



DOI: 10.22363/2313-2299-2026-17-1-101-114

EDN: HSOHLJ

Научная статья / Research Article

Особенности нейминга салонов свадебной моды в русской и китайской лингвокультуре

Ван Шихао¹, О.В. Лазарева¹  , С.А. Баров² , Цзинь Лянь²

¹Российский университет дружбы народов, Москва, Российская Федерация

²Независимый исследователь, Москва, Российская Федерация

 lazareva-ov@rudn.ru

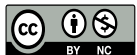
Аннотация. Имена собственные являются частью каждой языковой системы, т.е. представляют собой языковую универсалию. В лингвокультуре любого этноса имеются наборы онимов, отражающих в диахронии особенности социокультурных изменений, в том числе, его ценностные приоритеты. В российской и китайской лингвокультурах в настоящее время наблюдается изменение тенденций в нейминге экономических объектов, что порождает особый интерес к предмету исследования. От названия торговых объектов и товаров, магазинов, модных салонов, сетей ритейла зависит коммерческая успешность, с чем связана необходимость регулирования и контроля ономастического пространства. Цель исследования — сопоставительный анализ предпочтений в выборе названия свадебного салона в русской и китайской лингвокультурах для установления универсальной и культурно-специфичной мотивации. В качестве материала исследования было проанализировано 200 названий свадебных салонов Москвы и Пекина. Эргономическое пространство в Москве представлено большим количеством наименований салонов свадебной моды, которые образованы по продуктивной модели универбации. Отметим, что в Пекине частотным оказывается такой же способ образования наименований свадебных салонов. Эргонимы в области свадебной моды Москвы и Пекина различаются прагматикой; общим является связь их эффективности с системой ценностей лингвокультуры. Нейминг в области свадебной моды выполняет номинативную, информативную, эстетическую, дифференцирующую, воздействующую, аттрактивную функции. По ключевым компонентам эргонимы Москвы и Пекина можно разделить на несколько групп: эргонимы с антропонимами, эргонимы с литературными компонентами, эргонимы с компонентами-символами; эргонимы, включающие компоненты, указывающие на сферу деятельности; эргонимы с топонимическими компонентами.

Ключевые слова: онимы, ономастическое пространство, эргонимы, универбация

Вклад авторов: вклад авторов равнозначен на всех этапах исследования и подготовки текста статьи.

Конфликт интересов: авторы заявили об отсутствии конфликтов интересов.

© Ван Шихао, Лазарева О.В., Баров С.А., Цзинь Лянь, 2026



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/legalcode>

Финансирование: публикация подготовлена в рамках грантовой поддержки научных проектов РУДН 050225-0-000 «Мультимодальный словарь специальной лексики».

История статьи: дата поступления: 23.09.2025; дата приема в печать: 15.10.2025.

Для цитирования: Ван Шихао, Лазарева О.В., Баров С.А., Цзинь Лянь. Особенности нейминга салонов свадебной моды в русской и китайской лингвокультуре // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2026. Т. 17. № 1. С. 101–114. <https://doi.org/10.22363/2313-2299-2026-17-1-101-114> EDN HSOHLJ

The Peculiarities of Naming Wedding Fashion Salons in Russian and Chinese Linguoculture

Van Shihao¹, Olesya V. Lazareva¹  , Sergey A. Barov² , Jin Lian²

¹RUDN University, Moscow, Russian Federation

²Independent researcher, Moscow, Russian Federation

 lazareva-ov@rudn.ru

Abstract. Proper names are part of each language system, i.e. represent a language universality. In the linguoculture of any ethnic group, there are sets of onyms that reflect the characteristics of sociocultural changes, including its value priorities. In Russian and Chinese linguistics currently there is a change of trends in the naming of commercial entities, which generates special interest in the subject of research. The name of trade facilities and goods, shops, fashion salons, retail chains depends on commercial success, which is related to the need for regulation and control of onomastic space. The aim of the study is to conduct a comparative analysis of preferences in choosing the name of a wedding salon in the Russian and Chinese linguocultures to establish universal and cultural-specific motivation. As a material of the study, 200 names of wedding salons in Moscow and Beijing were analyzed. The ergonymic space in Moscow is represented by a large number of names of wedding fashion salons, which are formed according to the productive model of univerbation. Note that in Beijing the same way of formation of names of wedding halls is frequent. Ergonyms in the area of wedding fashion in Moscow and Beijing are distinguished by their pragmatics; what they have in common is the link between their effectiveness and the value system of the linguoculture. Naming in the field of wedding fashion performs nominative, informative, aesthetic, differentiating, appellative and attractive functions. Based on their key components, the ergonyms of Moscow and Beijing can be divided into several groups: ergonyms with anthroponyms, ergonyms with literary components, ergonyms with symbol components; ergonyms including components indicating a sphere of activity; ergonyms with toponymic components.

Keywords: onyms, onomastic space, ergonyms, univerbation

Authors' contribution: The authors contributed equally to this research and preparation of the article text.

Conflicts of interest: The authors declare no conflicts of interest.

Financing: The publication has been supported by the RUDN University Scientific Projects Grant System, project No 050225-0-000 "Multimedia dictionary of specialized vocabulary".

Article history: Received: 23.09.2025; accepted: 15.10.2025.

