

RU

Декоративные тексты на ювелирных изделиях: структурно-семантический и лингвопрагматический аспекты

Непомнящих Е. А.

Аннотация. В статье проводится многоаспектный анализ текстов, размещенных на ювелирных изделиях, – их структурно-семантических, прагматических особенностей, а также лингвокреативных и лингвоаксиологических параметров. В основе исследования лежит современный языковой материал – надписи на кольцах, представленных в интернет-магазинах. Цель состоит в доказательстве идеи о том, что декоративный текст – текст, нанесенный на объект действительности, – является эффективным средством коммуникации в силу специфики своего языкового оформления. Научная новизна заключается в выявлении языковых особенностей современных декоративных текстов, являющихся неотъемлемым компонентом современного языкового пространства и отражающих процессы трансформации текста как лингвистического феномена. В результате доказано, что языковое оформление текстов, нанесенных на ювелирные изделия (их структура, семантика, прагматические, лингвокреативные и лингвоаксиологические параметры), детерминировано существующими на сегодняшний день тенденциями в развитии языка: высокой продуктивностью малоформатных текстов, распространением массового лингвокреатива, поиском нестандартных графических решений для повышения прагматического потенциала текста, модой на «отекстовывание» предметов в связи с расширением опосредованной коммуникации. Нанесение текста на ювелирное изделие помогает создать уникальное (хотя и тиражируемое) коммерческое предложение, повышая ценность самого изделия за счет актуализации объективируемых в тексте нематериальных ценностей.

EN

Decorative texts on jewelry: structural-semantic and linguo-pragmatic aspects

E. A. Nepomniashchikh

Abstract. This paper conducts a multifaceted analysis of texts placed on jewelry, examining their structural-semantic, pragmatic, linguo-creative, and linguo-axiological features. The research is based on contemporary language material – inscriptions on rings presented in online stores. The aim is to demonstrate the idea that decorative text – text applied to an object of reality – is an effective means of communication due to the specifics of its linguistic design. The scientific novelty lies in identifying the linguistic features of modern decorative texts, which are an integral component of the contemporary linguistic landscape and reflect the processes of transformation of text as a linguistic phenomenon. As a result, it is proven that the linguistic design of texts applied to jewelry (their structure, semantics, pragmatic, linguo-creative, and linguo-axiological parameters) is determined by current trends in language development: the high productivity of short-form texts, the spread of mass linguo-creativity, the search for non-standard graphic solutions to increase the pragmatic potential of the text, and the fashion for “textualizing” objects in connection with the expansion of mediated communication. Applying text to jewelry helps create a unique (albeit mass-produced) commercial proposition, increasing the value of the product itself by actualizing the intangible values objectified in the text.

Введение

В современном языковом пространстве человека окружает множество текстов. Важно при этом, что, помимо привычных бумажных и электронных носителей, средствами коммуникации зачастую являются предметы и вещи. В связи с этим в современную лингвистическую науку введено понятие «декоративный текст» – «текст, нанесенный на поверхность объекта действительности, выступающий как декоративный и вербально-смысловой элемент данного объекта» (Непомнящих, 2025, с. 1488).

Тексты на ювелирных изделиях – явление не новое. Гравировать – «воспроизводить рисунок или надпись, вырезая их на каком-нибудь твердом материале» (Ожегов, 2008, с. 180), – научились давно. Однако важно, что в прошлом нанесение текста на ювелирное изделие выполнялось обычно по заказу и имело скорее исключительный, чем системный характер – служило для подчеркивания важности какого-либо события. В современном же маркетинге представлены целые серии особых «отекстованных» украшений, которые являются тиражируемыми, а значит – востребованными у массового потребителя. Этот факт свидетельствует об изменившейся ценности малоформатного текста, который в современном языковом пространстве играет важную роль и становится самостоятельным декоративным элементом, в плане прагматического потенциала более выигрышным в сравнении с рисунками или орнаментом.

