

Филология: научные исследования

Правильная ссылка на статью:

Долгополова Л.А., Аджигельдиева Л.Э. Онимы в фильмонимах США 1920 г // Филология: научные исследования. 2025. № 4. DOI: 10.7256/2454-0749.2025.4.74256 EDN: CJRYTZ URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=74256

Онимы в фильмонимах США 1920 г.

Долгополова Лилия Анатольевна

ORCID: 0000-0003-1327-2454

доктор филологических наук

профессор, кафедра лингвистики и межкультурной коммуникации, Крымский инженерно-педагогический университет имени Февзи Якубова

295044, Россия, Республика Крым, г. Симферополь, ул. Бастionная, 41, оф. –

✉ lilian2000@mail.ru



Аджигельдиева Лене Эльдаровна

соискатель; филологический факультет; Крымский инженерно-педагогический университет имени Февзи Якубова

295015, Россия, Респ. Крым, г. Симферополь, Учебный пер. 8

✉ ablyakimovalenie@gmail.com



[Статья из рубрики "Лингвистика"](#)

DOI:

10.7256/2454-0749.2025.4.74256

EDN:

CJRYTZ

Дата направления статьи в редакцию:

28-04-2025

Аннотация: Статья посвящена выявлению специфики функционирования имен собственных в названиях кинофильмов США, произведенных в 1920 году. Предметом исследования являются структурные, семантические и функциональные особенности имен собственных. Объект исследования составляют онимы английского языка. Материалом для исследования послужил список фильмов американских кинокомпаний 1920 года и опубликованный на электронном ресурсе List of American films of 1920. Задачи исследования: установить основные виды бионимов и абионимов, участвующих в

создании киноназвания; определить и охарактеризовать виды антропонимов и топонимов; выявить структурные и семантические особенности женских и мужских имен, ойконимов, годонимов и др.; установить специфику функционирования фильмонима с участием онима. Авторы подробно рассматривают причины употребления онима в составе киноназвания. Особое внимание уделяется функционированию привычных для американского кинозрителя антропонимов и топонимов, а также прецедентных онимов в фильмонимах. Теоретическую базу исследования составляют основные положения в области ономастики А. В. Суперанской, В. И. Супрун. раскрывающих лингвистический статус онимов, критерии их классификации. Для рассмотрения особенностей фильмонимов привлекались работы Ю. Н. Подымовой, В. Е. Анисимова, А. В. Зубаревой. В работе применялись структурно-семантический метод и метод функционального анализа. Впервые материалом исследования являются названия кинопродукции США 1920 года; новым является выявление специфики функционирования и выбора имени собственного для создания фильмонима. Выявлено участие в киноназваниях преимущественно онимов американского происхождения, а также использование них одних и тех же имен и структур, что является свидетельством неустойчивого характера процесса образования фильмонимов в тот период. Установлено, что самыми распространенными именами в фильмонимах являются привычные на тот момент антропонимы Мэри, Роза, Джимми, Джек; топонимы Нью-Йорк и Бродвей. Выявлена зависимость структурного типа фильмонима от определенного вида онима. Установлено, что в виде словоформы используются исключительно антропонимы, в то время как топонимы чаще образуют словосочетания, где они выступают в роли определения.

Ключевые слова:

оним, фильмоним, антропоним, топоним, годоним, ойконим, референтная функция, аттрактивная функция, бионим, абионим

Введение

Кино уже свыше ста лет является одним из самых массовых видов искусства, влияние которого на формирование мировоззрения общества очень велико. Любой кинопродукт сочетает в себе качества различных художественных направлений: литературы, искусства, театра и музыки, тем самым представляя большой интерес для филологических исследований. Особое положение в этом контексте занимает название фильма, которое, с одной стороны, служит ключевым фактором при выборе фильма для просмотра, с другой стороны, является залогом коммерческого успеха [\[4, с. 32\]](#). Создание имени кинопродукта – творческий процесс, в котором принимают участие различные специалисты, что позволяет рассматривать его как междисциплинарный объект исследования, где переплетаются лингвокультурологические, исторические, прагматические и другие аспекты.