For citation: Van, Shihao, Lazareva, O.V., Barov, S.A., & Jin, Lian. (2026). The Peculiarities of Naming Wedding Fashion Salons in Russian and Chinese Linguoculture. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 17(1), 101–114. (In Russ.). <https://doi.org/10.22363/2313-2299-2026-17-1-101-114> EDN HSOHLJ

Введение

Ономастические единицы в современных системах языков являются маркерами социокультурных изменений и в тоже время сохранения национальных особенностей. Большинство онимов в китайском языке восходят к древнейшим временам становления и развития языковой системы. Современная ономастическая система и русского, и китайского языков отражает особенности социально-экономического развития, соответственно, пополняются такие группы онимов как убранонимы, эргонимы, хрематонимы, космонимы, астронимы. Названия предприятий, магазинов, фирм, модных салонов, сетей ритейла становятся не просто смыслоразличительными именованьями, но и брендом, от которого зависит коммерческая успешность. Актуальность исследования обусловлена необходимостью регулирования в сфере нейминга, т.к. существует контроль ономастического пространства города, принимаются законодательные акты, регулирующие ономастическую сферу.

Целью работы является проведение комплексного анализа наименований салонов свадебной моды урбанистического пространства города на примере Москвы и Пекина. Теоретической основой исследования стали работы в области теории ономастики российских [1–20] и китайских [21–25] лингвистов. Материалом исследования стали эргонимы, именующие салоны свадебной моды Москвы (100 единиц) и Пекина (100 единиц).

Система эргонимов, именующих салоны свадебной моды Москвы

Свадебные обряды имеют огромное значение для китайской и русской культур, рассматриваются как начало новой в социальном плане (семейной) жизни. В китайской традиционной культуре брак и рождение детей является незыблемой ценностью, проявлением уважения к предкам, по сути даже долгом каждого по отношению к своей семье и даже обществу (в силу особенно исторически сильных коллективистских устремлений в сознании китайцев). В русской патриархальной культурной традиции вступление в брак также считалось обязательным, семья воспринималась в контексте подобия и продолжения христианской семьи (Бог — отец; Христос — сын, жених; Церковь (верующие) — невеста и т.п.), была социокультурной нормой.

Русский свадебный обряд является одним из важнейших семейных обрядов. Он состоит из множества элементов, среди них: обрядовые песни, причеты, обязательные обрядовые действия невесты, жениха и друзей [26]. Е.Л. Мадлевская отмечает: «Состав участников свадьбы, представлявший многоэтапное действие, был довольно велик. Кроме невесты, жениха и их родителей, обязательными участниками свадьбы были их ближайшие духовные

родственники с обеих сторон — крестные родители жениха и невесты, выполнявшие, как правило, роль сватов и свах. Из кровных родственников важная роль принадлежала брату невесты. Помимо сватов и свах главными свадебными чинами являлись дружка и тысяцкий. Дружка возглавлял поезд жениха, распоряжался свадьбой и следил за соблюдением всех обычаев»¹. В настоящее время свадьбы в национальном стиле являются данью моде, воспринимаются как нечто эксклюзивное, уникальное, часть молодых людей пытаются повторить древние свадебные традиции, в остальных случаях свадебные обряды универсальны, многие стереотипы в свадебной моде связываются с традициями советского времени и объясняются влиянием западноевропейских лингвокультурных универсалий. Поэтому особое внимание уделяется свадебной одежде, следовательно, растет количество салонов свадебной моды. Выбор удачного наименования позволяет добиться успеха и значительно увеличить прибыль.

Анализ эргонимического пространства города Москвы на примере салонов свадебной моды был реализован на материале ста наименований свадебных салонов, полученных методом сплошной выборки из справочной системы предприятий города. Анализ показал, что эргонимы в области свадебной моды отличаются друг от друга по различным параметрам, в частности, по словообразовательным моделям. Нами отмечены две активных модели образования эргонима:

1) словосочетания разных типов:

– прилагательное + существительное: *Бриллиантовая сказка, The Bridal Gallery*;

– существительное + существительное: *Жених в тапочках, Vows + Veils*;

– прилагательное + существительное + существительное: *Cherished Moments Couture*;

– аббревиатуры, к которым мы отнесли слова без гласных: *FLWR* ‘Flower’, *CLBR* ‘Celebrate’;

– универбаты: *SVADSTIL, BRADELIT, SVADLUX*;

2) одиночное слово: *Элегантис, Белиссия*.

Для номинации свадебных салонов в Москве отмечается популярность универбации, что объясняется стремлением современного человека к экономии речевых усилий: «Интенция современного человека к речевой экономии, включая экономию речевых усилий, письменных средств, затрат времени на коммуникацию, является основным фактором образования новых слов на основе существующих словосочетаний» [25. С. 52]. В качестве примера приведем следующие именованья: *SVADKOM* — свадебный комфорт; *BRIDEBEAU* — Bride’s Beauty.

¹ Мадлевская Е.Л. Русский свадебный обряд // Фольклор и фольклористика в СПбГУ. Режим доступа: <https://folk.spbu.ru/Reader/madlev.php?rubr=Reader-lectures> (дата обращения: 27.08.2025).

По лексико-семантическому основанию эргонимы делятся на пять основных групп в соответствии с компонентным составом: эргонимы с антропонимами; с компонентами — прецедентными феноменами; с компонентами-символами; эргонимы, включающие компоненты, указывающие на сферу деятельности; эргонимы с топонимическими компонентами.

