

**ФУНКЦИИ РЕКЛАМНЫХ СОБСТВЕННЫХ ИМЕН
В РОМАНАХ И. ИЛЬФА И Е. ПЕТРОВА
«ДВЕНАДЦАТЬ СТУЛЬЕВ» И «ЗОЛОТОЙ ТЕЛЕНОК»**

В статье рассматривается система рекламных собственных имен неодушевленных объектов номинации, использованных в романах И. Ильфа и Е. Петрова «Двенадцать стульев» и «Золотой теленок». Анализируются разновидности рекламных имен, различающиеся по типам называемых объектов, по способам образования, по принципам номинации. Дается характеристика рекламных имен в аспекте выполнения ими художественной функции в данных произведениях, исследуется вклад, который они вносят в художественную ткань романов. При этом выделяются функция политической сатиры и сатиры на обывательщину, а также функция создания иллюзии реальности в романе.

Ключевые слова: *рекламные имена, художественная функция, сатирическая функция, функция создания иллюзии реальности.*

Наша статья посвящена анализу художественной функции системы рекламных имен (РИ) в произведениях И. Ильфа и Е. Петрова «Двенадцать стульев» и «Золотой теленок», и, соответственно, относится к области поэтической ономастики. Под РИ понимается «собственное имя любого товара в широком смысле слова» [2, с. 6].

Методом сплошной выборки из текстов романов И. Ильфа и Е. Петрова было собрано 240 единиц рекламных наименований. В романе «Двенадцать стульев» обнаружено 116 онимов, в «Золотом теленке» – 124. В романе «Двенадцать стульев» эти РИ представлены в 245 развернутых контекстах, в «Золотом теленке» – 366.

Для наиболее полного анализа функций РИ необходимо рассмотреть РИ с лингвистической точки зрения. Прежде всего, стоит заметить, что в романах «Двенадцать стульев» и «Золотой теленок» активно используются РИ различных ономастических разрядов. Так, нами обнаружено 92 эргонима (*чертежное бюро «Техносила», завод «Электролюстра»*), 54 прагматонима (*огнетушитель «Эклер», краска для волос «Титаник»*), 40 гемеронимов (*газета «Станок», журналы «Лес, как он есть», «Кооперативная флейта»*), 10 ойкодомонимов (*гостиницы «Сорбонна», «Ориент», «Проходная пешка»*), 23 порейонима (*автомобиль «Паккард», почтовое судно «Красная Латвия»*), 16 артионимов (*балет «Красный мак», боевик «Акулы Нью-Йорка»*) и 15 идеонимов (*книги «Жизнь животных», «История искусств»*).

В соответствии с классификацией И.В. Крюковой мы проанализировали РИ в аспекте способов образования. Оказалось, что лексико-семантическим

способом образовано 88 онимов (*краска «Титаник», огнетушитель «Эклер», теплоход «Урицкий», газета «Станок»*); лексико-синтаксическим – 122 (*общество «Капля молока», «Синий журнал», балет «Красный мак»*); словообразовательным – 26 (*контора «Быстроупак»*); фонетическим – 1 (*кино «Капиталий»*); комплексным – 3 (*контора ГЕРКУЛЕС*).

На основании проведенного нами лингвистического анализа РИ мы можем обратиться к исследованию художественных функций, которые РИ выполняют в тексте романов. В чем же они заключаются? Ведь авторы не случайно насыщали ими свои романы.

В художественном тексте РИ становится тропом и выполняет художественную функцию. В некоторых случаях она раскрывается только в определенном контексте, подчеркивается им, т. е. функция РИ зависит от его ближайшего окружения. Заметим, что объем этого контекста может быть различным.