Повышенный интерес к изучению кинозаголовка способствовал появлению специального термина **фильмоним** для его обозначения. Этот термин ввела Е. В. Кныш, рассматривая фильмоним как высказывание, репрезентирующее ситуацию, смоделированную фильмом, ее вербально закодированный образ [\[5\]](#).

В современных лингвистических исследованиях особое внимание уделяется локализации и социокультурной адаптации фильмонима [\[1; 2; 7\]](#), его лингвокультурологическим

различиям [6]. В то же время актуальным остается изучение структурно-семантических и функциональных особенностей кинозаголовка в диахронии, что позволяет установить специфику создания имени в различные исторические периоды.

Цель данной статьи – выявление особенностей функционирования онимов в названиях фильмов США, произведенных в 1920 г.

Методология

Теоретическую базу исследования составляют работы в области ономастики А. В. Суперанской [9]; В. И. Супрун [10], в которых содержатся фундаментальные знания о природе имен собственных и возможных критериях их классификации.

Учитывались также основные положения, представляющие интерпретации лингвистического статуса фильмонимов Ю. Н. Подымовой [8], В. Е. Анисимова, А. С. Борисовой и Г. Р. Консона [1], А. В. Зубаревой [3], где фильмонимы представлены как особый вид идеономов, выполняющие номинативную, рекламную, аттрактивную и воздействующую функции.

Практическим материалом исследования послужил *Список американских фильмов 1920 года*, включающий 567 киноназваний и представленный на электронном ресурсе *List of American films of 1920*, URL: https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_American_films_of_1920 [11].

Выбор материала определяется следующими причинами: 20-е годы прошлого века традиционно считают расцветом американского кино. В этот период создавалась мощная американская кинопромышленность, выпускающая до 800 кинокартин в год. Каждому новому фильму требовалось свое индивидуальное название, которое бы, с одной стороны, отсылало к содержанию фильма, с другой стороны, привлекало большое количество кинозрителей. Синхронный срез особенностей использования имен собственных в кинозаголовках 1920 года позволит установить историко-культурные условия выбора онимов для названия в период становления процесса создания фильмонимов как массового явления.

Исследование и результаты

Фильмонимы как особый вид онимов представляют собой искусственно созданные, выдуманные имена, которые согласно А. В. Суперанской делятся на имена, употребляющиеся в реальной жизни наряду с естественными, сложившимися именами (новые личные имена, искусственные фамилии и др.) и на имена книжные (названия произведений, имена героев и пр.) [9, с. 30].

Именование кинопродукта, как правило, происходит осознанно и связано, с одной стороны, с отсылкой к содержанию фильма, с другой стороны, намерением побуждения интереса к нему. Первая тенденция в именовании проявляется в том, что фильмоним может указывать на *объект, место происходящих событий, время происходящих событий* или включать одновременно несколько семантических компонентов [8]. Вторая тенденция реализуется в выборе средств создания имени, среди которых встречаются различного рода переосмыслиния, оксюмороны, заимствования, антитезы, игра слов и др. [6, с. 59-60]. Использование онимов в киноназваниях может быть вызвано обеими тенденциями, поскольку имя указывает, как правило, на *объект/субъект, место событий или способствует созданию эмоционально-оценочного эффекта*.

В названиях кинопродукции США 1920 года онимы представлены достаточно широко: из 567 фильмонимов имена собственные встречаются в 97 случаях, что составляет примерно 17 % от общего количества. Предварительный анализ показывает, что в фильмонимах представлены как бионимы в виде антропонимов (женские и мужские имена, фамилии, этнонимы), так и абионимы (различного вида топонимы). Рассмотрим подробнее особенности их функционирования.

