

- нульовий переклад: «*Fluidactiv patent*» — «*патентна формула Fluidactiv*», «*Shade Back Chat*» — «*відтінок Back Chat*», «*Shade 075 Golden*» — «*відтінок 075 Golden*», «*Shade Midnight Orchid*» — «*відтінок Midnight Orchid*»; нульовий переклад застосовують переважно для термінів, для яких ще немає еквіваленту у мові перекладу, однак побутує не в усіх сферах — як правило, його використовують у рекламних текстах для того, аби привернути увагу читача або глядача;

- калькування (тобто спосіб перекладу лексичної одиниці з мови оригіналу за допомогою заміни її складових, тобто морфем або слів, їхніми лексичними відповідниками з мови перекладу). Калькування, в свою чергу, більш вживане під час перекладу історичних видань. Інформація у історичних виданнях спрямована на більш широке коло читачів. Однак іноді воно може бути залучене і в звичайних рекламних текстах, наприклад: «*Fragrance-Free Protective Face Cream*» — «захисний крем для обличчя непарфумований» (перекладені усі складники, до того ж застосована перестановка для більш природного звучання у мові перекладу), «*Smoothing*» — «розгладжувальна», «*Skin Imperfections*» — «недосконалості шкіри», «*Micellar Water*» — «міцелярна вода», «*Hand Cream For Very Dry Sensitive Skin*» — «крем для рук для дуже сухої та чутливої, атопічної шкіри»;

- транскрипція (спосіб перекладу, що передає звучання вихідної лексичної одиниці засобами мови перекладу). Транскрипцією часто перекладають саме запозичену термінологію — наприклад, «*highlighter*» українською часто перекладають як «хайлайтер», «*Bronzer*» — «бронзер»;

- експлікація (описовий переклад): так, наприклад, слово «*glow*» перекладено українською як «з ефектом сяяння», «*skin tone*» — «тон засмаги» [40], «*helps with*» — «загоює».

Стосовно ж полісемічних та омонімічних термінів та іншої косметичної лексики, то під час перекладу таких слів перекладач може застосовувати еквівалентну лексику, узгоджуючи її значення з контекстом, а до того ж вдаватися до перенесення терміну у текст перекладу у вихідному написанні, тобто латиницею, і це дає змогу уникнути непорозуміння у міжкультурних зв'язках, або транскрибувати його): наприклад, «*metallic effect*» перекладено як «металік-ефект», аби уникнути плутанини зі словами «металічний» та «металевий», які частіше стосуються саме матеріалу певного виробу.

У свою чергу, основними способами, використовуваними для перекладу неологізмів індустрії краси, є транскрипція, калькування, а також описовий переклад.

Існує також велика кількість фразеологічних зрощень, які побутують у сфері косметики та косметології, які відтворюють в українській мові за допомогою описового перекладу («*to help prevent wrinkles*» — «для того, щоб запобігти появі передчасних зморшок») або калькування (наприклад, «*your skin is under attack*» — «ваша шкіра під загрозою») [11].

Наявні серед засобів, використовуваних під час перекладу косметичної лексики, також трансформації, пов'язані з граматичною та семантичною структурою — наприклад, переклад словосполучення одним словом, що іноді одночасно залучає зміну частини мови: так, наприклад, «*very intense pigmentation*» перекладено українською як «високопігментований».

Отже, аналіз мовного матеріалу дає змогу уникнути перекладу просто «набором слів» і сприяє адекватному інформуванню. Так, перспективним є подальше дослідження когнітивного аспекту перекладу у різних жанрах дискурсу, зокрема в косметологічному дискурсі, оскільки такий підхід до вивчення проблем цього питання сприяє досягненню адекватності перекладу, що є основним завданням перекладача. До того ж, він дає змогу розробити нові моделі та стратегії перекладу, які будуть значно ефективніші за попередні [11, с. 142].

Спираючись на описані вище засоби перекладу термінологічної лексики, ми проаналізували словник косметичної та косметологічної лексики у кількості 1200 одиниць, зібраний у дисертаційному дослідженні І.Г. Бойко [1], додавши до нього ще декілька лексем, відсутніх у цьому словнику, наприклад *to pamper somebody, mani-pedi, kajal, gait* etc.

