

Научная статья

УДК 81

DOI 10.25205/1818-7935-2025-23-2-34-49

Артионим как перевод изображения в поэтику названия, или Принципы нейминга

Наталья Михайловна Мухаметгареева¹

Зиля Анасовна Юсупова¹

Евгения Андреевна Яковлева²

¹Уфимский университет науки и технологий
Уфа, Россия

²Башкирский государственный педагогический университет им. М. Акмуллы
Уфа, Россия

nmch77@mail.ru
zilya_iousupova@mail.ru
e_yakov@mail.ru

Аннотация

В настоящем исследовании речь идет о номинации в сфере живописи в общем и, в частности, о художественном полотне, которое мы обозначили как «креолизованный текст», состоящий из двух частей: невербальной и вербальной (артионим). При этом вербальная часть креолизованного текста вначале кажется элементарной, но на самом деле она весьма сложна, поскольку в процессе эволюции артионим из простого описания того, что изображено, превратился в философское рассуждение, уникальную единицу искусствоведческого дискурса, вписанную в каталог мировой культуры. Кроме того, в процессе номинации происходит «перетолмачивание» артионима с одного языка на другой, так как новое иноязычное слово должно остаться более-менее адекватным вариантом источника, способным отразить не только замысел художника, но и вписаться в иную языковую систему.

Ключевые слова

произведение искусства, имя собственное, артионим, креолизованный текст, перевод артионима, нейминг

Для цитирования

Мухаметгареева Н. М., Юсупова З. А., Яковлева Е. А. Артионим как перевод изображения в поэтику названия, или Принципы нейминга // Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2025. Т. 23, № 2. С. 34–49. DOI 10.25205/1818-7935-2025-23-2-34-49

The Artionym as a Translation of Image into the Poetics of a Name, or the Principles of Naming

Natalya M. Mukhametgareeva¹, Zilya A. Yusupova¹,
Evgenia A. Yakovleva²

¹Ufa University of Science and Technologies,
Ufa, Russian Federation

²Bashkir State Pedagogical University named after M. Akmulla
Ufa, Russian Federation

nmch77@mail.ru
zilya_iusupova@mail.ru
e_yakov@mail.ru

Abstract

This research discusses the process of naming in the sphere of painting in general and an artwork in particular. We have designated the artwork as a ‘creolised text’ consisting of two parts: non-verbal and verbal (artionym). In the process of its creation, a work of art goes a complex way of encoding the artist’s thoughts and feelings into material form, which involves embodiment of the image, the ‘spirit’ of the painting, into the phenomenon of art with the help of canvas and colours. The verbal part of the creolised text, seeming elementary at first, is in fact quite complex, because in the process of evolution the artionym has turned from a simple description of what is depicted into somewhat philosophical discourse, a unique piece of art history discourse, inscribed in the catalogue of world culture. Moreover, in the process of naming, the artionym is adapted from one language into another, since the new foreign-language word must remain adequate to the source, capable of reflecting not only the artist’s intention and the range of feelings conveyed by them, but also of fitting into a different language system with its associative-verbal links and the parameters of museum discourse. After all, even a comparative analysis of basic human emotions (happiness, resentment, joy, love) demonstrates, according to ethnolinguists, a specific ‘heat of passions’: an Englishman smiles at happiness, while a Russian ‘soars on wings’. Thus, in the process of translation we observe a complex transformation of a visual image into a word-text where other linguistic and non-linguistic spheres of cognition of the picture’s meaning are involved. The translation of an artionym should become understandable to a representative of another language and culture and at the same time be as weighty and complementary to the image of the original picture, and here the translator in the process of naming should take into account both linguistic and cultural traditions of the recipient language.

Keywords

work of art, proper name, artionym, creolised text, translation of artionym, naming

For citation

Mukhametgareeva N. M., Yusupova Z. A., Yakovleva E. A. The Artionym as a Translation of Image into the Poetics of a Name, or the Principles of Naming. *Vestnik NSU. Series: Linguistics and Intercultural Communication*, 2025, vol. 23, no. 2, pp. 34–49. DOI 10.25205/1818-7935-2025-23-2-34-49

Вопрос, которым наверняка задаются многие, начинаяющие глубже узнавать мир искусства и удивительные вещи о нем: почему порой название картины не совсем вяжется с содержанием? Принцип нейминга, т. е. присваивания имени чему-либо, даже в области культуры, бывает неоднозначный. По сути, это еще один способ художника привлечь внимание к своей работе или подчеркнуть особенно важную мысль [Орлова, онлайн].

Введение

Почему для нас так важны книги, музыкальные произведения, памятники, картины, театр? Причина этого в том, что человек не мыслит свою жизнь без чувств, которые дарит нам искусство. Мы остро нуждаемся в восприятии прекрасного, чтобы постигнуть и выразить эмоции, мысли и идеи. Искусство также позволяет нам увидеть окружающую действительность глазами других

людей, понять их самобытные переживания. Оно помогает расширить пространство собственного внутреннего мира, проявить эмпатию и осознать культурное многообразие человечества.

Представляя собой особый вид духовных практик, искусство использует и специфический инструментарий (слово, звук, камень, цвет, форму, движение). В нашей статье мы обращаемся непосредственно к произведениями живописи и их названиям. Р. Л. Грегори описал «странные свойства картин» следующим образом: «Картины – уникальный класс предметов, потому что они одновременно видны и сами по себе, и как нечто совсем иное, чем просто лист бумаги, на котором они нарисованы. Картинам парадоксальны. Никакой объект не может находиться в двух местах одновременно; никакой объект не может быть одновременно двумерным и трехмерным, а картины мы видим именно так. Картина имеет совершенно определенный размер, и в то же время она показывает истинную величину человеческого лица, здания или корабля. Картинам – невозможные объекты. Картинам важны, потому что глаз видит в них отсутствующие предметы. Биологически это чрезвычайно странно» [Грегори, онлайн].

Цель и задачи нашего исследования – рассмотреть художественное полотно, во-первых, как произведение искусства, обладающее определенной ценностью, имеющее дополнительную вербальную часть, т. е. как некий креолизованный текст в аспекте сложившегося симбиоза названия (артионима) и изображения, находящихся между собой в сложных диалектических отношениях (материально-знаковая и духовно-знаковая составляющие); во-вторых, понять и объяснить, в чем заключается трудность процесса перевода артионима с одного языка на другой в свете языковых антиномий *объективного и субъективного, индивидуального и коллективного, произвольного и мотивированного, понимания и непонимания*.

Решение данных задач позволяет получить ответ не только на вопрос, касающийся роли искусства в современном познании человека, но также и – с позиции философии, лингвистики, психолингвистики и лингвокультурологии – определить базовые принципы номинации, или, по-новому, *нейминга*. Таким образом, мы хотим осознать, как слово, «слившись» с «куском полотна, разрисованного красками», способно помочь постигнуть переданный художником трепетный образ, настроение, неповторимый цвет, графическую отточенность и линейность, а вместе – усилить восторг, упоение, печаль или даже иронию, столь характерную, к примеру, для М. З. Шагала, называвшего Париж «вторым Витебском». Реальными примерами «узаконивания слова» служат названия знаменитых картин и фресок, известных во всем мире и ставшими своего рода символами: «Впечатление» К. Моне или «Герника» П. Пикассо.