Эргонимы с антропонимами

Эргонимы с компонентами-антропонимами представляют собой наименования торговых объектов, которые включают имена собственные. Наиболее часто в Москве такого рода эргонимы представлены русскими именами, реже — иностранными. Анализ показал, что мужские и детские имена полностью отсутствуют среди номинаций салонов свадебной моды в Москве. Одно наименование представляет собой фамилию: *Shalby*. Остальные (18 наименований) представляют собой женские имена. В их число вошли:

– имена владельцев салонов, дизайнеров, прочие имена, напрямую связанные с бизнесом: *Anastasiya Boksha, Arina Bogdanova, Nina Sarkisyants, Milanovias*;

– женские имена на кириллице: *Аврора, Рейна, Алия, Мурраль, Этна*;

– женские имена, написанные латиницей: *Nicole, Victoriya, Zlata, Olga, Odeta Wedding, Christi wedding, Sofia bride, Tiffany&Bride, Esperance*.

Наиболее частотными антропонимами в структуре эргонимов являются женские имена, что определяется основной целевой аудиторией данной категории организации. Полагаем, что использование женских имен обусловлено красотой их звучания, это придает именованию особую нежность и чувственность. Отмечен пример сочетания женского имени и названия конфеты: *Мэри Трюфель*.

Эргонимы с компонентами — прецедентными феноменами

Эргонимы с компонентами из литературных текстов вызывают положительные ассоциации, чувство связи с культурой. Заметим, что наиболее популярны такие названия в сфере товаров и услуг для детей и чаще всего встречаются в общепите и названиях развлекательных детских центров. Однако в топонимическом пространстве Москвы удалось выявить эргоним *Wonderland*, который, вероятнее всего, связано со сказкой Льюиса Кэрролла «Алиса в Стране чудес» (1865). Данное наименование вызывает приятные и теплые эмоции, связанные с чем-то волшебным, загадочным.

Интересным является название салона *Odeta wedding*. В данном случае *Odeta* как антропоним может ассоциироваться с балетом П.И. Чайковского «Лебединое озеро». Именно так звали главную героиню, но вместе с тем, это слово может соотноситься русским кратким прилагательным *одета*.

Эргонимы с антропонимами компонентами-символами

Третья группа наименований состоит из эргонимов с компонентами-символами. Среди подобных наименований московских салонов свадебной моды назовем включающие в себя названия цветов, растений: *Ваниль*, *Пион-Декор*, *Vanilla dream* (англ. ‘ванильная мечта’), *Sakura* (японская слива). Укажем, что в названиях данной сферы используются фитонимы, вызывающих ассоциации с чем-то нежным и легким.

Для наименования свадебных салонов в Москве традиционно используется лексема *лебедь*, нами отмечено название салона *Белый лебедь*. Причем, на наш взгляд, если наименование *Белый лебедь* выглядит гармоничным и традиционным в данной сфере.

В группу эргонимов, называющих салоны свадебной моды, можно включить названия сезонов и месяцев как символ времени проведения свадьбы: *Весна*, *Vesssna wedding*, *Май май*. Весна считается романтического времени начала чего-то нового.

В топонимическом пространстве Москвы отмечаются эргонимы, содержащие названия драгоценных камней и украшений: *Black Diamond* ‘черный бриллиант’, *Бриллиантовая сказка* и *Diadema* ‘диадема’.

Эргонимы, включающие компоненты, указывающие на сферу деятельности

Ряд номинаций свадебных салонов включают компоненты, указывающие на направленность сферы деятельности:

- продажа платьев: *TOTAL DRESS*, *Dream and Dress*, *YesDress*, *50 платьев*, *Dress&Go*, *La Divina Dress*, *будуарные платья Камы Дорогиной*;
- пошив одежды в ателье: *Sovereign Atelier*;
- стиль: *Art & Stile*, *Retro Romance*;
- прокат одежды: *Arenda wedding fur*, *UniRenter.ru*;
- указание на свадьбу как значимое мероприятие: *wedding* (англ. ‘свадьба’): *Wedding rooms*, *Wedding keremet*, *Дом свадьбы*, *Mega Day*, *Bosco Ceremony*, *Моя свадьба*, *Свадебный салон Анастасии Сутыриной*, *Свадебный салон*, *Свадебная мечта*, *Волшебная свадьба*, *Свадебные штучки*, *Wedding rooms*;
- указание на участников свадьбы или свадебные аксессуары: *Дом Невесты*, *Plumage*, *Prima Bridal*, *Jully Bride*, *Viva Bride*, *Black tie club*, *Blanche Bridal*, *Wonder White*, *White Wave*, *Жених и паника*, *Жених в бегах*, *Жених в шоке*, *Невеста на прокат*, *Невеста в бегах*, *Невеста на грани*, *Фата и фейерверк*, *Кольца и коленица*, *Платье с сюрпризом*.

Эргонимы с топонимическими компонентами

Эргонимы с топонимическими компонентами могут указывать на место расположения салона, но могут использовать просто названия географических объектов, имеющие романтический ореол. Подобные эргонимы могут

использоваться только для привлечения внимания и индивидуализации свадебного салона. Среди таких названий можно назвать: *Валенсия*, *Florintini*, *Монако*, *Валенсия-S*.

К данной группе мы отнесли названия, в которых встречаются номинации типов рельефа: *Лунная долина*, *Лавандовые холмы*, *Солнечный остров*, *Жемчужный риф*, *Лебединое озеро*, *Dreamy Glades* и др.

