
«ЗОЛОТОЙ ТЕЛЕНОК»: РЕАЛЬНЫЕ И ВЫМЫШЛЕННЫЕ ОНИМЫ

Белла Арменовна Сагян

 [ORCID: 0000-0002-5465-067X](#)

b.saghyan@ysu.am

*Специалист по администрированию офиса факультета русской филологии,
Ереванский государственный университет,
Ереван, Республика Армения*

АННОТАЦИЯ

Актуальность и перспективность ономастических исследований на базе художественных текстов очевидна, так как ономастика – смежная область знания, а одно из современных ее направлений – «имя собственное в художественном тексте». Имена собственные помогают с большей наглядностью и убедительностью, с одной стороны, отразить картину мира, с другой стороны, – передать авторскую манеру изложения.

Статья посвящена изучению реальных и вымышленных онимов в романе И. Ильфа и Е. Петрова «Золотой теленок». Цель статьи – определить семантику и функции онимов в художественном произведении, выявить их роль в смысловой и структурной организации текста, обеспечении его информативности и целостности, показать зависимость употребления онимов различных групп в связи с художественным контекстом и авторскими задачами.

Ключевые слова: И. Ильф, Е. Петров, «Золотой теленок», имена собственные, ономастикон, реальные онимы, вымышленные онимы, функции онимов.

С помощью слов мы строим свою речь, передаем мысли и эмоции. В языке существуют различные классы слов, точно так же, как в наборе инструментов есть разные инструменты, которые используются для разных целей. Слово имеет два основных значения. С одной стороны, слово или сочетание слов, например, Наполеон, Петр Великий, Россия, Волга, могут относиться к одному идентифицированному лицу, существу, субъекту или объекту, и в этом случае может быть использован термин **имя собственное** «оним, реже – онома (от греч. *ónyma*, *ónoma* – имя, название), слово, словосочетание или предложение, которое служит для выделения именуемого им объекта из ряда подобных, индивидуализируя или идентифицируя этот объект» [6: 532–533]. С другой стороны, может быть использовано слово или комбинация слов, например, дитя, село, город, когда мы говорим о лицах, существах, субъектах или объектах как о представителях своего класса. В данном случае, мы можем говорить об имени нарицательном или **апеллятивном** «...англ. *appellative*, фр. *appellatif*, *Appellativum*. То же, что и существительное нарицательное» [1: 465].

Имена считаются универсальными элементами, которые встречаются во всех языках мира. Они связаны со способностью человека различать общую картину: мы объединяем в своем сознании признаки определенного существа, предмета или вещи в одну целостность и воспринимаем, чем эта совокупность отличается от сопоставимых. Примечательно, что, когда мы используем имена собственные, наш разум также одновременно приводит к категоризации, потому что нам необходимо понять, к какой категории относится эта совокупность. Имя собственное требует или предполагает определенную категоризацию: мы предполагаем, что лицо, названное Андреем, – мужчина, Днепр – это река, а Удоев (хотя и вымышленный) – это город. Таким образом,

можно сказать, что имена, будучи собственными, уникальными элементами языка, воспроизводят культуру и тем самым влияют на формирование языковой картины мира человека.

Имена как элементы языка весьма специфичны, тем не менее, большинство из нас, говорящих на языке, благодаря чувству языка достаточно хорошо знают, является ли слово именем собственным. По сути, при проведении границы между именами собственными и именами нарицательными ключевым критерием считается функция выражения.

«**Ономастика** – это наука (раздел языкоznания) об именах собственных всех типов, (названия людей, животных, мифических существ, племен и народов, стран, рек, гор, людских поселений), об истории их возникновения и преобразования в результате их употребления в языке, о заимствовании имен собственных в другие языки, о закономерностях их развития и функционирования» [8: 301–302]. Ономастика уже давно считается лингвистической областью исследований и тесно связана со многими другими научными областями.

Какие же категории имен встречаются в ономастике? Как можно классифицировать имена? Эти вопросы важны, потому что имена разнообразны как по своей языковой структуре, так и по своей социокультурной функции. С помощью имен мы можем анализировать нашу среду, и они показывают нам, какие места мы считаем центральными в отношении наших действий.