Методы исследования. Основным методом исследования в работе стал описательно-аналитический метод, главными компонентами которого являются наблюдение, обобщение, интерпретация, типологизация. Кроме того, на различных этапах исследования мы применяли комплексный анализ креолизованного текста, контекстуальный анализ, психолингвистический эксперимент и др.

В рамках данной работы мы рассмотрели 115 названий картин (артионимов) на русском, английском и французском языках.

В настоящей работе авторы опирались на следующие источники: исследования в области теории перевода, искусствоведения, философии имени, семиотики, лингвистической герменевтики, лингвокультурологии, социолингвистики, лингвистики (ономастика, лексикология, этимология, стилистика и др.): С. Булгаков [Булгаков, 1954], Х.-Г. Гадамер [Гадамер, 1988], А. А. Кретов [Кретов, 2024], А. Ф. Лосев [Лосев, 1999], Ю. М. Лотман [Лотман, онлайн], Н. М. Мухаметгареева [Мухаметгареева, 2017, 2022], Н. В. Подольская [Подольская, 1988], Е. А. Яковлева [Яковлева, 2013], М. Ямпольский [Ямпольский, 1993], Р. Bourdieu [Bourdieu, 1992], М. Charles [Charles, 1995], М. Heidegger [Heidegger, 2007, 2008], Leo H. Hoek [Hoek, 2001], E. Lecuit [Lecuit, онлайн] и пр.

Итак, живопись – это одна из форм искусства, которое, по мнению античных философов, например Аристотеля, способствует «очищению от страстей» человеческой души, ее «оздоровлению», то есть «катарсису» (цит. по: [Философия. Учебник для вузов, 2004. С. 508–511]).

Действительно, культурные потребности заложены в природе человека с древних времен, и обращение первобытных людей к новому для них виду деятельности – искусству – одно из величайших событий в истории человечества, достаточно вспомнить, к примеру, настенные рисунки Шульган-Таш, Каповой пещеры в Башкирии. С древнейших времен тяга к краскам, скульптуре, гравировке довлеет над человеком, отсюда и культ картин и статуй. Сближаясь с *игрой* (Й. Хейзинга), искусство овладевает звуками, красками, ритмами, смыслами. Фрейд называл искусство «легким наркозом», дающим мимолетное отвлечение от тягот жизни. Итальянский эстетик Б. Кроche трактовал искусство как «лирическую интуицию», «априорный синтез образа и чувства» (цит. по: [Философия. Учебник для вузов 2004, С. 517–526]). Явления, касающиеся красоты, искусства и условий их создания и оценки, отношения между искусством и другими видами деятельности подробно изучали знаменитые итальянцы: философ У. Эко [1998] и недавно ушедший историк и искусствовед Ф. Даверио [2022].

Привлекая к исследованию предметов искусства понятие нейминга, мы расширяем границы их изучения до уровня *институциональной социологии*, где они рассматриваются как рождение коллективного вкуса и напрямую связаны с процессами их *капитализации* [Hoek, 2001. Р. 140]. Это обусловлено тем, что ответ общества на вопрос, какие произведения реально относятся к искусству с большой буквы, в целом зависит от культурных предпочтений, характерных для различных социальных классов и часто буквально навязанных пропагандой [Bosredon, 1997. Р. 128]. Знаменитый искусствовед Дюре обозначил данный факт в конце XIX века в своей работе «Художники-импрессионисты», он писал так: «Вкус – это вопрос привычки, вкусу нужно учиться» (цит. по: [Heinich 1998. Р. 61]).

Картина, конечно, может получить одобрение публики, но часто эта похвала, легко преобразующаяся в капитал, обусловлена не только мастерством художника, но и результатами дебатов, широких обсуждений, споров, скандалов, возникающих регулярно в культурной сфере, а также другими обстоятельствами, далекими от ценностных ориентиров.

Как и все люди, художник не является полностью свободным, в своем видении прекрасного он вполне реально ограничен языковыми, социальными, культурными, временными, политическими и денежными (материальными) рамками. И его задача нередко состоит в том, чтобы заставить специалистов (критиков, ценителей искусства) подтвердить, что именно *это полотно* и есть настоящее *искусство* [Heinich, 1998. Р. 57]. Именно поэтому процесс нейминга, т. е. узаконивания *артионима*, весьма важен, поскольку помогает подтвердить значимость предмета искусства в его конкретно-исторической и «денежной» форме. При этом не следует забывать уже сложившиеся (и используемые ранее) базовые принципы нейминга (лаконичность и звучность, уникальность, стилистическое своеобразие, «терминологичность» и авторскую индивидуальность).

Итак, процесс нейминга произведения искусства сталкивает нас с проблемой «художественного мотивированного словотворчества», при котором языковой знак приобретает концептуальный (понятийный) характер, являясь своего рода *текстом*, раскрывающим его эстетические потенции и отражающим национально-культурную специфику названия. Такое слово связывает индивидуальную и коллективную сферы бытия, реализует языковую антиномию *понимание/непонимание* и является своего рода паролем, помогающим ориентироваться в мире искусства: «*Тайная вечеря*» Леонарда да Винчи, «*Сад земных наслаждений*» И. Босха, «*Девятый вал*» И. К. Айвазовского, «*Звездная ночь*» В. Ван Гога, «*Черный квадрат*» К. С. Малевича.

Как знак, как слово-текст, артионим облекает в звуковую форму понятие, и его формирование представляет собой сложный процесс речемыслительного погружения в само произведение искусства с целью поиска общих смысловых структур. Ведь название не только индивидуализирует картину, подчеркивая ее особенные, специфические черты, но является продуктом мышления номинатора, что могут подтвердить великие русские философы, занимающиеся имяславием. С. Булгаков в известной работе «Философия имени» писал: «Всякое познание есть именование, а предикат, идея, срастааясь с субъектом, с подлежащим, дает имя. Таково

происхождение всех вообще именований и имен. При этом сращение это может быть более тесным и постоянным или же временным и преходящим, в зависимости от этого мы различаем так называемые «собственные» и «нарицательные» имена. Всякое имя в своем генезисе есть нарицательное, как возникающее от нарицания (именования), но оно же является непременно и собственным, если оно пристает к своему носителю как постоянный его предикат, так что носитель его именуется этим предикатом. Всякое имя является собственным в том смысле, что в нем избирается один предикат из бесконечного ряда других, которые могут быть к нему прилагаемы; этот отбор и есть именование в узком смысле, как давание имени» [Булгаков, 1953. С. 154].

Эта же мысль подчеркивается философом А. Ф. Лосевым, утверждавшим, что в акте именования снимается противоположность между субъектом и объектом, познающим и познаваемым, поскольку именование есть «высшая форма диалектического самораскрытия сущности» [Лосев, 1999. С. 137]. Ученый считал, что «в предметной сущности имени – последнее оправдание и опора всех качеств, свойств и судеб произносимого слова. То, что казалось несвязанным или необоснованным в слове как в арене встречи «двух» энергий, в слове как орудии общения, то самое должно найти свое полное подкрепление и оправдание в предметной сущности слова как в такой. Мы уже говорили о характере связи предметной сущности имени как таковой со словом как с арендой встречи. Мы говорили, что эта связь – косвенная. Однако на ней и основываются все судьбы живого слова. Открывающаяся нам в своих смысловых энергиях предметная сущность имени должна связать и воссоединить решительно все» [Лосев, 1999. С. 92].