Структурно РИ состоит из двух частей: терминологической и индивидуализирующей. Минимальным контекстом является терминологическая часть. Например, в романе «Двенадцать стульев» упоминается некая *«московская гайзета «Звестие»* [1, с. 106]. Терминологическую часть данного онима составляет слово *гайзета*, которое намеренно написано с ошибкой, что является сатирой на неграмотных обывателей, из уст которых мы и слышим данное наименование. Или, например, *кооператив «Плуг и молот»*. Прежде всего, стоит отметить такой интересный факт, что оним отражает официальный символ Советской России «плуг и молот», который использовался до середины 1918 года, позже замененный на «серп и молот». Таким образом, РИ в сочетании с терминологической частью представляет собой оксюморон, объединяя символы советской власти (*Плуг и молот*) и частного предпринимательства (*кооператив*).

Однако чаще всего микротекстология имени, т. е. ближайшее окружение имени в тексте, выходит за рамки терминологической части и расширяется до пределов 2-3 предложений. Расширим контекст: *«Ровно в полдень запел петух в кооперативе «Плуг и молот». Никто этому не удивился»* [1, с. 27]. В расширенном контексте раскрывается сатира на обывателей периода НЭП, пытающихся заниматься частным предпринимательством в период строительства социализма.

И. Ильф и Е. Петров писали романы «Двенадцать стульев» и «Золотой теленок» в сложное, быстроменяющееся время. Важно было отобразить маркеры времени, выраженные в том числе и в РИ.

С точки зрения макротекстологии, оним самодостаточен, т. е. способен реализовать художественную функцию самостоятельно. Чаще всего РИ, не требующие для раскрытия своего значения контекста, выполняют функцию создания и поддержания иллюзии реальности. Рассмотрим примеры: *«Пароход «Ленин», чадя двумя своими трубами... подходил к Новороссийску»* [1, с. 410]; *«друзья погрузились на теплоход «Урицкий» и поплыли в Сталинград»* [1, с. 387]; *«... любил полежать после обеда на диване и почитать перед сном «Правду»* [1, с.269]; *«в эту же секунду из замочной скважины выскочил и заёрзал ка-*

рандаш «Фабер», острием которого отец Федор пытался ужалить врага» [1, с. 138]. Связанные с историческим контекстом РИ упоминаются вскользь, являются яркими приметами времени, деталями, таким образом, создают иллюзию реальности в романе.

Наше исследование показало, что РИ в романах выполняют «иллюзионирующую» и сатирическую функцию, что объясняется жанром плутовского романа и стремлением писателей зафиксировать меняющуюся действительность 20-30-х гг. XX века. Однако соотношение РИ, выполняющих данные функции, в романах различно.

В «Двенадцати стульях» иллюзию реальности создают 90 онимов, а в «Золотом теленке» – только 38. Можно предположить, что во втором романе авторам не так важно нарисовать образ стремительно менявшейся действительности, как это было в «Двенадцати стульях». Таким образом, очевидно, что изменения исторической обстановки отражаются в романе на уровне РИ, которые используются для создания предельно конкретной картины жизни.

Функцию политической сатиры в «Двенадцати стульях» выполняют 10 онимов, а сатиры на обывательщину – 16. В «Золотом теленке» политической сатиры меньше, ее выполняют всего 3 онима, а сатиры на обывательщину больше. Таких РИ в романе 40, кроме того, еще 39 РИ выполняют функцию сатиры на обывательщину в контексте.

Таким образом, можно сделать вывод, что в «Двенадцати стульях» важную роль выполняют РИ, поддерживающие иллюзию реальности в романе, так как авторам важно зафиксировать образ меняющейся действительности периода НЭП. В «Золотом теленке» на первый план выходят сатирические РИ. Здесь главная художественная цель авторов – высмеять обывателей, при этом «иллюзионирующих» онимов достаточно, чтобы воспринимать художественный мир как реальный.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ильф И., Петров Е. Двенадцать стульев. М.: Вагриус, 1997. 542 с.
2. Романова Т.П. Теория и методика создания коммерческих наименований и рекламных текстов. Учебное пособие. Самара: Универс Групп, 2008. 112 с.