Личные имена и географические названия – это категории имен, которые уже существовали с древних времен. Многие известные нам сегодня категории наименований были выделены в отдельные позже, некоторые даже в недавней истории: фалеронимы, эргонимы и т.п. Однако развитие новой категории имени можно исследовать лингвистическими средствами, рассматривая способы выражения (апеллятивы и

имена собственные), которые люди начинают использовать для обозначения новых явлений и предметов в окружающей среде (ономасиология), с другой стороны, сосредоточив внимание на том, как значения определенных выражений расширяются и изменяются в соответствии с собственным использованием (семасиология). Традиционно исследования в области ономастики были сосредоточены на изучении антропонимов, или личных имен, и топонимов, или географических названий. Топонимия используется для номенклатуры географических названий, а антропонимия для номенклатуры личных имен. Важно понимать, что классификация номенклатуры зависит от многих факторов. Классификация неизбежно зависит от языка, поскольку понятие «имя» понимается по-разному в разных языках. Имена, прежде всего, являются частью языка, частью нашей общей языковой среды и использования языка. Люди давали имена людям, а возможно, и местам, вероятно, с тех пор как существует естественный человеческий язык.

Особый интерес вызывает изучение имен собственных в художественных произведениях. В ономастике с этой точки зрения важно выделить, с одной стороны, автора, использующего язык, а с другой стороны, сообщество, языковую точку зрения которой он представляет. Именование и интерпретация имен всегда являются действием как отдельного человека, так и сообщества. Под ономастиконом художественного текста понимается совокупность всех онимов, которые встречаются в художественном произведении. Сумма собственных имен, которые употребляются в языке данного народа для наименования реальных, гипотетических и фантастических объектов определяется С.И. Зининым как «ономастическое пространство» [4: 83–89]. По мнению же К.А. Елистратовой, «...имена собственные в художественном тексте являются одним из связующих звеньев между автором, текстом и внетекстовой реальностью, что позволяет соотносить действительность, изображенную в литературном произведении, с объективно

существующим пространственно-временным континуумом» [3: 4]. Таким образом, имя собственное не просто присутствует в произведении, занимает свою нишу, а живет, наполняется особым смыслом и содержанием, поддерживает традиции и выражает миропонимание, своеобразное автору.

А.П. Непокупный считает, что «...когда речь идет об ономастиконе художественного произведения, следует различать: 1) вымышленное имя и 2) вымышленный объект (персонаж), поскольку вымышленному персонажу или несуществующему географическому объекту могут быть присвоены имена, взятые из реальной жизни. В художественном произведении могут сосуществовать имена как вымышленных, так и подлинных личностей и объектов. В «Войне и мире», например, к первым относятся Андрей Болконский, Наташа Ростова, Отрадное, Лысые горы и т.д.; ко вторым – Кутузов, Наполеон, Москва, Петербург» [7: 122].

Язык художественной литературы способен отразить все реалии действительности. Тем самым, в зависимости от того, являются ли они-имы репрезентацией реального объекта объективной действительности или являются результатом творческой рефлексии автора художественного текста, они могут быть разделены на реальные и искусственные. С этой точки зрения интересно рассмотреть второй роман дилогии Ильи Ильфа и Евгения Петрова – «Золотой теленок». Произведение было опубликовано в журнале «30 дней» (1931, № 1–7, 9–12). Первое книжное издание на русском языке появилось в 1933 году. Интерес как к самой дилогии, так и к языку сатиры И. Ильфа и Е. Петрова возник непосредственно после появления в свет их произведений и впоследствии также не угасал, поскольку писатели запечатлели здесь широкую панораму жизни советского общества 20-х годов XX века.

В романе «Золотой теленок» можно выделить по бинарному принципу следующие реальные и вымышленные онимы: антропонимы, то-понимы, хрематонимы, порейонимы, фалеронимы, прагматонимы, эргонимы, гемеронимы, библионимы, артионимы и т.д.

Огромный антропонимикон интересен тем, что в нем наряду с реальными историческими именами представлены и вымышленные. В реальном фигурируют имена исторических деятелей, деятелей культуры и науки, писателей, спортсменов, здесь также используются прецедентно-литературные онимы, религиозные, мифологические антропонимы.