Таким образом, изучение названия картины в рамках философской парадигмы, связанной с имяславием и лингвистической герменевтикой, предметом которой является истолкование языковой формы слова в тесной связи с текстом, оказывается оправданным, так как мы имеем дело с *именами собственными*, под которыми понимаем «совокупность различных категорий имен собственных, имеющих денотаты в умственной, идеологической и художественной сфере человеческой деятельности» [Подольская, 1988. С. 38]. Артионим проявляет себя как часть исторического, социального, культурного, языкового поля, кроме того, он отражает замысел художника, отображая «художественное бытие произведения искусства, его дух и «логос», ре-дущированные до одного слова или словосочетания, то есть высказывания» [Мухаметгареева, 2017. С. 47].

Еще раз отметим, что мы рассматриваем произведение искусства как *креолизованный текст*, ибо в нем «вербальные и невербальные семиотические системы связаны на концептуальном, содержательном и композиционном уровнях и, как правило, соотносятся с существующей национально-культурной традицией» [Яковлева, 2013. С. 143]. Целостность, неделимость образа картины (невербальный/зрительный элемент) и его названия (вербальный элемент) отражает процесс «оязыковления» – «линеаризацию информации при переходе от наглядно-образного мышления к верbalному как последовательностям языковых означаемых» [Кретов, 2024. С. 6].

Артионим, обусловленный культурой, индивидуализированный и воспринимаемый как часть *креолизованного текста*, позволяет зрителю познать себя, свои внутренние глубинные процессы для более глубокого осмыслиения идеи автора. В этом плане нельзя еще раз не отметить, что номинация произведения искусства весьма специфична, так как, говоря об артиониме, мы имеем в виду сложную взаимосвязь полотна и его названия, где первая единица неизменна, а вторая зависит от многих факторов и является в определенной степени условной, представляя собой языковое воплощение замысла художника. И как тут не вспомнить о важнейшей антиномии языка, продекларированной Вильгельмом фон Гумбольдтом: антиномии *вещности и деятельности, ergon и energia* (цит. по: [Рамишвили, онлайн]).

Итак, на выбор артионима оказывают влияние разные составляющие, включая тему и сюжет произведения, стиль и технику живописи, цветовую гамму, эмоциональное воздействие на зрителя, а также личные взгляды и предпочтения художника как представителя

конкретной страны. Например, картина К. Моне «*Impression. Soleil levant*» – «Впечатление, восход солнца» стала в XIX веке символом целого направления живописи. Иначе говоря, сингармонизм невербальных и вербальных компонентов произведения искусства проявляется как «обобщенная характеристика объектов», которые обладают сложным внутренним строением.

Рассуждая о поэтике названий художественных произведений, отметим, что имя, прежде всего, зависит от выбранного жанра живописи. Так, еще в XVII веке все картины разделяли по жанрам: «высокий» и «низкий». К «высокому» жанру относили полотна исторического содержания: батальный, аллегорический, религиозный и мифологический; к «низкому» – сцены из повседневной жизни: портрет, пейзаж, натюрморт, анимализм. Являясь отображением действительности, жанры живописи менялись по мере развития искусства, а названия картины помогали зрителю проникнуть в содержание, подсказывая время и место исторического события.

Батальный жанр: «Бой „Кирсарджа“ и „Алабамы“» – «*Le Combat du Kearsarge et de l'Alabama*» (Э. Мане), «Чесменский бой» – «*La Bataille de Tchesmé*» (И.К. Айвазовский), «Бородинская битва» – «*La Bataille de Borodino*» (Ф.А. Рубо), «Резня на Хиосе» – «*Scènes des massacres de Scio: familles grecques attendant la mort ou l'esclavage*» (Э. Делакруа).

Аллегорический жанр: «Аллегория войны» – «*Allégorie de la guerre*» (П. Брейгель), «Аллегория с Венерой и Амуром» или «Венера, Купидон, Безрассудство и Время» – «*Allégorie du triomphe de Vénus*» (А. Бронзино), «Череп с сигаретой» – «*Crâne de squelette fumant une cigarette*» (В. Ван Гог).

Религиозный и мифологический: «Персей и Андромеда», «Персей освобождает Андромеду» – «*Persée couronné*», «*Persée et Andromède*» (П. П. Рубенс), «Христос и грешница» – «*Le Christ et la femme adultère*» (Рембрандт), «Святое семейство», «Святое семейство с безбородым Иосифом», «Мадонна с безбородым Иосифом» – «*La Vierge à l'enfant et saint Joseph*», «*La Vierge à l'enfant et saint Joseph glabre*» (Рафаэль Санти).

Портрет: «Портрет Мадемуазель Раву» – «*Portrait d'Adeline Ravoux*» (В. Ван Гог), «Портрет Феликса» – «*Portrait de Felix*» (К. Писсарро).

Пейзаж: «Снежный пейзаж в Арле» – «*Champs recouverts de neige autour d'Arles*» (В. Ван Гог), «Летний пейзаж» – «*Femme à l'ombrelle dans un jardin*», «Снежный пейзаж» – «*Paysage de neige*», «Пейзаж с двумя фигурами» или «Две фигуры в пейзаже» – «*Paysage avec deux personnages*» (О. Ренуар).

Натюрморт: «Натюрморт с розами и подсолнухами» – «*Roses et tournesols*» (В. Ван Гог), «Натюрморт с испанскими перцами» – «*Nature morte avec des poivrons*» (К. Писсарро), «Натюрморт с букетом и веером» – «*Nature morte au bouquet et à l'éventail*» (О. Ренуар), «Натюрморт с рыбой» – «*Nature morte au poisson*» (П. Гоген).

Как видим, специфика названий такого рода связана и с выбором лексики: война, битва, бой, череп; святое семейство, Мария, Иосиф, грешница; портрет; пейзаж; натюрморт, букет, веер.

Придумывая артионим, художник (владелец галереи, переводчик) учитывает будущую реакцию зрителя на картину, на его способность выделить наиболее существенные знаки композиции, соотносящиеся с эмоциями и смыслами. Тем самым номинатор задействует слово, которое максимально реализует познавательную, эмоциональную и эстетическую функции, помогая проникнуть в истинную, глубинную природу изображенного. Эстетическая функция артионима при этом – одна из важнейших и связана с тем, что название усиливает удовольствие зрителя от встречи с прекрасным и создает благожелательную атмосферу и позитивный контекст вокруг произведения искусства, формируя вкусы и побуждая к творческому преобразованию реальности, задача лингвиста – исследовать имя и в нем прочитать часть художественного кода. Например: «Поминки» Ф. С. Журавлёва, «Юдифф, обезглавливающая Олоферна» М. М. Караваджо, «Лицо войны» С. Дали, «Кошмар» И. Г. Фюсли, «Праздничный

стол» В. М. Васнецова, «Яблоки на столе около печи» П. П. Кончаловского, «За самоваром» К. С. Петрова-Водкина.

Если же расширить интерпретацию артионима в философских традициях, то смысл *артионима-текста* раскрывается через диалектику понимания личности художника, его взглядов и конкретного хронотопа, для чего и привлекается лингвогерменевтическая методология, направленная на общие вопросы понимания и интерпретации текстового общения. В этом плане Х.-Г. Гадамер, всемирно признанный авторитет в области классической филологии и эстетики, отмечал (считая объектом исследования текстовое общение как знаково-символическую систему), что «все носители языка... говорят только текстами, а не словами и не предложениями» [Гадамер, 1988. С. 427]. Раскрытие сущности артионима (при его соотношении с самой картиной), его постижение можно трактовать как освоение одним сознанием (зрителя) внутреннего мира другого (художника) через истолкование явных и неявных знаков и смыслов, выраженных в структуре произведения искусства. При этом используется «герменевтический круг», или метод «движения по кругу», когда целое понимается через его части, а часть понимается из целого.