Имена женские. Чаще всего в фильмонимах встречается имя *Mary* 'Мэри': *In Walked Mary* 'Прогулка Мэри', *Mary Ellen Comes to Town* 'Мэри Эллен приезжает в город', *Mary's Ankle* 'Лодыжка Мэри', *Merely Mary Ann* 'Просто Мэри Энн', *Up in Mary's Attic* 'На чердаке у Мэри'. Мэри – одно из христианских имен, произошедшее, предположительно, от древнеегипетского "mtu" 'любимая, возлюбленная'. В англоязычной, в том числе американской культуре это женское имя было и остается одним из самых распространенных. В фильмонимах оно сочетается с другими женскими именами, как Эллен: *Mary Ellen* или Энн: *Mary Ann*. Кроме того, в повседневной жизни часто использовались уменьшительно-ласкательные варианты *Молли* и *Полли*, которые также встречаются в киноназваниях того времени: *Molly and I* 'Молли и я', *Polly of the Storm Country* 'Полли из страны штормов', *Polly With a Past* 'Полли с прошлым', *Pollyanna* 'Полианна'. В последнем случае имя *Полли* является компонентом сложного имени, вторая часть которого – оним *Анна*. Во всех анализируемых фильмах имя *Мэри* и его производные носит главная героиня, вокруг которой разворачиваются драматические или комедийные события. Выбор этого имени для фильмонима можно объяснить его высокой частотностью, а также стремлением представить героиню как обычную девушку, живущую по соседству, и тем самым создать эффект реальности происходящего. В этом случае данное имя усиливает аттрактивную функцию фильмонима, подчеркивая тот факт, что события фильма могут произойти с любой жительницей США.

Также часто встречается имя *Роза* и его производные: *Lady Rose's Daughter* 'Дочь леди Роуз', *The Shadow of Rosalie Byrnes* 'Тень Розали Бирнс', *The Sins of Rosanne* 'Грехи Розанны', *What Happened to Rosa* 'Что случилось с Розой'. Фильмоним *Lady Rose's Daughter* основан на самом популярном романе 1903 года миссис Хамфри Уорд с аналогичным названием. В остальных фильмах имя Роза указывает на главную героиню, переживающую драматическую ситуацию. Это имя также было достаточно распространено в США, особенно среди католиков.

Среди популярных в начале XX века женских имен в фильмонимах встречаются также Пэгги: *All of a Sudden Peggy*, Дженни: *Jenny Be Good* 'Дженни, будь хорошей', Пэт: *Flying Pat* 'Летающая Пэт', Пруденс: *Away Goes Prudence* 'Прощай, Пруденс'. Эта имена преимущественно выполняют референтную функцию, указывая на главную героиню фильма.

Среди прецедентных имен встречаются часто используемые в художественных произведениях, которых легли в основу сценария фильма: *Bonnie May* 'Бонни Мэй (по роману 1916 г. Луиса Доджа)', *Even as Eve* 'Даже как Ева' (по рассказу Роберта У. Чемберса «Сияющая группа»), *The Courage of Marge O'Doone* 'Отвага Мардж О'Дуан' (по мотивам романа Джеймса Оливера Кервуда), *Mrs. Temple's Telegram* 'Телеграмма миссис Темпл' (по бродвейской пьесе Фрэнка Уайтта с одноименным названием), *Nurse Marjorie* 'Медсестра Марджори' (по одноименной пьесе Исаэля Зангиелла) и др.; имена героев сказок, библейских сюжетов и мифов: *Cinderella's Twin* 'Близнец Золушки', *A Modern Salome* 'Современная Саломея', *A Sister to Salome* 'Сестра Саломеи'.

Функционирование фамилий женских персонажей сопровождается сочетанием с

гоноративами мисс или миссис: *Alias Miss Dodd* 'Псевдоним мисс Додд', *The Frisky Mrs. Johnson* 'Резвая миссис Джонсон', *Miss Hobbs* 'Мисс Хоббс', *Notorious Miss Lisle* 'Печально известная мисс Лайл', *The Notorious Mrs. Sands* 'Печально известная миссис Сэндс', *Young Mrs. Winthrop* 'Юная миссис Уинтроп' и др.