Ми проаналізували способи перекладу англomовних одиниць українською мовою, поданих у зазначеному словнику. Враховуючи запропоновану нами вище класифікацію лексики з опертям на тіло людини, зауважимо, що прості одно- або двослівні позначення побутових косметичних одиниць, переважно перекладаються еквівалентами. Наприклад:

eyebrow pencil олівець для брів

face powder пудра для обличчя

lipstick губна помада тощо.

Коли йдеться про переклад професійної лексики, переважає описовий переклад, наприклад:

feline eye - котячі очі (внаслідок нанесеного макіяжу очі виглядають «розтягнутими», «видовженими», схожими за формою на котячі);

lumpiness - утворення грудок (наслідок невдалої підтяжки обличчя);

rapulosis - стан, коли велика площа тіла покрита вуграми тощо.

Під час використання такого засобу перекладу часто спостерігаємо поєднання транскрипції та докладного пояснення:

cherubism - херувизм (рідкісне спадкове захворювання, що виявляється пороком розвитку лицьового скелета, переважно верхньої і нижньої щелеп; при цьому ознаки захворювання подібні на херувимів, яких зображали в період ренесансу);

epilation - епіляція (процедура, при якій волосся видаляють разом із коренем; волосяний фолікул порушується).

Цікавими прикладами, який поєднують транскрипцію та описовий переклад, є метафоричні терміни:

elevens - зморшки (між бровами, за формою схожі на число «11»);

parrot beak deformity, pollybeak nose deformity - вид вади обличчя, коли ніс за формою схожий на пташиний дзьоб (з горбинкою);

saddlebags - жирові відкладення на верхній частині стегна;

doe foot - кісточка-аплікатор для нанесення блиску для губ.

Транскрипція найчастіше використовується тоді, коли термін охоплює власне ім'я, наприклад:

Jessner's peel - пілінг Джесснера (процедура для проблемної шкіри з постакне);

Jacquet's massage - масаж за Жаке

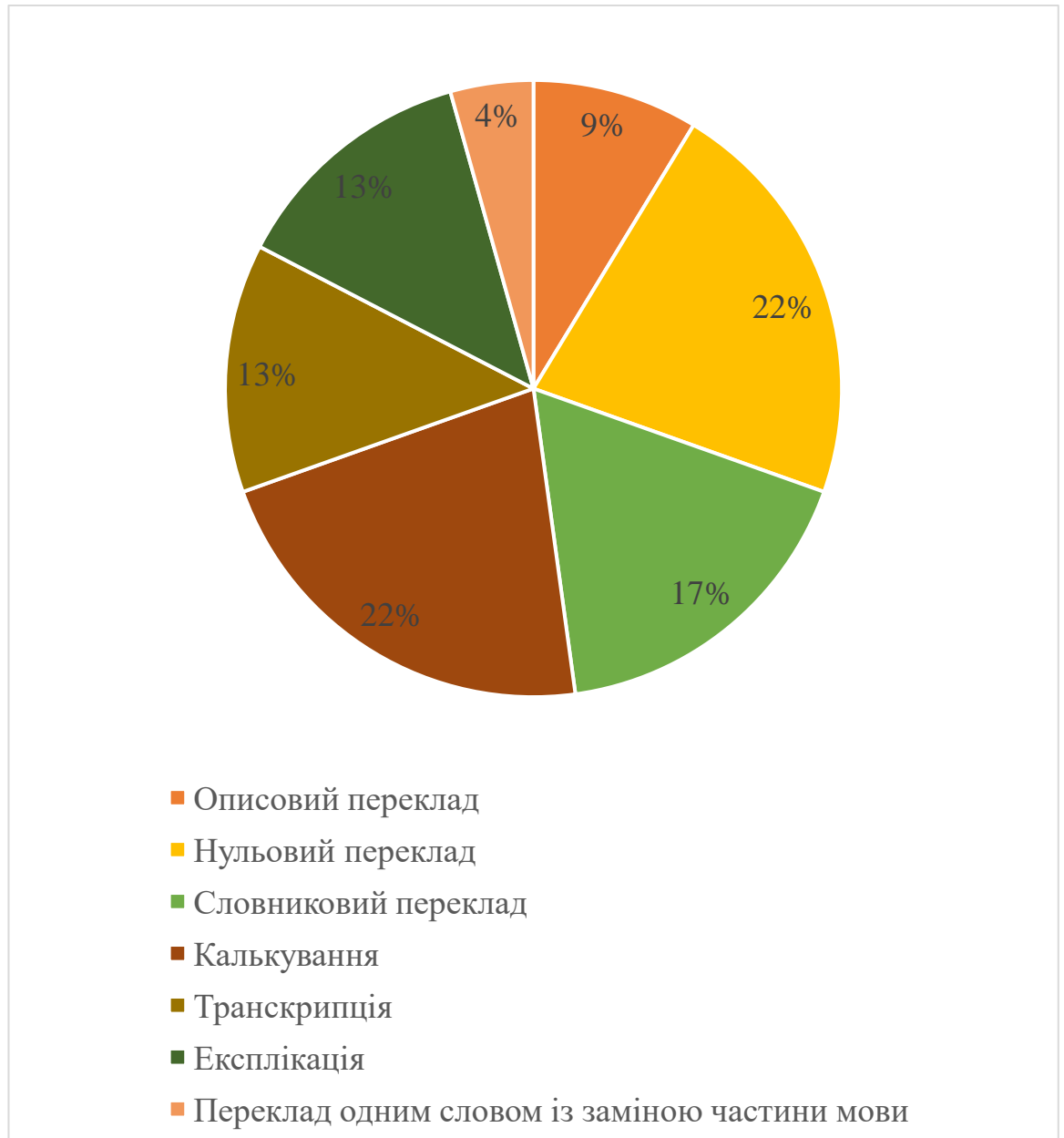
kotz current - (дермобразія) токами Коца.