Особенно важно, при процессе номинации «иностранных» полотна, учитывать антионимию *свое – чужое*, так как в этом случае одна культура пересекается с другой, затрудняя проблему понимания идейно-художественного содержания картины, связанную с тем, что национальные формы внедрены в структуру полотна и могут быть непонятны новому зрителю.

Приведем пример интерпретации артионима «*La prune*» (Э. Мане) (досл. *слива, сливовая водка, сливовая настойка*) [Мультитран, онлайн]. На картине изображена подвыпившая девушка за столиком питейного заведения, которая отдыхает в одиночестве с рюмкой сливовой наливки, что вполне приемлемо для гастрономической культуры Франции. В русском искусствоведческом дискурсе нами были найдены три названия картины: «*Слива*», «*Сливница*», «*Подвыпившая*». Метод истолкования множества скрытых смыслов, содержащихся в креолизованном тексте, позволил провести анализ, включая психолингвистический эксперимент [Мухаметгареева, Яковлева, 2023. С. 244], и прийти к определенным выводам. Прежде всего, было выяснено, что в России напиток *сливница* малоизвестен и непопулярен, и зритель задался бы вопросом: «А что она пьет?» Поэтому основной перевод картины был представлен при помощи калькирования: «*Слива*», хотя он также не способствовал пониманию замысла художника. Другой переводчик подошел к процессу номинации иначе, опираясь на визуальное восприятие полотна, он подчеркнул, прежде всего, нетрезвое состояние одинокой барышни, изображенной на картине. Расширяя объем частей герменевтического круга, номинатор выдвинул на первый план социально-бытовой аспект: девушка отдыхает в кафе. Но то, что принято во Франции, не одобряется в России: разные социумы, разные привычки и разные оценки. Одинокая и подвыпившая девушка в питейном заведении не вызывает сочувствия в русском сознании, и название «*Подвыпившая*» воспринимается зрителем не как отдых француженки, а как ее осуждение. Наш вывод подтверждается тем, что картина Э. Мане была использована в *Каталоге антиалкогольной выставки* (Третьяковская галерея, 1929), (девиз: «Искусство вместо водки») [Коммерстанть, 15.05.2020, онлайн].

Приведем еще пример, на наш взгляд, неудачных артионимов, когда вокруг названия не создается сложное интертекстуальное поле ассоциаций и не проявляется взаимодействие языка и национальной культуры. Номинаторам в этом случае нужно было создать такой вариант слова-текста, в котором не только был бы отражен специфический колорит, но и сохранена эквивалентность и адекватность эмоций восприятия [Трегубова, 2020. С. 111]. Две известные картины: «*Купчиха за чаем*» – «*Femme de marchand prenant le thé*» (Б. М. Кустодиев) и «*Бар в Фоли-Бержер*» – «*Un bar aux Folies-Bergère*» (Э. Мане) явно передают относительно схожие житейские сюжеты России и Франции. В то же время эмоциональная составляющая этих полотен резко различается, на что явно влияет языковое сознание зрителя и сам артионим. На одной картине – мир и гармония: пышнотелая купчиха, восседающая за чаем на террасе

особняка на фоне провинциального городского пейзажа. Она расслаблена и наслаждается так любимым для русского бытования процессом отдыха за чаем: даже мизинец отстранен. Яркие краски создают атмосферу домашнего уюта: самовар, пышущий жаром, алый арбуз, варенье, фрукты, кекс и кот, ласящийся к хозяйке, все солидно и по-купечески значимо. Впереди много спокойного времени, можно ни о чем не думать. Именно так воспринимает знакомый мир русский зритель.

Полотно же Э. Мане передает другую эмоцию: сплошную внутреннюю дисгармонию, обостряемую столиком знакомым для парижан эргонимом *Фоли-Бержер*, известным увеселительным заведением Парижа. На барной стойке присутствует широкий ассортимент вин, фрукты, бокалы, цветы и рядом – как часть предлагаемых удовольствий плотского характера – скромная барменша (не случайно ее фигура дублирует своим абрисом стоящую рядом бутыль). Художник явно сочувствует девушки: вспомним, что продажная любовь – одна из важнейших тем его картин. Две героини и столик разные эмоции: роскошная купчиха и печальная барменша. Однако такие знаковые, ключевые для русской и французской культур слова, как *купчиха*, *чаепитие*, *Фоли-Бержер*, в артиониме не сработали: сопереживания героям обоих полотен с их помощью не случилось. Да, конечно, гамма чувств, охвативших зрителя, стоящего перед полотном художника, была, скорее всего, одинаковой, однако только точно выбранное название способно привлечь внимание к «болевой точке» и сфокусировать на ней восприятие аудитории и даже усилить его. Таким образом, точно подобранный артионим (к примеру, такое название второй картины, как «Все на продажу») становится уникальным инструментом, способным не только наэлектризовать зрителя, но и создать в его сознании новые, иногда неожиданные ассоциативно-вербальные связи, расширяя когнитивные способности и парадигму испытываемых зрителями чувств [Lecuit, онлайн].

В этом случае, как положительный и даже юмористический пример, можно упомянуть забавный образец номинации, отраженный в названии картины К. Калера «Любовники моей жены» – *My Wife's Lovers* (англ.). Это название было предложено мужем заказчицы, миллионерши Кейт Бердселл, которая обожала котов и держала дома их во множестве. Услышав название, мы явно ожидаем увидеть нечто провокационное, но на самом деле перед нами прайд хаотично изображенных котов.

Таким образом, артионим является неотъемлемой частью креолизованного текста, своеобразным *триггером* (своего рода «спусковым крючком»), формирующим особую единицу искусствоведческого дискурса, расширяющего интертекстуальное поле культуры и влияющим на него, одновременно отражая художественное кредо мастера, его манеру письма.

В качестве подкрепления нашего анализа мы разберем произведения В. Г. Перова, чьи названия (нередко *оксюмороны*) оказали огромное влияние на людей того времени, позволяя задуматься о несправедливости жизни: «Чаепитие в Мытищах», «Тройка. Ученики-мастеровые везут воду», «Монастырская трапеза», «Проводы покойника», «Сельский крестный ход на Пасхе», «Приезд гувернантки в купеческий дом», «Очередь за водой у бассейна», «Последний кабак у заставы» и др.