Исторические деятели: можно выделить три подгруппы: **политические деятели** – Чемберлен (премьер-министр Великобритании), Макдональд (французский политический деятель Третьей республики), Александр Федорович Керенский (российский государственный и политический деятель, один из основателей Российской республики), Фридрих Эхгельс (немецкий политический деятель) и т.д.; **правители** – Валтасар (ававилонский царевич), Навуходоносор (царь Нововавилонского царства), Николай Александрович Романов (император Всероссийский), Наполеон (император французов) и т.д.; **полководцы** – Задунайский (полководец и военный теоретик), Гинденбург (генерал-фельдмаршал), Врангель (Главнокомандующий Русской армией), фон Бельц (фельдмаршал-лейтенант Австро-Венгерской армии) и т.д.

Большую часть антропонимов этой группы составляют имена реальных исторических деятелей конца XIX – начала XX вв., и в этом ключе дилогия представляет уникальный материал для анализа реалий, используемых для описания русского социально-культурного пространства начала XX века.

Деятели культуры и науки (здесь можно выделить две подгруппы): **композиторы** – Шуберт, Франц Лист (он же Ференц), Мусоргский, Гладков; **художники** – Репин, Рубенс, Рафаэль, Леонардо да

Винчи и т.д. Отдельной подгруппой представлены писатели: А. Пушкин, Г. д'Аннуницио, Д. Мильтон, Гораций, Л. Андреев, Р. Тагор, А. Франс, Э. Ожешко, Л. Сейфуллина, Э. Золя, С. Есенин и т.д. В эту подгруппу вошли как классики, так и современники (Л. Андреев, С. Есенин) И. Ильфа и Е. Петрова.

В ряду прецедентных имен достаточно обширную подгруппу составили *имена литературного происхождения*: *Отелло* (главный герой одноимённой трагедии У. Шекспира), братья Карамазовы (герои романа Ф.М. Достоевского), Гамлет (герой пьесы У. Шекспира), Онегин (герой романа А.С. Пушкина), Гаргантюа (герой сатирического романа-пенталогии Ф. Рабле), граф Монте-Кристо (герой романа А. Дюма), Агасфер (Вечный Жид, Вечный еврей) и т.д.

Своеобразно обыгрываются и переосмысяляются в романе, будучи спроектированы на современную авторам ситуацию, *религиозные антропонимы*: Авраам, Исаак, Иаков-Яков, Самуил, Иисус Христос, Адам, Ева, Каин, Авель, Ной, Лия, Рахиль, Магомет, Молох, Ваал (Баал), Кришна, Вишну, Немезида, апостол Павел и т.д.

Фольклорные антропонимы также представлены в романе: Добрыня Никитич, Илья Муромец, Алеша Попович, Кощей Бессмертный. Ассоциации, возникающие в результате сопоставления имен персонажей и фольклорных прецедентных имен: Илья Муромец – Бендер, Добрыня Никитич – Балаганов, Алеша Попович – Паниковский, Кощей Бессмертный – Корейко – позволяют раскрыть сущность героев и их роль в разворачивающемся действии.

В антропонимиконе произведения есть простые искусственные онимы, структурные свойства которых аналогичны реальным онимам (ср.: *Анна Васильевна, Серна Михайловна*) и коннотативные искусственные онимы, обладающие развитой внутренней формой и вызывающие различного рода ассоциации (ср.: *Старохамский, Парусинов, Скумбриевич* и т.п.). Разница между этими группами связана не только

с развитой внутренней формой и ассоциативным наполнением, но и с необычной, «нетрадиционной» формой самого вербального знака: если простые искусственные онимы «теоретически» могут встретиться в объективной действительности, то коннотативные искусственные онимы самой своей внешней формой демонстрируют, что оним являются плодом творческого воображения автора.

Все антропонимы дилогии «...актуализируют два временных пласта:

- а) актуальный синхронный срез времени жизни соавторов (настоящее время);
- б) диахронный срез времени (мировая культура в разные исторические периоды)» [2: 181].

Топонимы представлены в дилогии весьма многочисленной группой, включающей в себя названия реальных и вымышленных городов, улиц, площадей и т.д.

«Золотой телёнок» – произведение о приключениях и путешествиях, герои которого непрерывно перемещаются, то расходясь, то вновь встречаясь в различных точках романного пространства. Движение главного героя осуществляется по маршруту: *Арбатов* → *Удоев* → *Лучанск* → *Черноморск* → *Москва* → *Турксеб* → *Москва* → *Черноморск*.