Среди мужских имен чаще всего встречаются Джимми / Джим: *Alias Jimmy Valentine* 'Псевдоним Джимми Валентайн', *If Only Jim* 'Если бы только Джим', *Call Me Jim* 'Зови меня Джимом'; Джек: *Jack Straw* 'Джек Стро', *Daredevil Jack* 'Сорвиголова Джек'. В этом списке только два фильма располагают прецедентными именами: *Alias Jimmy Valentine* снят по одноименной пьесе Пола Амстронга, в основу которого лег рассказ О. Генри «Восстановленная реформация» 1903 г., *Call Me Jim* основан на романе Джозайи Гилберта Холланда «Севеноукс: история наших дней», опубликованного в 1917 г. Оба имени также относятся к популярным мужским именам в англоязычной культуре.

Среди распространенных имен того времени в американских фильмонимах используются *Andy*: *Alarm Clock Andy* 'Будильник Энди', *George*: *Fixed by George* 'Исправлено Джорджем', *Hutch*: *Honest Hutch* 'Честный Хатч' и др. Герои этих фильмов показаны как обычные граждане США, попадающие в различные непривычные ситуации.

В роли прецедентных антропонимов употребляются имена героев известных произведений: *Huckleberry Finn* 'Гекельберри Финн' (по мотивам произведения Марка Твена «Приключения Гекельберри Финна» 1884 г.), *Dr. Jekyll and Mr. Hyde* 'Доктор Джекилл и мистер Хайд' (по повести Роберта Льюиса Стивенсона «Странная история доктора Джекила и мистера Хайда» 1886 г.), *The Mark of Zorro* 'Знак Зорро' (по рассказу Джонстона Маккалли «Проклятие Капистрано» 1919 года), *The Revenge of Tarzan* 'Месть Тарзана' (по книге Эдгара Райса Берроуза «Тарзан. Приемыш обезьян» 1912 г.). Встречаются также случаи использования христианского имени *St. Anthony*: *The Sins of St. Anthony* 'Грехи святого Антония'; мифологического имени *Cupid*: *Cupid the Cowpuncher* 'Купидон-ковбой'.

Что касается фамилий, то они в отличие от женских фамилий, употребляются либо с именем: *Jack Straw* 'Джек Стро', *Alias Jimmy Valentine* 'Псевдоним Джимми Валентайн', *Felix O'Day* 'Феликс О'Дей', либо с указанием профессии: *Captain Swift* 'Капитан Свифт'. При этом гоноративы полностью отсутствуют.

Отметим также наличие экзотических мужских имен, напр., *The Brand of Lopez* 'Брэнд Лопеса' (об испанском матадоре Васко Лопесе,), *Li Ting Lang* 'Ли Тин Ланг' (по мотивам рассказа «Ли Тин Ланг, китайский джентльмен» 1916 г.).

Среди этнонимов встречаются указание на регион происхождения героя или этническую принадлежность: *The Texan* 'Техасец', *An Arabian Knight* 'Арабский рыцарь', *The Corsican Brothers* 'Корсиканские братья' (по одноименному роману Александра Дюма), *The Luck of the Irish* 'Ирландская удача' (по одноименному роману Гарольда Макграта 1917 г.)

Абионимы в рассматриваемых киноназваниях представлены ойконимами, среди которых дважды упоминается Нью-Йорк: *The New York Idea* 'Нью-йоркская идея', *While New York Sleeps* 'Пока Нью-Йорк спит'. Топонимами американского происхождения являются также ойконим Камберленд: *A Cumberland Romance* 'Роман в Камберленде', названия американских штатов, как Кентукки: *The Kentucky Colonel* 'Полковник из Кентукки'; района Нью-Йорка: *A Manhattan Knight* 'Манхэттенский рыцарь'. В списке фильмонимов упоминаются 2 ойконима неамериканского происхождения. Это – Токио: *A Tokyo Siren* 'Токийская сирена' и Стамбул: *The Virgin of Stamboul* 'Стамбульская дева'. В фильмониме *Paris Green* 'Пэрис Грин' действие происходит в Париже, где с главным героем фильма

Лютером Грином происходят определенные события, в результате чего он получает прозвище в *Paris* 'Париж'. Этот оним можно рассматривать одновременно как антропоним, возникший в результате метонимизации ойконима, так и ойконим.