Проанализируем работу В. Г. Перова «Тройка», или «Тройка. Ученики-мастеровые везут воду», которая представлена в различных музеиных каталогах мира. Для русского человека вполне понятно, что автор, называя полотно, нарочито подчеркивал всю трагичность изображаемого, ведь *тройка* (*тройка лошадей*) ассоциируется, прежде всего, с праздниками, шумными гуляниями, радостью, смехом, русскими просторами, скоростью. Недаром вспоминается известный отрывок Н. В. Гоголя о *птице-тройке*. Но на полотне мы видим нечто другое: трое измученных, не по погоде одетых детей, надрываясь, тянут сани с огромной бочкой воды. И в данном конкретном случае слово «Тройка» не вызывает у зрителей радужных ассоциаций: *санки*, *упряжка*, *коны*, *трио*, *повозка*, *бубенцы*, *зима*, *ямщик*, *бежит*, *ехать*, *упряжь* [Карта слов и выражений русского языка, онлайн], но приобретает иной, противоположный смысл: *холод*, *голод*, *мрак*, *боль*, *тяжелый труд*, *несчастные дети*. И хотя переводчи-

ки артионима на французский язык использовали транслитерацию: «*Troïka. Apprentis Artisans Portant de l'Eau*» (франц.) – «*Troika. Apprentice Artisans Carrying Water*» (англ.) («Тройка. Ученики мастеровые везут воду»), первое слово ничего не вызовет в душе иноязычного зрителя, поскольку в ментальности иностранца слово *тройка* не зафиксировано» [Мухаметгареева, Яковлева, 2022. С. 378].

Следует сказать, что картина мира меняется от языка к языку, и интериоризация одной эстетической системой «чужих» образов другой системы предполагает ее переструктурирование и, по возможности, приятие новых оценок. Поэтому мы и понимаем картину как специфический культурный текст [Лотман, онлайн], «где в тексте две составляющих: вербальная (оним) и невербальная (изображение)» [Мухаметгареева, 2017. С. 51].

Рассматривая артионим в аспекте его рекламности (нейминга), мы также обратили внимание на его специфическую функцию: *коммерческую*. В наше время картина оценивается в качестве денежного эквивалента, который однозначно превосходит духовный, а имя художника воспринимается как бренд, который может принести миллионы (существует огромное количество репродукций, шарфов, статуэток, тарелок с изображением всеми известных *подсолнухов*, *ирисов* В. Ван Гога, *водяных лилий* К. Моне, *портретов* О. Ренуара, *трубки* Р. Магритта, *часов* С. Дали). Отсюда артионим, входя в систему других названий авторских картин, становится своего рода «банковской картой», информирующей о материальном благополучии его владельца.

Это связано с тем, что эстетическая природа художественного полотна делает его менее подозрительным инструментом обогащения, так как признанное произведение искусства является продуктом не только отдельного художника, сколько социальных и психических отношений, существующих между индивидуальным видением художника, интересами критиков и реципиентов. Эти отношения порождают соответствующую мифическую веру в творческую силу художника и в обоснованность различия между искусством и не-искусством. Следует помнить, что художественная концепция художника или критика не является стабильной данностью, она не приобретается раз и навсегда; на самом деле, она постоянно меняется под влиянием различных эстетических, психологических или социальных факторов. Как критик, так и даже сам художник может изменить свою оценку эстетической ценности произведения (ярчайший тому пример – Илья Репин, которому было запрещено заходить в Третьяковскую галерею самим Павлом Третьяковым, так как он дописывал свои уже завершенные и даже проданные работы). В этом случае автор мог обосновать изменение своего мнения, ссылаясь на другую художественную концепцию.

Таким образом, онимы в искусстве становятся часто материальным двигателем, повышающим символическую ценность полотна, а имя художника даже оказывается определяющим фактором ценности картины.

Примером сказанного может послужить полотно французского импрессиониста П. Сезанна «Игроки в карты» – «*Les joueurs de cartes*»: художник написал пять похожих работ, четыре из них находятся в музеях мира, пятая же картина в 2012 г. была куплена королевской семьей Катара за 250 миллионов долларов, и это рекордная стоимость.

Еще один принцип номинации можно соотнести с тем фактом, что название способно передавать не только эмоционально-эстетическую составляющую, но и сложные философские идеи, которые вкладывал с помощью аллегорий, символов и метафор художник. В живописи использовали аллегории для передачи сложных идей – любви, жизни, смерти, добродетели и справедливости – через визуальные символы и метафоры. Аллегория подобна скрытому значению, ожидающему своего раскрытия зрителем, а такая картина может включать фигуры, олицетворяющие различные эмоции: зависть, страх, любовь, одиночество. Так, в произведениях В. Ван Гога мы выделили пять основных символов/аллегорий: **подсолнух** (как символ жизни) («Подсолнух» – «*Tournesols*»); **картофель** (как символ тяжелого крестьянского труда и нужды) («Едоки картофеля» – «*Mangeurs de pommes de terre*»); **башмаки** (как символ

не только бедности, но и тяжелого жизненного пути самого автора) («Пара башмаков» – «Une paire de chaussures»); **стул** (как символ одиночества, трагического ухода) («Стул» – «La chaise de Vincent», «Горюющий стул» – «Au seuil de l'éternité», «Стул Поля Гогена» – «La chaise de Gauguin»); **кипарис** (как символ души автора) («Кипарис на фоне звездного неба» – «Route avec un cyprès et une étoile»). В этом случае мы сталкиваемся с философской картиной мира, которая напрямую зависит от времени, в котором художник живет, окружающего его пространства, национальных пристрастий, привычек, религиозных приверженностей и т. п.

Интересен тот факт, что пятым символом В. Ван Гога, о котором мы упоминали, является **кипарис**, и именно с ним художник ассоциировал свою собственную душу. Работая над картиной «Звездная ночь» – «Nuit étoilée» в клинике для душевнобольных, В. Ван Гог повторял: «... «Я» – это изгой-кипарис, который отдален от деревни, вынесен за пределы человеческого мира» (цит. по: [Ревякина, онлайн]).

Именно в таких случаях переводчику названия сложно передать эмоциональную составляющую произведения искусства, так как языковая картина мира, культурный код каждого народа различаются между собой. Как передать на русском языке всю ту глубокую трагедию В. Ван Гога, о которой он говорит и которую воплощает в своих картинах? Можно ли было картину назвать «Звездная ночь», если она по эмоциональному накалу – что-то вроде «Крика» Э. Мунка? Если французский художник сравнивал свою израненную душу с этим величественным южным деревом, то для русского человека ассоциации со словом *кипарис* совершенно иные. Ничего, кроме как *стройный как кипарис*, мы не нашли, а *звездное небо* ассоциируется с вечерним покоем и красотой. Точно так же совершенно непонятна иностранцам горькая любовь М. Цветаевой к *рябине* (*рябина – судьбина русская*) [Цветаева, онлайн] или С. Есенина к березе (*как жену чужую, обнимал березку*) [Есенин, онлайн].

Итак, иногда непродуманное до конца название, к сожалению, не позволяет осознать всю глубину мысли автора, не связывает его с обращением к истокам, к великим мастерам, как это недавно сделал французский исследователь творчества В. Ван Гога, разгадавший систему символов и тайных смыслов, закодированных в произведении искусства, но не обозначенных в артиониме «Terrasa кафе ночью» – «Terrasse du café de nuit». Так, в 2015 году Д. Бакстер неожиданно сравнил содержание данного полотна с «Тайной Вечерей» Леонардо да Винчи. Он заметил в ней некие поразительно схожие знаки и символы: за столиками в кафе сидят ровно 13 человек, что совпадает с числом персонажей картины Леонардо да Винчи. В центре композиции находится офицант – с длинными волосами и в белой одежде, и эти отдельные приметы навели мысль исследователя на религиозную тему. За спиной официанта находится оконная рама в виде креста, офицант, как и Христос на картине, предлагает своим посетителям пищу, над головой официанта сияет яркий свет от фонаря в виде нимба. Кроме того, отдельное место В. Ван Гог отводит звездному небу как образу пути к Богу. Картина «Terrasa кафе ночью» – «Terrasse du café de nuit» занимает второе место в мире в списке десяти самых воспроизведенных и копируемых полотен за последние десять лет, однако артионим в этом плане оказался «безгласным». Недаром известный искусствовед М. Б. Ямпольский отмечал, что «обновление искусства» исследователи связывают, как это ни парадоксально, «с обращением к истокам, с имитацией великих мастеров античности» [Ямпольский, 1993. С. 407].