Среди топонимов представлены как *реальные*, известные всем онимы, так и *вымышленные*. Например, реальные: *Москва*, *Омск*, *Ленинград*, *Харьков*, *Курск*, *Херсон*, *Анхабад*, *Чита*, *Черноморск*, *Полтава*, *Самара*, *Ростов*, *Оренбург*, *Рим*, *Копенгаген* и т.д. Среди вымышленных – *Арбатов*, *Лучанск*, *Бирмингам* (есть *Бирмингем*), *Удоев*, *Черноторг*.

В отдельную группу выделены *названия реальных улиц*: *Бессарабская*, *Меринга*, *Прорезная*, *Крецатик*, *Полтавской победы*, и *вымышленных*: *Малая Касательная* и т.д.

Представлены следующие группы онимов:

Дромонимы – дороги *Сызрано-Вяземская, Средне-Азиатская, шоссе – Приморское*.

Оронимы – Гималайские отроги, Хрустальный перевал, пещера *Лейхтвейс, Среднерусская возвышенность*.

Гидронимы – реки *Днепр, Рейн, Ганг, Миссисипи, Нигер, Казанка, Днестр, Волга, озера – Иссык-Куль, океаны – Атлантический, моря – Черное, проливы – Берингов, Дарданелл*.

Эти группы онимов реальные и не имеют вымышленных аналогов.

Топонимические единицы в тексте диалогии совмещают в своей основе геофизическую и общекультурную информацию, обладают широкими коннотативными знаками, выполняя не только информационную, но и эмоционально-стилистическую функции.

Стремление авторов создать реалистичный культурный фон отразилось в использовании в тексте *названий известных фирм, продуктов, производимых торговыми домами*. В составе этих наименований присутствуют фамилии реальных исторических лиц: *Павел Буре, Зингер и т.д.* Среди реальных *хрематонимов* – будильник фирмы «Павел Буре», швейная машина «Зингер», носки «Скетч», эскаватор «Марион», коробка папирос «Кавказ», часы с фигурой *Психеи*, коробка спичек с подписью «Ответ Керзону» и т.д.

В романе наряду с реально существовавшими названиями и торговыми марками встречаются и придуманные в иронических целях авторами. Авторы, создавая онимы по типичным для того периода образцам, стремятся как можно точнее передать дух и быт своего времени, «размножая» названия. Особое внимание привлекают названия одежды: рубашка «Парагвай», брюки «Столетье Одессы», галстуки «Мечта ударника», дамские пробковые подмышиники «Любовь пчел трудовых», а также названия парфюмерных товаров: одеколон «Турандот»,

которые имеют пышные названия, не всегда адекватные, но при этом являются весьма низкопробными товарами. Это несовпадение пышного названия и низкопробной продукции создает своеобразные текстовые оксюмороны.

Что же касается названий напитков, например: вода с зеленым сиропом *«Свежее сено»* или же пиво *«Tip-ton»* – то они говорят сами за себя, не нуждаясь в комментариях.

Роман «Золотой теленок» И. Ильфа и Е. Петрова можно назвать «энциклопедией советской жизни» первых пятилеток советской власти. И они не могли оставить без внимания такую важную сторону повседневной жизни людей, ярко характеризующую быт и взгляды людей того времени.

Эргонимы (названия предприятий, творческих союзов, организаций и т.д.) в дилогии: *столовая «Бывший друг желудка», погребок «Под луной», музыкальная лжеартель «Там бубна звон», писательская группа «Стальное вымя», литературная группа «Кузнец и усадьба», газетные и журнальные отделы «В часы досуга» или «Шевели мозговой извилиной»* и т.д. – также весьма «говорящие» и соответствующие системе наименований той эпохи.

На протяжении всего текста можно проследить тенденцию наименования гостиниц и ресторанов (**хоронимов**) в честь разных стран, городов и мировых столиц. Причем, чем глупее местность, тем более громкое название будут носить ее гостиницы: *«Марсель», «Карлсбад», «Каир», «Флорида»*.

Среди реальных **гемеронимов** (средства массовой информации): *газета «Известия», газета «Правда», газета «Экономическая жизнь», журнал «Родина»*. Названия вымышленных органов печати стилистически более окрашены, например: *тюремная газета «Солнце всходит и заходит», брошюра «Задачи комсомола в деревне», стенгазеты «Голос председателя» и «Из огня да в полымя»* и т.д.