Звернемо увагу на описовий переклад хибних друзів перекладача, коли транскрипція неможлива:

romade - парфумований засіб для укладки волосся

clay mask - глиняна маска.

Кількісне співвідношення зазначених засобів перекладу представлено в діаграмі 1.



Діаграма 1. Відсоткове співвідношення засобів перекладу косметичної та косметологічної лексики

Загалом же серед наведених прикладів близько 22% було перекладено за допомогою транскрипція та описового перекладу, 22% — нульового перекладу, 17% — словникового перекладу, 13% — експлікації, 13% — транскрипції, 9% — калькування, 4% — перекладу одним словом із заміною частини мови.

Отже, косметична лексика є різноманітною як за своїм походженням (це слова, запозичені з латини, грецької, французької тощо), так і за структурою (це можуть бути слова і словосполучення, з чітким значенням або явищем полісемії чи амбісемії і таке інше).

Для перекладу косметичної термінології потрібно, перш за все, знати, чи є термін еквівалентним чи безеквівалентним. Якщо термін еквівалентний, може бути застосований словниковий переклад. У роботі ж з безеквівалентними термінами використовують калькування, експлікацію, словниковий, описовий та інші види перекладу. Вибір засобу перекладу залежить від характеристик слова та вибору перекладача і може бути різним. Однак найчастіше у нашій вибірці зустрічалися калькування та нульовий переклад.

ВИСНОВКИ

За результатами нашого дослідження ми визначили, що основна складність перекладу косметологічної лексики полягає у тому, що серед неї багато термінів, аналоги яким не завжди є у мові перекладу. Через це більшість наших досліджень була присвячена саме термінологічній лексиці та її побутуванню у косметичному дискурсі.

Ми визначили основні групи лексичних одиниць, які можуть бути класифіковані за приналежністю до функційних стилів: розмовного, наукового, естетичного та стилю ділового спілкування. Іноді лексика може бути нейтральною, іноді — стилістично забарвленою. Серед так званої «книжної лексики», стилістично забарвлених слів небагато, однак групи таких слів утворюють поетична, спеціальна та наукова лексика. Наукову лексику, в свою чергу, поділяють на загальнонаукову лексику та вузькоспеціалізовані терміни. Саме тут, відповідно, знаходиться місце термінологічної лексики. Термін є словом або словосполученням, що виражає спеціальне поняття певної галузі людської діяльності, у тому числі виробництва, науки тощо. Терміни повинні мати чітко окреслене, денотативне значення, але тільки одне, і бути поширеними серед фахівців. Сукупність термінів певної галузі людської діяльності складають її термінологію.