Отметим достаточно частое использование годонимов в киноназваниях, среди которых доминирует *Бродвей*: *The Broadway Bubble* 'Бродвейский пузырь', *A Broadway Cowboy* 'Бродвейский ковбой', *Broadway and Home* 'Бродвей и дом', *45 Minutes from Broadway* '45 минут от Бродвея'. Это факт связан, скорее всего, с тем, что Бродвей уже в тот момент считался главной театральной улицей США, где формировалась основа американской театральной культуры. Имя этой улицы притягивало к себе всех тех, кто жаждал красивой жизни и, несомненно, способствовало повышенному интересу к кинопродукту.

Кроме Бродвея в фильмонимах упоминаются Нью-йоркская улица Авеню А: *The Prince of Avenue A* 'Принц с Авеню А', 39-я Восточная улица: *39 East* '39-я Восточная улица'. Отметим также единичное употребление каронима Эльсинор в фильме *The Mutiny of the Elsinore* 'Мятеж на Эльсиноре', снятом по роману Джека Лондона «Эльсинорский мятеж» 1914 г.

Что касается структурных особенностей фильмонимов, в которых употребляются имена собственные, то мы выделим следующие виды:

- словоформы. Название фильма может быть представлено одной лексемой-онимом в виде имени: *Babs* 'Бэбс', *Dinty* 'Динти', *Pinto* 'Пинто'; сочетанием «имя + фамилия»: *Bonnie May* 'Бонни Мэй', *Felix O'Day* 'Феликс О'Дей', *Jack Straw* 'Джек Стро' и др.; «гоноратив + фамилия»: *Madame Peacock* 'Мадам Пикок', *Miss Hobbs* 'Мисс Хоббс' «профессия + фамилия» *Captain Swift* 'Капитан Свифт'; *Nurse Marjorie* 'Медсестра Марджори';
- словосочетания, где оним (в основном антропонимы) выступает в значении субъекта обладания: *Alarm Clock Andy* 'Будильник Энди', *The Brand of Lopez* 'Бренд Лопеса'; в роли определения, где преимущественно используются топонимы: *The Broadway Bubble* 'Бродвейский пузырь', *A Broadway Cowboy* 'Бродвейский ковбой', *The Corsican Brothers* 'Корсиканские братья' и др. Выделим также часто используемое словосочетание «детерминатор + антропоним»: *Flying Pat* 'Летающая Пэт', *The Frisky Mrs. Johnson* 'Резвая миссис Джонсон', *Honest Hutch* 'Честный Хатч' и др.
- предложения. Фильмонимы могут иметь форму простого нераспространенного предложения: *Homer Comes Home* 'Гомер идет домой' и *Mary Ellen Comes to Town* 'Мэри Эллен приезжает в город'. Часто киноназвание имеет форму императива: *Jenny Be Good* 'Дженни, будь хорошей', *Drag Harlan* 'Перетащите Харлана', *Call Me Jim* 'Зови меня Джимом' и др.

Структурные модели словосочетаний могут быть идентичными, несмотря на тот факт, что сами фильмы создавались на различных киностудиях, напр., *Alias Jimmy Valentine* 'Псевдоним Джими Валентайн' (киностудия *Metro Pictures Corporation*) и *Alias Miss Dodd* 'Псевдоним мисс Додд' (киностудия *Universal City Studios LLC* ; *An Arabian Knight* 'Арабский рыцарь' (киностудия *FBO Pictures Corp.*) и *A Manhattan Knight* 'Манхэттенский рыцарь' (киностудия *Fox Film Corporation*), *Notorious Miss Lisle* 'Печально известная мисс Лайли' (киностудия *First National Pictures*) и *The Notorious Mrs. Sands* 'Печально известная миссис Сэндс' (киностудия *FBO Pictures Corp.*).

