

ции, на основе которых могут продуцироваться новые смыслы. Употребительность англицизма обуславливается также интересом к данному жанру фильмов.

Анализ контекстов показал, что англицизм *экин* употребляется в русском языке не только для обозначения кинематографического жанра «боевик» и конкретных фильмов, снятых в этом жанре, но и для обозначения захватывающего действия в фильме, зрелищных сцен, быстро сменяющихся друг друга событий, понятий динамичности и действия в целом.

Библиографический список

1. Кудрявцев С. Боевик // Большая энциклопедия Кирилла и Мефодия / URL: <http://megabook.ru/article/БОЕВИК%20>

ФУНКЦИИ РЕКЛАМНЫХ ИМЕН В РОМАНЕ И. ИЛЬФА И Е. ПЕТРОВА «ДВЕНАДЦАТЬ СТУЛЬЕВ»

В. Нестерова

2 курс, филологический факультет

Научный руководитель – доц. **Т.П. Романова**

Цель моего исследования – проанализировать функции рекламных имен (РИ) в романе «12 стульев». Для этого методом сплошной выборки из текста романа мною было собрано 250 контекстуальных примеров, содержащих в себе РИ.

Рекламное имя – это коммерческое название, собственное имя любого товара в широком смысле слова. С лингвистической точки зрения РИ можно классифицировать по способам и по принципам номинации.

Роман содержит РИ, образованные разными способами. Самыми частотными среди них являются лексико-семантический (35 примеров): краска «Титаник», огнетушитель «Эклер», теплоход «Урицкий», газета «Станок» и лексико-синтаксический (31 рекламное имя): общество «Капля молока», «Синий журнал», балет «Красный мак». Менее востребованными оказались аббревиатуры (4 наименования): контора «Быстроупак»; фонетический способ дал 3 наименования: игра «Пти-шво» и комплексный (2 РИ): общество «ФОРТИНБРАСА при УМСЛОПОГАСЕ».

С точки зрения принципов номинации, в романе лидируют идентифицирующие наименования (34): контора «Быстроупак», «Наука и жизнь», автомобиль «Паккард» и символические (30): краска «Титаник», газета «Станок». Условно-символических имен намного меньше, нами отмечено всего 9: общество «Капля молока», чертежное бюро «Техносила».

Роман «12 стульев», изданный впервые в 1928 году, был предметом многочисленных научных дискуссий, и сегодня ученые-литературоведы не пришли к единому мнению. Так, в «Литературной энциклопедии» написано, что в романе раскрывается и высмеивается мир обывателей, а совре-

менные авторы Михаил Одесский и Давид Фельдман в статье «Литературная стратегия и политическая интрига» утверждают, что роман был политическим заказом для разгрома Л. Д. Троцкого, а значит, в произведении высмеиваются троцкистские взгляды.

На мой взгляд, интересны обе точки зрения. Анализ художественной функции РИ это подтверждает. Дело в том, что при употреблении рекламного имени в произведении оно становится тропом, выполняет художественную функцию, в данном случае, – сатирическую или бытописательную.

Бытописательную функцию в романе выполняют РИ, изображающие бытовые подробности, рисующие атмосферу частной жизни. Для этого в романе используются названия торговых марок и организаций, реально существовавших в действительности (26 наименований): *бритва «Жилет», «Синий журнал», огнетушитель «Эклер», теплоход «Урицкий», газета «Правда», автомобиль «Паккард», осветительный прибор «Юпитер»*. Аналогичную роль играют аллюзии на реальные имена, созданные авторами романа (29 РИ): *газета «Станок»* (по аналогии с реально существовавшей газетой «Гудок»), *«Старгородская правда», упаковочная контора «Быстроупак»* – аллюзия на существовавшую во время создания романа контору «Быструпак».

Сатирическую функцию, несущую в себе изобличающую насмешку, выполняют РИ, иронизирующие над политической ситуацией (12 наименований): *союз «Меча и Орала», почтовое судно «Красная Латвия», общество «Капля молока»* или посмеивающиеся над обывателями (14 РИ): *краска «Титаник», погребальная контора «Милости просим», парикмахер «Пьер и Константин», общество «ФОРТИНБРАСА при УМСЛОПОГАСЕ», пивная «Фазис»*.

Наше исследование показало, что количество имен, выполняющих бытописательную функцию, почти в два раза больше, чем сатирических. Это говорит о том, что создание образа современной действительности для авторов романа было важнее сатирического изображения политических противников и высмеивания обывательщины. Талантливые авторы, какими, несомненно, являлись И. Ильф и Е. Петров, даже при выполнении политического заказа отразили волнующие их проблемы.