Як нами було з'ясовано, косметичний дискурс і, відповідно, притаманна йому лексика, у тому числі термінологія, є, в свою чергу, доволі спірним, специфічним явищем, оскільки лежить на перетині між дискурсом медичним (особливо якщо мова йде про косметологію) і дискурсом рекламним. Косметична лексика як української, так і англійської мов є надзвичайно різноманітною за походженням, оскільки у ній багато запозичень з грецької, латини, французької, німецької та інших мов. Останнім часом термінологія косметики тяжіє до інтернаціоналізації, однак все ще вимагає перекладу. Для перекладу термінологічної лексики, відповідно до результатів дослідження, використовують різноманітні засоби, однак найчастіше говоримо не про

переклад як такий, а про заміну терміну мови оригіналу таким у мові перекладу. Якщо термінологія усталена, можливий переклад за допомогою словникової заміни, однак терміни деяких галузей або просто конкретні терміни ще не отримали постійного еквіваленту, тож можуть адаптуватися засобами мови перекладу — за допомогою транскрипції, транслітерації, кальки, описового перекладу, експлікації. До самих текстів, що містять термінологічну лексику, також застосовують численні трансформації — такі, як генералізація, конкретизація, прийом лексичних додавань, зміна частин мови, членування речення тощо.

Ми встановили, що структурно терміни косметики та косметології поділяють на прості та складні. Прості терміни, як правило, складаються з одного слова — це може бути неологізм, запозичення, надання «старому» слову додаткового значення — і виявляють тісніший внутрішній зв'язок, а складні найчастіше є словосполученнями, завдяки поєднанню значень елементів яких утворено нове значення, або за допомогою одного слова пояснюють сутність іншого. Що ж до семантики, то косметичній лексиці притаманна полісемія (множинність) та амбісемія (варіативність) значення, що може бути проблемою як у науковому, так і у практичному сенсі. Ми описали перекладацькі трансформації, що відбуваються під час перекладу термінологічної лексики косметичного дискурсу. Найчастіше для перекладу косметичної лексики використовують нульовий переклад (що дає змогу привернути увагу у рекламних оголошеннях) транскрипція і транслітерація, калька (найчастіше використовувана у історичних текстах), а також експлікація.

Загалом переклад косметичної лексики, особливо термінологічної її частини, потребує подальших досліджень, оскільки система перекладу косметичної лексики, зокрема термінів, досі не є уніфікованою.

Список використаної літератури та джерел

1. Бойко І. Г. Англійська термінологія косметології та естетичної медицини: генеза, структура, семантика, прагматика: дис. ... канд. філол. наук. Львів, 2019. 282 с.
2. Войцева Е. А. Роль вербальных и визуальных компонентов в моделировании текстов парфюмерно-косметической рекламы. *Текст. Предложение. Слово. Исследования по русскому языку*. 2016. №2. С. 121—130.
3. Гандалоева З. С. Основные тематические группы англоязычной терминологии сферы парфюмерного и косметического производства. *Вестник ВГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация*. 2016. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-tematicheskie-gruppy-angloyazychnoy-terminologii-sfery-parfyumernogo-i-kosmeticheskogo-proizvodstva> (дата звернення: 27.10.2020).
4. Гимер Н. О. Іншомовна лексика в косметиці та косметології автореф *Вісник Національного університету „Львівська політехніка”*. 2007. № 593. С. 74—78.
5. Карабан В. І. Переклад англійської наукової і технічної літератури. Ч. 2. Лексичні, термінологічні та жанрово-стилістичні труднощі. Вінниця, 2001. 303 с.
6. Карпенко Ю. О. Вступ до мовознавства. Київ, 2006. 336 с.
7. Ломтев Т. П. Общее и русское языкознание. Москва, Наука, 1976. 382 с.
8. Лях О., Непран А. Лексичні особливості наукової статті. *Теоретичні й прикладні проблеми сучасної філології*. 2019. Вип. 9(1). С. 111—117.
9. Нашиванько О. В. Виды семантической неоднозначности терминов медицинской косметологии в современном русском языке. *Вісник Дніпропетровського університету. Серія: Мовознавство*. 2013. Т.21, вип.19(2). С. 138—143.
10. Неженец Э. В., Пристайко Т. С., Конопелькина Е. А. Вариантность терминов правоведения в системном и коммуникативном аспектах. Очерки по

русской терминологии экономики и права : монография. Дніпропетровськ, 2011. С. 55—148.