Выводы

Таким образом, в 20-х годах прошлого века в США формируется киноиндустрия, позволяющая массово выпускать кинопродукцию, что способствовало началу поиску способов именования кинопродукта. Одним из продуктивных средств именования фильмонима на тот момент являлись имена собственные, представленные женскими и мужскими именами, топонимами различного вида. В pragматических целях авторы фильмонимов чаще всего прибегали к использованию повседневных, привычных для американского кинозрителя онимов, среди которых такие антропонимы, как *Мэри, Роза, Джимми, Джек* и др., а также топонимы *Бродвей, Нью-Йорк*. Использовались также хорошо известные прецедентные онимы *Золушка, Купидон, Св. Антоний, Саломея* и др. Онимы встречаются в киноназваниях, снятых по мотивам популярных художественных произведений, как *Гекельберри Финн, Тарзан, Зорро* и др. В этом случае мы имеем дело с воспроизведением библионимов, создаваемых авторами этих книг.

Анализ формы фильмонимов показывает, что их структура в определенной степени зависит от типа онима. Антропонимы могут быть выражены словоформой в виде имени или фамилии. Женские фамилии сочетаются с гоноративами *мисс* и *миссис*, а мужские – с указанием профессии. В словосочетаниях антропонимы функционируют как субъект обладания, в то время как топонимы – определения. Антропонимы в сопровождении с детерминаторами образуют фильмонимы-словосочетания.

В фильмонимах в форме предложения исключительно участвуют антропонимы, при этом наиболее распространенным видом является побудительное предложение. Такой вид предложения всегда направлен на реципиента, что свидетельствует о высокой степени аттрактивности фильмонима.

Суммируя высказанное, подчеркнем, что онимы представляют собой эффективное средство создания фильмонима, прежде всего, в силу своей полифункциональности. Они выполняют, прежде всего, референтную функцию, указывая на главного героя или героиню фильма и место события, и аттрактивную функцию, вызывая определенный интерес у широких слоев общества. Кроме того, привычные и известные антропонимы и топонимы создают эффект близости происходящего на экране, что в свою очередь также способствует повышению заинтересованности зрителя в кинопродукте.

Использование онимов в американских фильмонимах 1920 года показывает, что их использование не отличается большим разнообразием выбора имени и структуры, что сказывается на повторе как самих онимов, так и структурных типов. Кроме того, среди онимов доминируют антропонимы и топонимы, характерные для США. Эти факты, в целом, типичны для начального этапа формирования специфических механизмов образования названий кинопродукции.

Библиография

1. Анисимов В. Е., Борисова А. С., Консон Г. Р. Лингвокультурная локализация кинозаголовков // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Лингвистика. Russian Journal of Linguistics. 2019. Т. 23. № 2. С. 435-459.
2. Зинкевич О. В. Локализация как процесс лингвистической трансформации структуры и содержания динамического текста // Известия СПбГЭУ. 2018. № 3 (111). С. 135-137.
3. Зубарева А. В. Онимы в интернет-коммуникации: новые явления и функции // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. 2021. № 1. С. 120-136. DOI: 10.29025/2079-6021-2021-1-120-136 EDN: EAWFQK.
4. Калегина Т. Е. Особенности перевода названий фильмов Голливуда с английского на немецкий и русский языки // Казанский лингвистический журнал. 2019. № 3 (2). С. 30-57. EDN: UPJXNH.