Система эргонимов, именующих салоны свадебной моды Пекина

Свадебная культура Китая имеет многовековую историю становления и развития, включающую множество ритуалов, восходящих к китайским философским и религиозным верованиям — конфуцианству и древним языческим вероисповеданиям. В разное время среди традиций китайской свадебной церемонии были значимы: обстановка покоев для молодоженов в доме жениха (铺房 pūfáng); поклоны жениха и невесты друг другу после совершения обряда бракосочетания (夫妻对拜 fūqī duìbài); посещение родителей невесты после свадебной церемонии (拜别 bàibíe); использование в свадебной церемонии (八抬大轿 bā tái dà jiào / 轿子 jiàozǐ) — специального свадебного транспорта, на котором перемещаются молодожены и который несут на руках 8 человек и др. Традиция посещения родителей невесты остались и в настоящее время, как и поклоны жениха и невесты (заметим, что современные свадебные обряды зависят от мировоззрения жениха и невесты). Особо следует отметить, что современная концепция семьи, которая репрезентируется в традиционных свадебных церемониях, изменяется: на первое место выходит демонстрация личных предпочтений. Современные свадебные церемонии во многом напоминают западные свадьбы, а традиционные элементы китайской свадебной культуры подвергаются трансформациям в соответствии с реалиями XXI в.

Эргономическое пространство в Пекине представлено большим количеством наименований салонов свадебной моды, которые, аналогично московским, имеют отличия по форме:

– универбаты: 城市花园婚纱摄影 (CITY GARDEN) ‘Свадебные платья и фотостудия «Городской сад»’, 北遇映画的粉房子 ‘«Розовый дом» свадебные платья и фотостудия Бэй Юй’ (BEIYUSTUDIO), 27° 罗马风情婚纱摄影 (27° Rome) ‘Свадебные платья и фотостудия свадебной фотографии «В римском стиле»’, 小小紫房子婚纱摄影 ‘Свадебные платья и фотостудия «Маленький пурпурный дом»’, 公主嫁到婚纱摄影 ‘Свадебные платья и фотостудия «Принцесса выходит замуж»’, 紫房子婚纱摄影有限公司 ‘Свадебные платья и фотостудия «Пурпурный дом»’, 北京唯美婚纱婚礼策划礼服馆 ‘Свадебное агенство и магазин свадебных платьев «Красота»’, 挚爱一生婚纱摄影 ‘Свадебные платья и фотостудия «Любовь на всю жизнь»’, 天地恋人婚纱摄影楼 ‘Свадебные платья и фотостудия «Влюблённые небо и земля»’,

北京飞鱼婚纱摄影工作室 ‘Свадебные платья и фотостудия «Летающая рыба» в Пекине’, 韩国艺匠 ‘Свадебный салон и фотостудия «Корейский мастер»’, 我的女孩私人定制婚纱摄影 ‘Свадебные платья на заказ и фотостудия «Мои девочки»’, 纽约纽约时尚婚纱摄影 ‘Модные свадебные платья и фотостудия «Нью-Йорк»’, 巴黎恋人婚纱摄影 ‘Свадебные платья и фотостудия «Влюблённые в Париж»’, 喜之缘婚庆婚纱儿童摄影 ‘Свадебный салон и детская фотостудия «Счастливая свадьба»’, 屿爱映画婚纱摄影 ‘Свадебные платья и фотостудия «Остров любви»’.

В Пекине среди эргонимов, образованных по модели универбации, содержащих иноязычные слова, мы можем назвать: 韩国艺匠 Artiz Studio ‘Корейский мастер Artiz Studio’, IVORY·白婚纱礼服精品馆 ‘Бутик белых свадебных платьев IVORY’, DREAM WEAVING 婚纱艺术中心 ‘Центр свадебного искусства DREAM WEAVING’, PM 网红婚纱摄影·Pick up Memory ‘PM Свадебные платья интернет-знаменитостей и фотостудия Pick up Memory’, 罗马映像 FOREVER LOVE 婚纱摄影工作室 ‘Свадебные платья и фотостудия «В Риме FOREVER LOVE»’.

Именования салонов свадебной моды в Пекине, как и в Москве, можно разделить на несколько групп в соответствии с компонентным составом: эргонимы с антропонимами, эргонимы с литературными компонентами, эргонимы с компонентами-символами; эргонимы, включающие компоненты, указывающие на сферу деятельности; эргонимы с топонимическими компонентами.

Эргонимы с антропонимами

В Пекине значительное количество эргонимов с антропонимическими компонентами именуют свадебные салоны. Для китайской лингвокультуры важна индивидуализация, эксклюзивность. Приведем ряд примеров:

– эргонимы с именами владельцев салонов, дизайнеров, и прочими именами, напрямую связанными с бизнесом (на китайском языке): 北遇映画的粉房子 ‘Розовый дом Бэй Юй’, 尚怡婚纱 ‘Свадебные платья Шань И’, 金喜来婚纱婚庆 ‘Свадебные платья Цзин Силай’, 葛澜婚纱礼服专卖店 ‘Магазин свадебных платьев Ге Лан’, 北遇 ‘Бэй Юй’, 雪儿喜沐婚纱 ‘Свадебные платья Сюэр Симу’;

– эргонимы с иностранными именами из сферы культуры: 蒙娜丽莎婚纱摄影 ‘Свадебные платья и фотостудия «Мона Лиза»’ и пр.