11. Полюк І. С., Кутенко В. О. Семантико-когнітивні особливості перекладу французьких текстів з косметології українською мовою. *Мови професійної комунікації : лінгвокультурний; когнітивно-дискурсивний; перекладознавчий та методичний аспекти: мат. III Міжнар. наук. конф.* Київ, 2016. С. 140—142.

12. Романова Н. В. Лексикографічна семантика стилістично забарвленої лексики сучасної німецької мови. *Вісник ХНУ.* 2013. №1072. С. 92—98

13. Сінкевич Н. М. Книжна лексика як сегмент тлумачного словника. *Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. Серія 10 : Проблеми граматики і лексикології української мови.* 2011. Вип.7. С. 360—364

14. Шевчук С. В., Клименко І. В. Українська мова за професійним спілкуванням. Київ, 2011. 544 с.

15. Харцер Г. О. Особливості перекладу термінологічної лексики на прикладі текстів медичного спрямування. *Наукові записки [Ніжинського державного університету ім. Миколи Гоголя]. Серія : Філологічні науки.* 2013. Кн.3. С. 151—154.

16. Achkasov A. V. What Translators Do to Terminology: Prescriptions vs. Performance. *Гуманитарные науки. Humanities & Social Sciences.* 2014. №7(2). С. 210—221.

17. Kryzhanovska Ye. H. The peculiarities of the translation English maritime terms into Ukrainian language. *Молодий вчений.* 2018. №2(1). С. 201—204.

18. Peter L. Terminology and Terminological Systems. New York, 2012. 244 p.

19. 33 Sonneveld H, Loenning K. Introducing terminology. *Terminology.* 1994. №5. P. 1—6

20. Shumenko O., Reva N. Noun status in the cosmetics advertisements for women. Peer-reviewed materials digest (collective monograph) published following the

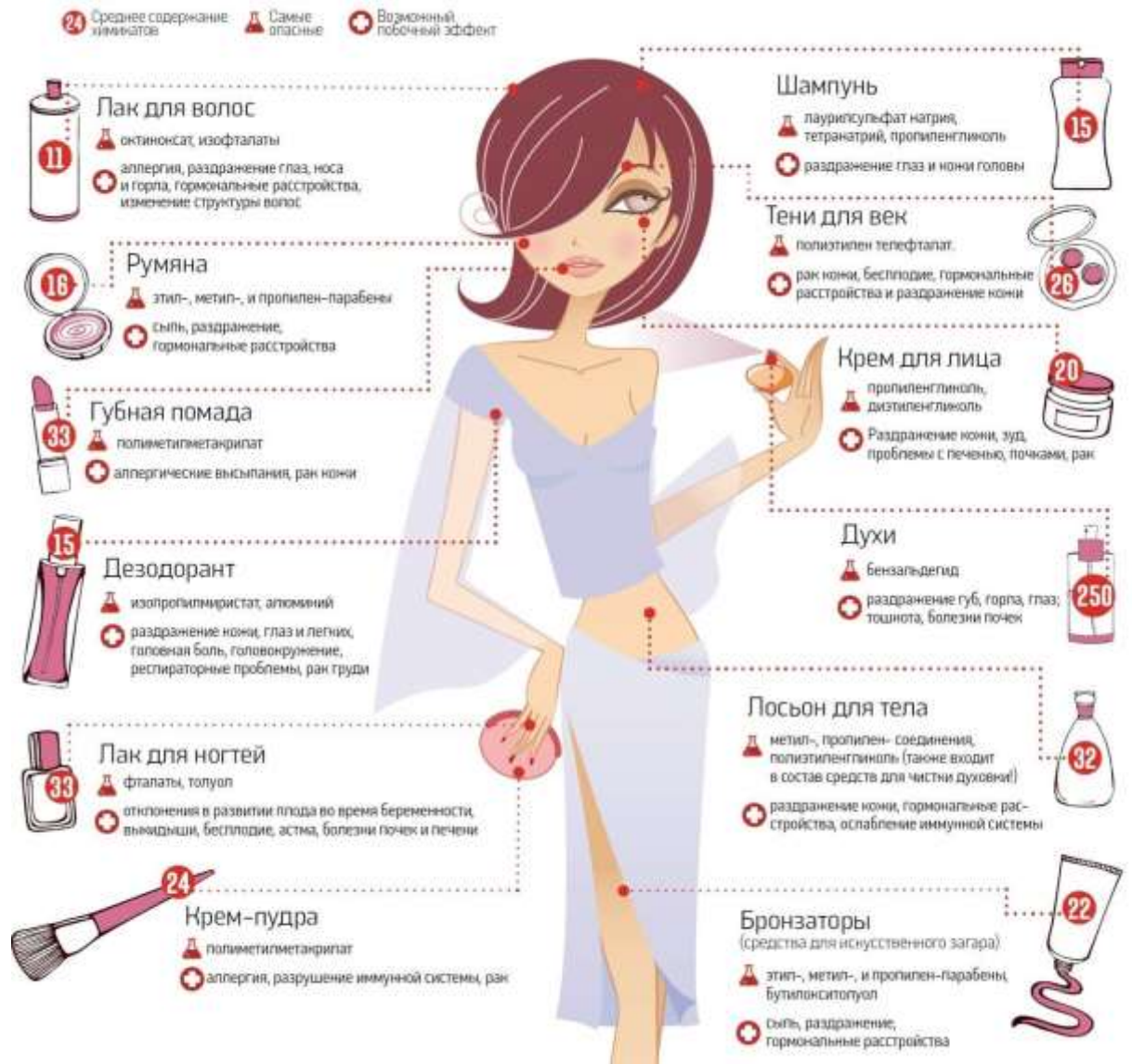
results of the CXI International Research and Practice Conference and III stage of the Championship