5. Кныш Е. В. Наименование кинофильмов как объект ономастики // Актуальные вопросы русской ономастики. Сборник научных трудов. 1988. С. 106-111.
6. Корнейчук Т. А. Названия российских и латиноамериканских кинофильмов: сопоставительный аспект // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2024. № 3. С. 57-63. DOI: <https://doi.org/10.17308/lic/1680-5755/2024/3/57-63> EDN: JHHZQX.
7. Лебедева А. А., Новикова М. Г. Особенности реализации социокультурологической и прагматической адаптации при переводе: дискурсивно-коммуникативный подход // Вестник Московского государственного областного университета. 2023. № 2. С. 84-97.
8. Подымова Ю. Н. Фильмонимы: семантический аспект // Филологический вестник. Научный и образовательный журнал. 2002. № 4. С. 168-170.
9. Суперанская А. В. Общая теория имени собственного. М.: URSS, 2023. 366 с.
10. Супрун В. И. Размышления над ономастической терминологией // Известия ВГПУ. 2011. № 8. С. 133-138.
11. List of American films of 1920. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_American_films_of_1920.

Результаты процедуры рецензирования статьи

В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.

Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).

Рецензируемая статья посвящена функционированию онимов в названиях фильмов США, произведенных в 1920 г. Предмет исследования достаточно актуален: язык кино требует глубокого анализа, так как в нем отражаются активные процессы, происходящие в языке на том или ином этапе; язык кино также оказывает влияние и на литературно-языковую норму, и на общественный вкус зрителей; «создание имени кинопродукта – творческий процесс, в котором принимают участие различные специалисты, что позволяет рассматривать его как междисциплинарный объект исследования, где переплетаются лингвокультурологические, исторические, прагматические и другие аспекты». Эмпирической базой работы послужил список американских фильмов 1920 года, включающий 567 киноназваний. Выбор материала вполне обоснован: 20-е годы прошлого века считаются расцветом американского кино (выпускалось до 800 кинокартин в год).

Теоретической базой исследования явились работы по проблемам ономастики, семантическому аспекту фильмонимов, лингвокультурной локализации кинозаголовков таких российских исследователей, как А. В. Суперанская, В. И. Супрун, Е. В. Кныш, О. В. Зинкевич, В. Е. Анисимов, А. С. Борисова, Г. Р. Консон, А. В. Зубарева, А. А. Лебедева М. Г. Новикова и др. Библиография насчитывает 11 источников, что в целом представляется достаточным для обобщения и анализа теоретического аспекта изучаемой проблематики; соответствует специфике рассматриваемого предмета, содержательным требованиям и находит отражение на страницах рукописи. Все цитаты ученых сопровождаются авторскими комментариями. Методологическую базу исследования составили сопоставительный, описательный, функциональный, прагматический методы, метод компонентного анализа, сравнительно-исторический метод, комплексный лингвистический анализ. Выбор методов оправдан и соответствует цели работы.

В ходе исследования проведен качественный, количественный и критический анализ структурно-семантических и функциональных особенностей кинозаголовков 1920 года («В названиях кинопродукции США 1920 года онимы представлены достаточно широко:

из 567 фильмонимов имена собственные встречаются в 97 случаях, что составляет примерно 17 % от общего количества). Формулируются выводы о том, что «онимы представляют собой эффективное средство создания фильмонима, прежде всего, в силу своей полифункциональности»; онимы «выполняют референтную функцию, указывая на главного героя или героянию фильма и место события, и аттрактивную функцию, вызывая определенный интерес у широких слоев общества»; «привычные и известные антропонимы и топонимы создают эффект близости происходящего на экране, что в свою очередь также способствует повышению заинтересованности зрителя в кинопродукте» и др.

Теоретическая и практическая значимость исследования неоспорима и обусловлена его вкладом в решение современных языковедческих проблем, связанных с ономастикой и структурно-семантическими и функциональными особенностями фильмонимов. Синхронный срез особенностей использования имен собственных в кинозаголовках 1920 года позволил установить историко-культурные условия выбора онимов для названия в период становления процесса создания фильмонимов как массового явления.

Представленный материал имеет четкую, логически выстроенную структуру. Стиль изложения отвечает требованиям научного описания, содержание рукописи соответствует названию. Статья имеет завершенный вид; она вполне самостоятельна, оригинальна, будет полезна широкому кругу лиц и может быть рекомендована к публикации в научном журнале «Филология: научные исследования».