Эргонимы с компонентами – прецедентными феноменами

Среди эргонимов с компонентами – прецедентными феноменами удалось обнаружить единственное наименование салона свадебной моды Пекина, имеющее историческую отсылку – 唐朝婚纱摄影公司 ‘Свадебные

платья и фотостудия «Династия Тан»'. Данное историческое наименование может указывать на ассортимент продукции, а именно на то, что компания предлагает именно красные традиционные китайские свадебные платья.

Эргонимы с антропонимами компонентами-символами

Большое количество эргонимов, именующих свадебные салоны, включают компоненты-символы, имеющие важное значение для китайской лингвокультуры. В качестве примера приведем следующие названия: 城市花园婚纱摄影 'Свадебные платья и фотостудия «Городской сад»', 玫瑰星座婚纱摄影 'Свадебные платья и фотостудия «Созвездие роз»', 北京柚子婚纱摄影 'Свадебные платья и фотостудия «Помело»'.

Для наименования свадебных салонов в Пекине нередко используются номинации птиц и животных: 北京啄木鸟婚纱摄影 'Свадебные платья и фотостудия «Дятел»', 北京飞鱼婚纱摄影工作室 'Свадебные платья и фотостудия «Летающая рыба»'.

Среди наименований времен года и суток мы выделили: 北京巴黎春天婚纱摄影工作室 'Свадебные платья и фотостудия «Весна в Париже»'. Наименование «Весна» вызывает нежные ассоциации (в различных словах и выражениях иероглиф «весна» 春 используется в переносном смысле, обозначая любовь и любовные отношения в разных их проявлениях), а в совокупности с упоминанием с Парижем — чем-то легким, игривым, что, на наш взгляд, отлично подходит для сферы продаж свадебных платьев.

Эргонимы, включающие компоненты, указывающие на сферу деятельности

В последнее время в Китае, как и в России достаточно распространены эргонимы с субъективной направленностью, которые позволяют покупателям по названию магазина определить сферу деятельности магазина. В топонимическом пространстве Пекина находим следующие именованья: 紫房子婚纱摄影有限公司 'Свадебные платья и фотостудия «Пурпурный дом»', 新概念婚纱摄影礼服摄影工作室 'Свадебные платья и фотостудия «Новые смыслы»', 屿爱映画婚纱摄影 'Свадебные платья и фотостудия «Остров любви»', которые отражают торговую направленность магазина и предлагаемый в нем товар.

Эргонимы с топонимическими компонентами

Последняя группа наименований — эргонимы с топонимическими компонентами, включающие следующие виды наименований:

– фактическое местонахождение и/или место производства продукции; также следует отметить, что большая часть географических наименований дублирует эргонимы трех других групп, т.к. способ образования наименования в Китае зачастую предусматривает высокую информативность, поэтому

многие из перечисленных далее именовании можно отнести и к другим группам по компонентному составу. Приведем примеры: 北京水晶之恋婚纱摄影 ‘Свадебные платья и фотостудия «Хрустальная любовь»’, 北京MOLI茉里婚纱 ‘Свадебные платья MOLI’, 北京梵希婚纱摄影 ‘Свадебные платья и фотостудия «Вань Си»’, 北京小房子婚纱摄影 ‘Свадебные платья и фотостудия «Маленький домик»’, 北京唯美婚纱婚礼策划礼服馆 ‘Свадебное агентство и магазин свадебных платьев «Красота»’, AOLISHA澳利莎婚纱北京高级定制 ‘Свадебные платья на заказ AOLISHA’, 北京沐奇映画婚纱摄影 ‘Свадебные платья и фотостудия Муки’;

– место производства продукции, а также происхождение дизайнера/мастера), как например: 韩国艺匠 Artiz Studio ‘Корейский мастер Artiz Studio’. Следует отметить, что в Китае высоко ценятся корейские товары в сфере красоты, здоровья и моды, поэтому подобные наименования часто используются для привлечения внимания покупателей.

Заключение

На современном этапе развития китайской и русской лингвокультуры ономастика как специальная дисциплина, изучающая онимы различного характера, их функционирование и закономерности образования, является важнейшей частью исследований лингвокультурного пространства. Нейминг как часть ономастики представляет собой особую отрасль научного знания на пересечении лингвистики и маркетинга, которая помогает подобрать объекту яркое и привлекательное наименование, гарантированно повышающее привлекательность и интерес среди потребителей путем воздействия на его сознание.

Анализ свадебных салонов, ведущих свою деятельность в Москве и в Пекине, показывает, что существует значительное совпадение в типах эргонимов русского и китайского языков по типу организации (универбаты) и лексико-семантическим свойствам (разделение на группы по основному компоненту или общему содержанию). Именования салонов свадебной моды в Пекине и в Москве можно разделить на несколько групп в соответствии с компонентным составом: эргонимы с антропонимами, эргонимы с компонентами — прецедентными феноменами, эргонимы с компонентами-символами; эргонимы, включающие компоненты, указывающие на сферу деятельности; эргонимы с топонимическими компонентами.

Московское эргономическое пространство в сфере свадебной моды обладает большей уникальностью и оригинальностью, а пекинское — большей функциональностью и информативностью. Подобное положение вещей связано не только с особенностями социокультурного развития носителей русского и китайского языков в последние десятилетия, но и с особенностями функционирования самих этих языков в сознании их носителей.