Анализируя артионимы с позиций лингвокультурологии, можно также отметить, что они являются важными элементами осознания антиномии свое vs чужое, так как представляют собой конкретные идентификаторы людей, ландшафтов, флоры, фауны и т. д., способных вызывать ту или иную эмоциональную реакцию у аудитории. В такой функции они используются для формирования между словами и концептами сложных *ассоциативно-вербальных связей* (Ю. Н. Карапулов), *интертекстуальности* [Там же. С. 405], формируя языковую картину мира и демонстрируя факты и явления художественной эволюции культуры народа. И именно в этом случае имя собственное (артионим) проявляет свое «культурное» предназначение, эмоциональный накал. Мы обнаружили это, рассматривая различные музейные каталоги и сравнивая

названия картин. Оказалось, что при переводе с одного языка на другой выявляется достаточно большое количество разночтений. Примером могут послужить артионимы импрессионистов в русском и французском искусствоведческих дискурсах: П. Сезанн «*Avenue à Chantilly*» (досл. *проспект, авеню в Шантильи*) [Мультитран, онлайн] – «*Дорога в Шантильи*»; В. Ван Гог «*Pêchers en fleurs*» (досл. *персиковое дерево в цвету*) [Мультитран, онлайн] – «*Деревья в цвету*»; К. Писсарро «*Chemin montant à travers les champs*» (досл. *дорога, поднимающаяся через поля*) [Мультитран, онлайн] – «*Тропинка через поля*»; О. Ренуар «*Champ de roses*» (досл. *поле роз*) [Мультитран, онлайн] – «*Розарий*» и пр.

Еще раз подчеркивая данный факт, приведем в пример артионим, который в русской версии более точно, а главное – «привычно» отражает сюжет картины «*Le paysan travaillant*» – «*Крестьянин с бороной*» (*le paysan* – досл. *крестьянин, travaillant* – participle présent глагола *travailler* – *трудиться*) [Мультитран, онлайн]. Дословно название переводится на русский язык как *работающий крестьянин*. Однако на картине В. Ван Гога изображен крестьянин, занимающийся определенным трудом: боронящий землю, что и отразил в названии полотна русский номинатор. Трансформируя название полотна с одного языка на другой, переводчик не просто декодирует и перекодирует информацию, он очень часто следует за невербальными составляющими картины, за тем художественным образом, который воплощен на полотне.

В качестве еще одного примера «потери национального колорита» при переводе-транслитерации рассмотрим название картины В. И. Сурикова «*Боярыня Морозова*». История семьи Морозовых в России известна. Будучи представителями рода Романовых, они владели огромным состоянием, находились «при власти». Однако главный персонаж картины В. И. Сурикова, боярыня Феодора, которую старообрядцы считают своей святой, не приняла новую веру и обрекла себя на изгнание. На картине непокорная боярыня подняла правую руку как вызов, сложив старообрядческое двуперстие. Ее духовник протопоп Аввакум писал о раскольнице: «Персты рук твоих тонкостны, очи твои молниеносны, и кидаешься ты на врагов аки лев...» (цит. по: [Мороз, онлайн]). Сам В. И. Суриков вспоминал, что ключ к образу главной героини картины «*Боярыня Морозова*» дала увиденная однажды ворона с чёрным крылом. Птица билась о снег.

В английском и французском искусствоведческих дискурсах такое значимое для русских название представлено в виде транслитерации «*Boyaryna Morozova*» (англ.) «*La Boyarine Morozova*» (франц.). В толковых словарях французского и английского языков дано следующее определение существительного *la boyarin* (франц.) *boyard, boiar – ancien seigneur, gros propriétaire terrien des pays slaves en particulier de Russie* (досл. *старинный вельможа, крупный землевладелец славянских земель, особенно России*) [Trésor de la Langue Française informatisé, онлайн]. *Boyaryna* (англ.) *boyarin – the highest layer of feudal society in the X–XVII centuries in the Old Russian State. Boyaryna (historical) – female boyar (a rank of aristocracy in Russia)* (досл. *представитель самого высокого уровня феодального общества в X–XVII веках в Старом Русском государстве. Боярыня – боярин женского рода (аристократия в России)*). Сделаем вывод, что для иностранного ценителя искусства замысел художника, трагический мотив картины совершенно не понятен. То есть идея полотна о женской трагической судьбе и «русской непокоренности», которая очевидна нашему соотечественнику, остается загадкой для иностранца, не знакомого со знаковым именем *героини*. Кстати, «Ассоциативный словарь русского языка» отмечает важные для нас реакции на стимул *боярыня: боярышник, боярин, барышня, сударыня, Суриков, барыня, Морозова, женщина, барин, князь, кокошник, сударь, пляс, графиня, Морозко, шуба, княжна, дворянство, купчиха* [Ассоциативный словарь русского языка, онлайн].

Выводы

На основе данного исследования, мы пришли к следующим выводам.

Во-первых, художественное полотно как феномен живописи представляет собой двоякий процесс передачи информации и состоит их двух элементов: самой картины (невербальная часть) и артионима (равноправной вербальной части), и именно это единство мы называем **креолизованным текстом**.

Во-вторых, в процессе создания произведение искусства проходит сложный путь кодировки мыслей и чувств художника в материальную форму, т. е. реальное воплощение образа, «духа» картины, ее глубинного замысла с помощью материальных составляющих (холст, краски, слово). При этом, как нам представляется, хотя вербальная часть креолизованного текста стала линейно проще, но в смысловом отношении сложнее, поскольку в процессе эволюции прошла путь от жанра описания того, что изображено художником, до жанра рассуждения, т. е. уникальной единицы искусствоведческого дискурса. В этом взаимодействии артионим стал неделимой частью единого целого, неся дополнительную информацию для более глубокого раскрытия интенции художника, часто являясь философской разгадкой смысла картины. К примеру, Р. Магритт «Фальшивое зеркало», С. Дали «Сон, навеянный полетом пчелы вокруг граната, за секунду до пробуждения», М. З. Шагал «Адам и Ева изгоняются из рая» и пр. Таким образом, мы осознаем в процессе номинации реализацию универсальных антионимий языка, о которых говорилось выше: *вещность – деятельность, (ergon и energia), свое – чужое, объективное – субъективное, индивидуальное – коллективное, произвольное – мотивированное, понимание – непонимание*.

В-третьих, артионимы представляют собой объекты не только духовной, но и материальной культуры, и здесь коммерческий компонент, связанный с именем художника, названием полотна, играет значительную роль и является постоянно изменяющейся единицей, зависящей не только от определенного мнения, но и от эпохи, культуры, вкусов публики, критиков и пр.