Джерела

17. Bioderma. URL: <https://www.notino.co.uk/bioderma/> (Last accessed: 01.11.2020). La Roche-Posay. URL: <https://www.notino.co.uk/la-roche-posay/> (Last accessed: 05.11.2020). Marc Jacobs. URL: <https://www.notino.co.uk/marc-jacobs/> (Last accessed: 02.11.2020). NYX. URL: <https://www.notino.co.uk/nyx-professional-makeup/> (Last accessed: 07.11.2020). W7. URL: <https://www.notino.co.uk/w7-cosmetics/> (Last accessed: 10.11.2020)

ДОДАТКИ

Додаток А. Класифікація денотатів косметичної лексики



Додаток Б. Таблиці

Таблиця 1.

Переклад косметичної лексики на конкретних прикладах

Лексична одиниця англійською	Переклад українською	Засіб перекладу
base notes	кінцеві ноти	словниковий переклад
Bronzer	бронзер	транскрипція
Fluidactiv patent	патентна формула Fluidactiv	нульовий переклад
Fragrance Free Protective Face Cream	захисний крем для обличчя непарфумований	калькування
glowy	з ефектом сяяння	експлікація
Hand Cream For Very Dry Sensitive Skin	крем для рук для дуже сухої та чутливої, atopічної шкіри	калькування
helps with	загоює	експлікація
highlighter	хайлайтер	транскрипція

Marc Jacobs	Marc Jacobs	нульовий переклад
Mascara	туш для вій	словниковий переклад
metallic effect	металік-ефект	транскрипція
Micellar Water	міцелярна вода	калькування
middle notes	середні ноти	словниковий переклад
Shade 075 Golden	відтінок 075 Golden	нульовий переклад
Shade Back Chat	відтінок Back Chat	нульовий переклад
Shade Midnight Orchid	відтінок Midnight Orchid	нульовий переклад
Skin Imperfections	недосконалості шкіри	калькування
skin tone	тон засмаги	експлікація
Smoothing	розгладжувальна	калькування
to help prevent wrinkles	для того, щоб запобігти появі передчасних зморшок	описовий переклад
top notes	початкові ноти	словниковий переклад
very intense pigmentation	високопігментований	переклад одним словом із заміною частини мови
your skin is under attack	ваша шкіра під загрозою	описовий переклад