Библионимы (греч. «книга» + оним) – названия любых письменных произведений художественных, религиозных, научных, политических и т.д. представлены книгами «Мертвые души», том «Мужчина и женщина», «Туркестанский край, полное географическое описание нашего отечества, настольная и дорожная книга для русских людей», два тома «Сопротивление материалов» и др.

Артионимы реальные – названия произведений изобразительного искусства (живописи, графики, пластики) представлены балетами «Красный мак», «Спящая красавица», фильмом «Камо грядеши», пьесой «Бронепоезд», оперой «Кармен» и т.д. **Вымышленные артионимы** – сценарий фильма «Шея», картины «Стычка с басмачами», «Дед Пахом и трактор в ночном», фильм «Капиталий».

Реальные фалеронимы представлены орденом Красного Знамени, орденом Золотого руна (был создан герцогом Бургундии Филиппом III Добрый в январе 1430 года), орденом Подвязки (Англия, король Эдуард III), а вымышленный называется Орденом Золотого Теленка по аналогии с Золотым руном.

Среди **порейонимов** – машины «бьюик», «линкольн», «лорен-дитрих», «рено», «студебеккер», «паккард», «фиат», «кадиллак», «форд», дирижабль «Норге» Руаля Амудсена, **корабоним** – крейсер «Очаков» (ошибочно назван в романе броненосцем). Вымышленные порейонимы представлены автомобилем «Антилопа Гну».

Зоонимы – Крепыши (лошадь).

Разграничение реальных и искусственно созданных авторами онимов и их анализ имеет особую значимость: реальные имена, бесспорно, являются знаками культуры, а искусственные, вымышленные, приобретают свою культурную коннотацию только в тексте произведения.

Как отмечает А.А. Муренкова: «В романах «Двенадцать стульев» и «Золотой теленок» авторы специально употребляют реальные бренды, чтобы за их фактурой «протащить» глубокую иронию, заложенную в искусственно созданные ими названия организаций, фирм и товаров. Онимы выступают не только как одно из ярких средств характеристики быта, эпохи, но и как средство обличения от иронии до сарказма и сатиры, обнажающих всю фальшь и неестественность советской политической и экономической системы» [5: 23].

Игра с онимами – идиостилевая черта романа. Свободная фантазия талантливых писателей и креативных номинаторов И. Ильфа и Е. Петрова, которые выступают в роли создателей собственных имен, позволяет им приводить антропонимы реальные и вымышленные, переносить топонимы из одного пространства в другое, перетасовывать различные группы онимов, составлять одно собственное имя из реально бытующих разных наименований. Языковая игра с использованием реальных и вымышленных имен собственных в романе «Золотой теленок» демонстрирует их ведущую роль в реализации авторской картины мира.

ИСТОЧНИКИ

1. Ильф И.А., Петров Е.П. Двенадцать стульев; Золотой теленок. – М.: Художественная литература, 1986. – СС. 3–240.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов. – 2-е изд., стереотип. – М.: Советская энциклопедия, 1969. – СС. 465–607
2. Дергилева Ж.И. Художественный антропонимикон в лингвокультурологическом представлении: на материале дилогии И. Ильфа и Е. Петрова «Двенадцать стульев» и «Золотой теленок». – Белгород: АКД, 2008. – 22 с. [Электронный ресурс]

- тронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.dissercat.com/content/khudozhestvennyi-antroponomikon-v-lingvokulturologicheskem-predstavlenii-na-materiale-dilogi/read> (Дата обращения: 13.02.2025г.).
3. Елистратова К.А. Ономастикон поэтического дискурса Веры Полозковой: лингвосемиотический аспект. – Череповец: Череповецкий государственный университет, 2015 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://studfile.net/preview/6212600/page:4/> (Дата обращения: 13.02.2025г.).
4. Зинин С.И. Из истории лексикографирования собственных имен художественной литературы. – Ташкент: Научн. тр. ТашГУ, 1980. – Вып. 629. – СС. 83–89.
5. Муренкова А.А. Бренды истинные и художественные в романах И. Ильфа и Е. Петрова. Тезисы доклада [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://clk.li/sKPI> (Дата обращения: 13.02.2025г.).
6. Собственное имя // Большая российская энциклопедия: [в 35-и тт.]. Т. 30 // гл. ред. Ю.С. Осипов. – М.: Большая российская энциклопедия, 2015. – СС. 532–533 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://clck.ru/3PM5uo> (Дата обращения: 13.02.2025г.).
7. Теория и методика ономастических исследований: [А.В. Суперанская, В.Э. Сталтмане, Н.В. Подольская, А.Х. Султанов]; отв. ред. А.П. Непокупный; АН СССР, Ин-т языкоznания. – М.: Наука, 1986. – 254, [2] с.
8. Шор Р. Ономастика // Литературная энциклопедия: В 11-и тт. – Т. 8. – М.: ОГИЗ РСФСР, Советская энциклопедия, 1934. – Стб. 301–302 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://feb-web.ru/feb/litenc/encyclop/le8/le8-3011.htm?cmd=1&dsr=1> (Дата обращения: 13.02.2025г.).