Список литературы

1. *Бондалетов В.Д.* Русская ономастика. М. : Просвещение, 1983.
2. *Суперанская А.В.* Общая теория имени собственного: имя и общество, статус имени собственного, ономастическое пространство и классификация имен, собственные имена в языке и речи, семантика собственных имен. М. : URSS, 2009.
3. *Суперанская А.В., Подольская Н.В., Васильева Н.В.* Общая терминология: вопросы теории и практики. М. : Либроком, 2012.
4. *Подольская Н.В.* Словарь русской ономастической терминологии. М. : Наука, 1978.
5. *Королева И.А.* К вопросу о старых прозвищных именах на Руси // Региональная ономастика: проблемы и перспективы исследования: сборник научных статей. Витебск : ВГУ имени П.М. Машерова, 2025. С. 94–97. EDN: SFUBQF
6. *Горбаневский М.В.* Ономастика в художественной литературе: Филологические этюды. М. : Изд-во Ун-та дружбы народов, 1988. EDN: TYAKZI
7. *Супрун В.И.* Ономастическое поле русского языка и его художественно-эстетический потенциал: автореферат дис. ... д-ра филол. н. Волгоград, 2000. EDN: QDWQTD
8. *Бекасова Е.Н., Супрун В.И.* XIX Международная научная конференции «Ономастика Поволжья» // Вопросы ономастики. 2022. Т. 19. № 2. С. 263–269. EDN: HSTNOB
9. *Васильева Н.В.* Метафорические термины в метаязыке ономастики // Ономастика Поволжья. Материалы XXI Международной научной конференции. Рязань : Рязанский государственный университет им. С.А. Есенина, 2023. С. 26–30. EDN: GDSOJA
10. *Сызранова, Г.Ю.* Ономастика. Тольятти : Изд-во ТГУ, 2013.
11. *Шмелева Т.В.* Великий Новгород: ономастический портрет: научная монография. Великий Новгород : Печатный Двор, 2020. EDN: FUWGQJ
12. *Шмелева Т.В.* Ономастика. Славянск-на-Кубани : Издательский центр фил. КубГУ в г. Славянске-на-Кубани, 2013.
13. *Казнина Е.А.* Современная ономастическая терминология: проблема понимания и перспективы развития // Верхневолжский филологический вестник. 2022 № 3 (30). С. 67–75. <https://doi.org/10.20323/2499-9679-2022-3-30-67-75> EDN: RLQZRC
14. *Баркова Н.Ю.* Подходы к определению термина «ОНОМАСТИКА» // Инновации. Наука. Образование. 2022. № 50. С. 2732–2736. EDN: NAMDIV
15. *Ананьева Н.Е.* Опыт сопоставительной литературной ономастики (на материале библониимов польского и русского языков // Вестник Московского университета. Серия 9: Филология. 2024. № 1. С. 67–82. <https://doi.org/10.55959/MSU0130-0075-9-2024-47-01> EDN: PQSEZR
16. *Ковалев Г.Ф.* Элементы автобиографзма в ономастике творчества русских писателей // Имя в пространстве культуры. Коллективная монография к 80-летию профессора Г.Ф. Ковалева. Воронеж : Воронежская областная типография – изд-во им. Е.А. Болховитинова, 2023. С. 233–249.
17. *Апончук И.И., Сюмэй С., Шутин Ч.* Современная ономастика в российской и китайской культурах // Язык, наука и техника в диалоге культур. материалы Международной студенческой научно-практической конференции. Иркутск : Иркутский национальный исследовательский технический университет, 2021. С. 12–16. EDN: ZCUFKQ
18. *Филиппова Е.П., Шемонаева О.С.* Культурологические и методические аспекты изучения и преподавания ономастики (на примере эргонимов г. Орехово-Зуево) // Вестник Государственного гуманитарно-технологического университета. 2023. № 2. С. 133–141. EDN: UHFFDB
19. *Новоспаская Н.В., Перфильева Н.В., Лазарева О.В., Никашина Н.В.* Эргонимы-названия свадебных салонов на материале русского и английского // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2017. № 2—2(68). С. 158–162. EDN: XWRSWR
20. *Перфильева Н.В., Новоспаская Н.В., Лазарева О.В.* Эффективность коммерческого имени // Вопросы психолингвистики. 2017. № 33. С. 92–107. EDN: ZGQHXH

21. Чжан Хунин. Антропонимы как социальный феномен // Материалы XXIII Международной научно-практической конференции «Кирилло-Мефодиевские чтения» (в рамках Международного Кирилло-Мефодиевского фестиваля славянских языков и культур, 24 мая 2022 г.): сб. статей / гл. ред. М.Н. Русецкая. М. : Гос. ИРЯ им. А.С. Пушкина, 2022. С. 747–750.
22. Чжан Хунин, Мамонтов А.С. Женские мифоантропонимы в русских и китайских фразеологизмах // Язык как искусство: функциональная семантика и поэтика: сб. статей Международной научно-практической конференции. Москва, 14–15 апреля 2022. М. : РУДН, 2022. С. 440–448.
23. Вэн Цзятун, Супрун В.И. Урбанонимические традиции России и Китая: взгляд сквозь века // Социолингвистика. 2022. № 3(11). С. 136–149. <https://doi.org/10.37892/2713-2951-3-11-136-149> EDN: WJADNY
24. Вэн Цзятун. Сопоставительный анализ ономастических реалий русского и китайского языков с точки зрения калькирования (тематическая группа названия провинциальных административных территорий) // Ономастика Поволжья: материалы XIX Междунар. науч. конф., посвящ. 220-летию со дня рожд. лексикографа, собирателя фольклора и русского писателя В.И. Даля. Оренбург, 11–12 нояб. 2021 г. Оренбург : Оренбургская книга, 2021. С. 34–38.
25. Ван Ян. Универбация как продуктивный способ словообразования // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2015. № 11(53). С. 51–56.
26. Новоспаская Н.В, Николич Милина. Концепт свадьба в русском и сербском языках // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2012. № 2. С. 31–37. EDN: PXZTNT