В-четвертых, в нашем исследовании мы обратили внимание на перевод названия полотна с одного языка на другой, так как этот процесс является собой сложный путь перекодирования смыслов, который проходит национальный артионим, чтобы установить коммуникативные связи между представителями разных языковых картин мира. Поэтому основная задача переводчика – понять эмоции, настроение и замысел художника и вписать их в сферу искусствоведческого дискурса другой страны, другого языка, не потеряв эмоциональный заряд и смысл креолизованного текста, являющегося сложным семиотическим целым. Неслучайно многие имена собственные представляют собой словесные феномены, которые предопределяют хронологические параметры цивилизации. Они одновременно и консервативны, и подвержены сиюминутным изменениям; они содержат огромную языковую и внеязыковую информацию, получить которую можно разными научными методами. Визуальный образ перевоплощается в слово-текст, которое задействует совершенно новые смысловые языковые и неязыковые ассоциативные связи, демонстрирующие литературоведческий, географический, историко-культурный, социологический, культурологический и этнографический компоненты. Только общность структуры двух частей креолизованного текста позволяет их соотнести и расширить бытование в сфере мировой культуры.

Список литературы

- Игра в ассоциации с коллективным разумом [Электронный ресурс]: словарь. URL: <https://sociation.org/> (дата обращения: 22.05.2024).
- Булгаков С.** Философия имени. Париж: Ymka-Press, 1953. 280 с.
- Гадамер Х.-Г.** Истина и метод: основы философской герменевтики. М.: Прогресс, 1988. 704 с.

- Даверио Ф.** Искусство. История. Жизнь. Калейдоскоп событий. М.: Слово, 2022. 384 с.
- Волохова У.** Искусство вместо водки. «Коммерсантъ Weekend» №15. 15.05.2020. С. 4. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4340999> (дата обращения: 22.05.2024).
- Грегори Р. Л.** Разумный глаз: как мы узнаем то, что нам не дано в ощущениях. URL: <https://www.yugzone.ru/articles/265> (дата обращения: 22.05.2024).
- Есенин С.** Клен ты мой опавший. URL: <https://www.culture.ru/poems/43520/klyon-ty-moi-opavshii> (дата обращения: 22.07.2024).
- Карта слов и выражений русского языка. URL: <https://kartaslov.ru> (дата обращения 30.10.2023).
- Кретов А. А., Пешкова А. Б.** Коммуникативный тект и сложные слова // Вестник ВГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2024. № 4. С. 6–12. URL: <https://doi.org/10.17308/lic/1680-5755/2023/4/6-12> (дата обращения: 01.04.2024).
- Лосев А. Ф.** Философия имени // Самое само: соч. М.: Эксмо-Пресс, 1999. С. 29–204.
- Лотман Ю. М.** Структура художественного текста. URL: <http://www.studfiles.ru/preview/460748/> (дата обращения: 01.04.2024).
- Мороз М.** Бунт, казнь и швейцарский поход: как Василий Суриков писал российскую историю. URL: https://tass.ru/spec/surikov_170 (дата обращения: 01.04.2024).
- Мультитран [Электронный ресурс]: словарь. URL: www.multitran.ru (дата обращения: 01.04.2024).
- Мухаметгареева Н. М.** Артионим во французском и русском искусствоведческих дискурсах лингвокультурологический аспект перевода: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20. Уфа, 2017. 203 с.
- Мухаметгареева Н. М., Яковleva E. A.** Влияние эмоциональной ауры креолизованного текста на выбор артионима // Ономастика Поволжья. Материалы XXI Междунар. науч. конф. Рязань, 2023. С. 242–246.
- Мухаметгареева Н. М., Яковлева Е. А.** Артионим как вербализованное воплощение эстетико-эмоционального потенциала художественного полотна // Национально-культурные коды мировой литературы в контексте аудиовизуальных практик искусства: коллективная моногр. Нижний Новгород, 2022. С. 374–381.
- Орлова Д.** Почему художники пишут одно, а рисуют другое: загадочный нейминг в живописи? URL: <https://dzen.ru/a/XmjY0Efae1SRI7xA> (дата обращения: 01.04.2024).
- Подольская Н. В.** Словарь русской ономастической терминологии; отв. ред. А. В. Суперанская. Ин-т языкознания АН СССР. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Наука, 1988. 192 с.
- Рамишвили Г. В.** Вильгельм фон Гумбольдт – основоположник теоретического языкознания // Г. В. Рамишвили к сб. Вильгельм фон Гумбольдт «Избранные труды по языкознанию». М., 1984. С. 5–33. URL: <https://iphil.ru/vilgelm-fon-gumboldt-osnovopolozhnik-teoreticheskogo-yazykoznaniya> (дата обращения: 01.04.2024).
- Ревякина М. Е.** Найти свой путь к небу. URL: https://www.hse.ru/ma/psyan/article/Psychologies-sky_vangog (дата обращения: 01.04.2024).
- Трегубова Ю. А.** Национально-маркированная лексика в современной американской художественной литературе: особенности и возможности перевода на русский язык // Научный результат. Вопросы теоретической и прикладной лингвистики. 2020. Т. 6, № 1. С. 108–118. DOI: 10.18413/2313-8912-2020-6-1-0-10, URL: <https://rrlinguistics.ru/journal/article/2015/> (дата обращения: 01.04.2024).
- Философия. Учебник для вузов / под ред. проф. В. Н. Лавриненко, проф. В. П. Ратникова. М., 2004. 622 с.
- Цветаева М.** Рябину рубили зорькою. URL: <https://www.culture.ru/poems/35312/ryabinu-rubili-zorkoou> (дата обращения: 30.08.2024).
- Эко У.** Отсутствующая структура. Введение в семиологию. СПб.: Петрополис, 1998. 392 с.
- Яковleva E. A.** Креолизованный текст как объект юрислингвистики (стратегии и тактики исследования) // Юрислингвистика I (ХII). Науч.-практ. журнал. Кемерово, 2013. С. 139–152.

- Ямпольский М.** Память Тиресия. Интертекстуальность и кинематограф. М.: Культура, 1993. 464 с.
- Bosredon B.** Les titres de tableaux. Une pragmatique de l'identification. Paris: P.U.F., 1997. 278 p.
- Bourdieu P.** Les Règles de l'art : genèse et structure du champ littéraire. Paris: Seuil, 1992. 480 p.
- Charles M.** Introduction à l'étude des texts. Paris: Seuil, Coll. «Poétique», 1995. 388 p.
- Dictionnaire de français [Electronic Resource]. URL: <http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais> (дата обращения: 30.10.2023).
- Heinich N.** Le Triple Jeu de l'Art Contemporain. Sociologie des arts plastiques. Paris Edition de Minuit, 1998. 384 p.
- Hoek Leo H.** Titres, toiles et critique d'art. Netherlands: Editions Rodopi B.V., 2001. 389 p.
- Lecuit E.** La traduction des noms propres: une étude en corpus [Electronic Resource]. URL: <http://corpus.revues.org/2086> (дата обращения: 30.04.2023).
- Trésor de la Langue Française informatisé [Electronic Resource]. URL: <https://www.lalanguefrancaise.com/dictionnaire/definition/boyard> (дата обращения: 30.10.2023).