«ՈՍԿԵ ՀՈՐԹ» ԻՐԱԿԱՆ ԵՎ ՀՈՐԻՆՎԱԾ ՕՆԻՄՆԵՐԸ

Բ.Ա. Սահյան

 ORCID: [0000-0002-5465-067X](https://orcid.org/0000-0002-5465-067X)

b.saghyan@ysu.am

Ոուս բանասիրության ֆակուլտետի գրասենյակի
վարչարարության մասնագետ,

Երեանի պետական համալսարան,
Երեան, Հայաստանի Հանրապետություն

ԱՍՓՈՓՈՒՄ

Գրական տեքստերի վրա հիմնված օնոմաստիկական հետազոտության արդիականությունն ու հեռանկարներն ակնհայտ են, քանի որ օնոմաստիկան գիտելիքին կից ոլորտ է, և դրա ժամանակակից ուղղություններից է «հատուկ անունը գրական տեքստում»: Հատուկ անունները օգնում են մի կողմից ավելի հստակ և համոզիչ կերպով արտացոլել աշխարհի պատկերը, մյուս կողմից փոխանցել հեղինակի ներկայացման ձևը:

Հոդվածը նվիրված է Ի. Իլֆի և Ե. Պետրովի «Ոսկե հորթը» վեպում իրական և գեղարվեստական անունների ուսումնասիրությանը: Հոդվածի նպատակն է սահմանել օնհիմների իմաստաբանությունն ու գործառույթները գեղարվեստական ստեղծագործության մեջ, բացահայտել դրանց դերը տեքստի իմաստային և կառուցվածքային կազմակերպման մեջ, ապահովելով դրա տեղեկատվական բովանդակությունը և ամբողջականությունը, ցույց տալ տարբեր խմբերի անունների օգտագործման կախվածությունը գեղարվեստական համատեքստի և հեղինակի առաջադրանքների հետ կապված:

Բանալի բառեր՝ Ի. Իլֆ, Ե. Պետրով, «Ոսկե հորթ», հատուկ անուններ, օնոմաստիկոն, իրական անուններ, հորինված անուններ, անունների գործառույթները:

«THE GOLDEN CALF»: REAL AND FICTIONAL NAMES

B. Saghyan

id ORCID: [0000-0002-5465-067X](http://orcid.org/0000-0002-5465-067X)

b.saghyan@ysu.am

*Specialist on Administrative Affairs at the Office of the Faculty of Russian Philology,
Yerevan State University,
Yerevan, Republic of Armenia*

ABSTRACT

The relevance and prospects of onomastic research based on fiction texts are obvious, since onomastics is a related field of knowledge, and one of its modern directions is «proper names in fiction». Proper names help to reflect the picture of the world with greater clarity and persuasiveness, on the one hand, and to convey the author's manner of presentation, on the other hand. The article is devoted to the study of real and fictional onyms in the novel by I. Ilf and E. Petrov «The Golden Calf». The purpose of the article is to determine the semantics and functions of onyms in a work of fiction, to identify their role in the semantic and structural organization of the text, ensuring its informative-ness and integrity, to show the dependence of the use of onyms of different groups in connection with the artistic context and the author's tasks.

Keywords: I. Ilf, E. Petrov, «The Golden Calf», proper names, onomasticon, real onyms, fictional onyms, functions of onyms.

Информация о статье:

*статья поступила в редакцию 16 февраля 2025 г.,
подписана к печати в номер 15 (19) / 2025 – 25.05.2025 г.*