References

1. Bogdanov, V.V. (1990). *Speech communication. Pragmatic and Semantic Aspects*. Leningrad: Bondaletov, V.D. (1983). *Russian Onomastics*. Moscow: Prosveshchenie. (In Russ.).
2. Superanskaya, A.V. (2009). *Own Lemen Weisen Theory: Name and Society, the Status of a Proper Name, Onomastic Space and Classification of Names, Proper Names in Language and Speech, Semantics of Proper Names*. Moscow: URSS. (In Russ.).
3. Superanskaya, A.V., Podolskaya, N.V., & Vasilyeva, N.V. (2012). *General Terminology: Issues of Theory and Practice*. Moscow: Librocom. (In Russ.).
4. Podolskaya, N.V. (1978). *Dictionary of Russian Onomastic Terminology*. Moscow: Nauka. (In Russ.).
5. Koroleva, I.A. (2025). On the Question of Old Nickname Names in Russia. In: *Regional onomastics: problems and prospects of research: collection of scientific articles* (pp. 94–97). Vitebsk: Vitebsk State University named after P.M. Mascherova. (In Russ.). EDN: SFUBQF
6. Gorbanevsky, M.V. (1988). *Onomastics in Fiction: Philological Studies*. Moscow: Publ. RUDN University. (In Russ.). EDN: TYAKZI
7. Suprun, V.I. (2000). Onomastic Field of The Russian Language and Its Artistic-Aesthetic Potential: Dis Abstract [PhD Thesis]. Volgograd. (In Russ.). EDN: QDWQTD
8. Bekasova, E.N., & Suprun, V.I. (2022). XIX International Scientific Conference “Onomastics of the Volga region”. *Questions of onomastics*, 19(2), 263–269. (In Russ.). EDN: HSTNOB
9. Vasilyeva, N.V. (2023). Metaphorical Terms in the Metalanguage of Onomastics. In: *Onomastics of the Volga region. Materials of the XXI International Scientific Conference* (pp. 26—30). Ryazan: Ryazan State University. S.A. Yesenina. (In Russ.). EDN: GDSOJA
10. Syzranova, G.Yu. (2013). *Onomastics*. Tolyatti: Togliatti State University Publ. (In Russ.).
11. Shmeleva, T.V. (2020). *Veliky Novgorod: An Onomastic Portrait: A Scientific Monograph*. Veliky Novgorod: Pechatny Dvor. (In Russ.). EDN: FUWGQJ
12. Shmeleva, T.V. (2013). *Onomastic*. Slavyansk-on-Kuban: KubGU publ. in Slavyansk-on-Kuban. (In Russ.).