References

- Association Game with the Collective Mind. [Electronic Association Dictionary of the Russian Language]. URL: <https://association.org/word/%D0%B1%D0%BE%D1%8F%D1%80%D1%8B%D0%BD%D1%8F/> (accessed: 22.05.2024). (in Russ.)
- Bulgakov S.** Philosophy Name. Paris: YMKA-PRESS, 1953. 280 p. (in Russ.)
- Gadamer H.-G.** Truth and method: foundations of philosophical hermeneutics. Moscow, Progress publ., 1988. 704 p. (in Russ.)
- Daverio F.** Art. History. Life. Kaleidoscope of events. Moscow, Slovo publ., 2022. 384 p.
- Volokhova U.** Art instead of vodka. In U. Volokhova, *Kommersant Weekend* 2020, no. 15, pp. 4. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4340999> (accessed 22.05.2024). (in Russ.)
- Gregory R. L.** The Intelligent Eye: How we know what is not given to us in sensations. URL: <https://www.yugzone.ru/articles/265> (accessed: 22.05.2024). (in Russ.)
- Esenin S.** You are my fallen maple tree. URL: <https://www.culture.ru/poems/43520/klyon-ty-moi-opavshii> (accessed: 22.07.2024). (in Russ.)
- Map of words and expressions of the Russian language. URL: <https://kartaslov.ru> (accessed: 30.10.2023). (in Russ.)
- Kretov A. A.** Communicative tact and complex words. *Vestnik VGU*. (4), 2024. Серия: Lingvistika i mezhkul'turnaya kommunikaciya, (4). URL: <https://doi.org/10.17308/lic/1680-5755/2023/4/6-12> (accessed: 01.04.2024). (in Russ.)
- Losev A. F.** Philosophy of the name. Moscow, EKSMO-Press. 1999, pp. 29–204. (in Russ.)
- Lotman Yu. M.** The structure of a literary text. URL: <http://www.studfiles.ru/preview/460748/> (in Russ.)
- Moroz M.** Rebellion, execution and Swiss campaign: how Vasily Surikov wrote Russian history. URL: https://tass.ru/spec/surikov_170 (accessed: 01.04.2024). (in Russ.)
- Multitran [Electronic dictionary of the English and French Languages]. URL: www.multitran.ru. (In French)
- Mukhametgareeva N. M.** Artionim in French and Russian art historical discourses, linguocultural aspect of translation. (Doctoral dissertation). Bashkir State University, Ufa, 2017, 203 p. (in Russ.)
- Mukhametgareeva N. M., Yakovleva E. A.** The influence of the emotional aura of a creolized text on the choice of artionym. *Onomastika Povolzh'ya = Onomastics of the Volga Region*, Ryazan, 2023, pp. 242–246. (in Russ.)
- Mukhametgareeva N. M., Yakovleva E. A.** Artionim as a verbalized embodiment of the aesthetic and emotional potential of an artistic canvas]. *Nacional'no-kul'turnye kody mirovoj literatury v*

- kontekste audiovizual'nyh praktik iskusstva. Kollektivnaya monografiya = National and cultural codes of world literature in the context of audiovisual art practices. Collective monograph.* Nizhny Novgorod, 2022, pp. 374–381. (in Russ.).
- Orlova D.** Why do artists write one thing and paint another: mysterious naming in painting? Retrieved from <https://dzen.ru/a/XmjY0Efae1SRI7xA> (accessed: 01.04.2024). (in Russ.).
- Podolskaya, N. V.** Dictionary of Russian onomastic terminology. Moscow, Nauka publ., 1988, 192 p. (in Russ.).
- Ramishvili G. V.** Wilhelm von Humboldt – Founder of Theoretical Linguistics // G.V. Ramishvili to the collection Wilhelm von Humboldt ‘Selected Works on Linguistics’. M., 1984, pp. 5–33. URL: <https://iphil.ru/vilgelm-fon-gumboldt-osnovopolozhnik-teoreticheskogo-yazykoznaniya> (accessed: 01.04.2024). (in Russ.)
- Revyakina M. E.** Find your way to the sky. URL: https://www.hse.ru/ma/psyan/article/Psychologies/sky_vangog (accessed: 01.04.2024). (in Russ.)
- Tregubova Yu. A.** Nationally marked vocabulary in modern American fiction: features and possibilities of translation into Russian. *Nauchnyj rezul'tat. Voprosy teoreticheskoy i prikladnoy lingvistiki = Scientific result. Questions of theoretical and applied linguistics.* 2020, vol. 6, no. 1, pp. 108–118. (in Russ.)
- Lavrinenko V. N.** Philosophy. In Prof. V. N. Lavrinenko, prof. V. P. Ratnikova (Eds). Moscow, 2004, 622 p. (in Russ.).
- Tsvetaeva M.** Wild ash was cut at dawn. URL: <https://www.culture.ru/poems/35312/ryabinu-rubili-zorkoyu> (accessed: 30.08.2024). (in Russ.).
- Eco U.** The Absent Structure. Introduction to Semiology. Saint Petersburg, Petropolis publ., 1998, 392 p.
- Yakovleva E. A.** Creolized text as an object of jurislinguistics (strategies and tactics of research)]. *Yu-rislingvistika I (XII). Nauchno-prakticheskiy zhurnal.* Kemerovo. 2013, pp. 139–152. (in Russ.)
- Yampolsky M.** Memory of Tiresias. Intertextuality and cinema. Moscow, RIK “Culture”, 1993. 464 p. (in Russ.)
- Bosredon B.** Les titres de tableaux. Une pragmatique de l'identification [Table titles. A pragmatics of identification]. Paris, P.U.F. 1997, 278 p. (In French)
- Bourdieu P.** Les Règles de l'art : genèse et structure du champ littéraire [The Rules of Art: genesis and structure of the literary field]. Paris, Seuil, 1992, 480 p. (In French)
- Charles M.** Introduction à l'étude des texts [Introduction to the texts study]. Paris, Seuil, Coll. «Poétique», 1995, 388 p. (In French)
- Dictionnaire de français [Electronic Dictionary of the French Language]. Retrieved from <http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais> (accessed: 30.10.2023). (In French)
- Heinich N.** Le Triple Jeu de l'Art Contemporain. Sociologie des arts plastiques [The Triple Game of Contemporary Art. Sociology of the plastic arts]. Paris Edition de Minuit, 1998, 384 p. (In French)
- Hoek Leo H.** Titres, toiles et critique d'art [Titles, paintings and art criticism]. Netherlands: Editions Rodopi B.V. 2001, 389 p. (In French)
- Lecuit E.** La traduction des noms propres: une étude en corpus [The translation of proper names: a corpus study]. URL: <http://corpus.revues.org/2086> (accessed: 30.04.2023). (In French)
- Trésor de la Langue Française informatisé [Electronic Dictionary of the French Language]. URL: <https://www.lalanguefrançaise.com/dictionnaire/definition/> (accessed: 30.10.2023). (In French)

Информация об авторах

Мухаметгареева Наталья Михайловна, кандидат филологических наук, доцент

Юсупова Зиля Анасовна, кандидат филологических наук, доцент

Яковлева Евгения Андреевна, доктор филологических наук

Information about the Authors

Natalya M. Mukhametgareeva, Candidate of Sciences (Philology), Associate Professor

Zilya A. Yusupova, Candidate of Sciences (Philology), Associate Professor

Evgenia A. Yakovleva, Doctor of Sciences (Philology), Professor

*Статья поступила в редакцию 19.09.2024;
одобрена после рецензирования 19.11.2024; принятая к публикации 22.11.2024*

*The article was submitted 19.09.2024;
approved after reviewing 19.11.2024; accepted for publication 22.11.2024*