13. Kaznina, E.A. (2022). Modern Onomastic Terminology: The Problem of Understanding and Prospects of Development. *Verhnevolzhski philological bulletin*, 3(30), 67–75. (In Russ.). <https://doi.org/10.20323/2499-9679-2022-3-30-67-75> EDN: RLQZRC
14. Barkova, N.Yu. (2022). Approaches to the Definition of the Term “onomastics”. *Innovations. Sciences. Education*, 50, 2732–2736. (In Russ.). EDN: NAMDIV
15. Ananyeva, N.J. (2024) An Essay in Comparative Literary Onomastics (Based on Polish and Russian Biblionyms). *Lomonosov Philology Journal. Series 9. Philology*, 1, 67–82. (In Russ.). <https://doi.org/10.55959/MSU0130-0075-9-2024-47-01> EDN: PQSEZR
16. Kovaleva, G.F. (2023). Elements of Autobiography in the Onomastic of Creativity of Russian Writers. In: *Name in the space of culture. A collective monograph dedicated to the 80th anniversary of Professor G. F. Kovalev* (pp. 233–249). Voronezh: E. A. Bolkhovitina publ. (In Russ.).
17. Aponchuk, I.I., Xiumei, S., & Shutin, Ch. (2021). Modern Onomastics in Russian and Chinese Cultures. In: *Language, science and technology in the dialogue of cultures*. Materials of the International Student Scientific and Practical Conference (pp. 12–16). Irkutsk: Irkutsk National Research Technical University. (In Russ.). EDN: ZCUFKQ
18. Filippova, E.P., & Shemonaeva, O.S. (2023). Culturological and Methodological Aspects in the Study and Teaching of Onomastics (on the Example of the Town of Orekhovo-Zuevo). *Vestnik of State University of Humanities and Technology*, 2, 133–141. (In Russ.). EDN: UHFFDB
19. Novospasskaya, N.V., Perfilieva, N.V., Lazareva, O.V., & Nikashina, N.V. (2017). Ergonyms-Names of Wedding Salons by the Material of Russian and English. *Philology. Theory & Practice*, 2-2(68), 158–162. (In Russ.). EDN: XWRSWR
20. Perfilieva, N.V., Novospasskaya, N.V., & Lazareva, O.V. (2017). Effect of the Commercial Name. *Questions of psycholinguistics*, 33, 92–107. (In Russ.). EDN: ZGQHXH
21. Zhang, Huning. (2022). Anthroponyms as a Social Phenomenon. In: *Proceedings of the XXIII International Scientific and Practical Conference “Cyril and Methodius Readings” (within the framework of the International Cyril and Methodius Festival of Slavic Languages and Cultures, May 24, 2022): collection of articles*, Chief editor M. Rusetskaya (Ed.) (pp. 747–750). Moscow: Pushkin Museum of Fine Arts publ. (In Russ.).
22. Zhang, Huning, & Mamontov, A.S. (2022). Female Mythoanthroponyms in Russian and Chinese Phraseological Units. In: *Language as art: functional semantics and poetics: collection of articles of the International Scientific and Practical Conference. Moscow, April 14–15, 2022* (pp. 440–448). Moscow: RUDN University publ. (In Russ.).
23. Wen, Jiatong, & Suprun, V.I. (2022). Urbanonymic Traditions of Russia and China: A Look through the Centuries. *Sociolinguistics*, 3(11), 136–149. (In Russ.). <https://doi.org/10.37892/2713-2951-3-11-136-149> EDN: WJADNY
24. Wen, Jiatong. (2021). Comparative Analysis of Onomastic Realities of the Russian and Chinese Languages from the Point of View of Calculus (Thematic Group of Names of Provincial Administrative Territories). In: *Onomastics of the Volga region: proceedings of the XIX International Scientific Conference, dedicated to 220th anniversary of his birth. lexicographon, folklore purnytsyant dy ruzon sermadytsyant V.I. Dalen*. Orenburg, E.N. Bekasova, V.I. Suprun, P.A. Yakimov (eds.) (pp. 34–38). Orenburg: Orenburg Book. (In Russ.).
25. Wang, Yang. (2015). Universalization as a Productive Way of Word-Formation. *Philology. Theory & Practice*, 11(53), 51–56. (In Russ.).
26. Novospasskaya, N.V., & Nicolich, Milina. (2012). The Concept of Wedding in Russian and Serbian. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 2, 31–37. (In Russ.). EDN: PXZTNT

Сведения об авторах:

Ван Шихао, аспирант кафедры общего и русского языкознания филологического факультета, Российский университет дружбы народов (117198, Российская Федерация, г. Москва, ул. Миклухо-Маклая, д. 6); *сфера научных интересов*: русистика, лингвистическая семантика, эргонимы; *e-mail*: 601247581@QQ.com

Лазарева Олеся Викторовна, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры общего и русского языкознания филологического факультета, ответственный секретарь журнала «Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика», Российский университет дружбы народов (117198, Российская Федерация, г. Москва, ул. Миклухо-Маклая, д. 6); *сфера научных интересов*: сопоставительная грамматика и лексика, язык для специальных целей, семиотика; *e-mail*: lazareva-ov@rudn.ru

ORCID: 0000-0002-1227-4493; Scopus ID: 57225183694; Researcher ID: AAB-6284-2019; SPIN-код: 3134-3369; Author ID: 627991.

Баров Сергей Андреевич, кандидат политических наук, независимый исследователь; *сфера научных интересов*: контрастивная лингвистика, лингвокультурология; *e-mail*: barov1986@mail.ru

ORCID: 0009-0008-4844-1549. SPIN-код: 2325-8802, AuthorID: 620017.

Цзинь Лянь, кандидат филологических наук, независимый исследователь; *сфера научных интересов*: сравнительно-историческое, типологическое и сопоставительное языкознание; *e-mail*: 1044558980@qq.com

Information about the authors:

Van Shihao, Postgraduate Student of the General and Russian Linguistics Department, Philological Faculty, RUDN University (6 Miklukho-Maklaya str., Moscow, Russian Federation, 117198); *Research interests*: Russian Studies, Linguistic Semantics, onyms; *e-mail*: 601247581@QQ.com

Olesya V. Lazareva, PhD in Philology, Associate Professor of the General and Russian Linguistics Department, Philological Faculty, Executive Secretary of Editorial Team of RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics, RUDN University (6 Miklukho-Maklaya str., Moscow, Russian Federation, 117198); *Research interests*: language for special purposes, comparative grammar and lexis, semiotics; *e-mail*: lazareva-ov@rudn.ru

ORCID: 0000-0002-1227-4493; Scopus ID: 57225183694; Researcher ID: AAB-6284-2019; SPIN-code: 3134-3369; Author ID: 627991.

Sergey A. Barov, PhD in Political Science, Independent researcher (Moscow, Russian Federation); *Research interests*: contrastive linguistics, linguocultural studies; *e-mail*: barov1986@mail.ru

ORCID: 0009-0008-4844-1549, SPIN-code: 2325-8802, AuthorID: 620017

Jin Lian, PhD in Philology, Independent researcher (Moscow, Russian Federation); *Research interests*: Comparative historical, typological and contrastive linguistics; *e-mail*: 1044558980@qq.com