Актуальность исследования обусловлена тем, что необходимо выявлять закономерности развития современного русского языка, который реализуется исключительно в текстовой форме, исследовать новые языковые явления в аспекте их «типизации» (Балашова, Дементьев, 2022, с. 19). Изучение языковой специфики современных декоративных текстов позволяет определять тенденции в динамике языка в целом, а также особенности эволюции текста как языкового феномена. Многоаспектный анализ текстов на ювелирных изделиях необходим для распознавания новых продуктивных текстовых явлений, актуальных для современного языкового пространства и функционирующих в абсолютно новой, «опредмеченной» форме, в том числе в аспекте «аксиологически ориентированной лингвистики» (Кокина, 2019, с. 197) и лингвистики креатива, к которой современные ученые проявляют большой интерес (Голосова, 2022; Гридина, Коновалова, 2022).

Материалом исследования послужили 50 текстов на русском языке, нанесенных на ювелирные изделия (кольца) и собранных методом сплошной выборки на сайтах ювелирных магазинов (<https://sokolov.ru>; <https://sunlight.net>) по запросу «кольцо с надписью». В подборку не вошли тексты теологического содержания. Отметим, что по запросам «кольцо с текстом» и «кольцо с гравировкой» поисковые системы сайтов выдают гораздо меньше вариантов «отекстованных» ювелирных изделий, что, очевидно, объясняется следующим: слово «текст» представляет собой лингвистический термин, а гравировка является далеко не единственным способом нанесения текста на изделие. Русскоязычные тексты составляют примерно 40% в сравнении с текстами на других языках (английском, латинском, арабском и т. д.).

Для достижения поставленной цели были сформулированы следующие задачи:

- описать формальные текстологические параметры анализируемых новообразований;
- определить особенности лексико-семантического наполнения текстов;
- проанализировать их прагматический потенциал;
- выявить способы реализации лингвокреативности;
- проанализировать аксиологические параметры декоративных текстов.

В ходе исследования применялись следующие методы: структурно-семантический – при выявлении особенностей структуры и семантики текстов; коммуникативно-прагматический, дискурсивный – при анализе прагматического потенциала надписей на ювелирных изделиях; метод лингвистического компонентного анализа – при выявлении механизмов создания лингвокреативности; метод аксиологической параметризации – для определения аксиологических параметров текстов; метод лингвистического описания.

В качестве теоретической базы были использованы научные труды современных ученых, в которых изучаются проблемы текстологии (Балашова, Дементьев, 2022), лингвистического креатива и текстовой малоформатности (Голосова, 2022; Гридина, Коновалова, 2022), креолизованных текстов (Зотова, 2024; Ломагина, Гулькова, 2021), текстов на объектах действительности (Мартынова, 2019), лингвоаксиологии (Кокина, 2019).

Практическая значимость исследования обусловлена тем, что его результаты могут быть использованы при преподавании текстологии, прагмалингвистики, маркетинговой лингвистики, лингвистической креативности, лингвоаксиологии.

Обсуждение и результаты

Современные технические средства позволили наносить тексты на любые поверхности, что способствовало формированию моды на «отекстовывание» (Мартынова, 2019) предметов и вещей. При этом значительно изменились функции подобных текстов, которые больше не являются исключительно средством идентификации товара или производителя. Так, очевидна функциональная разница между текстом *Мечта*, который нанесен на крышку алюминиевой кастрюли (Иллюстрация 1) и выступает в качестве коммерческого идентификатора продукции (одноименная фабрика посуды – www.posuda-mechta.com) и текстом *DREAMS* (Иллюстрация 2) на ювелирном изделии.



Иллюстрация 1. Кастрюля фабрики посуды «Мечта». <https://ozon.ru/t/Q1PpkFi>

Во втором случае текст никак не соотносится с названием коммерческого продукта или брендом и может быть удален или заменен на другой, из чего следует вывод, что текст выступает как независимый декоративный элемент.



Иллюстрация 2. Кольцо с текстом "DREAMS".
<https://sokolov.ru/jewelry-catalog/product/95010128/>

Очевидно, что причина нанесения текста на ювелирное изделие заключается не только в его декорировании, но и попытке создать «уникальное» коммерческое предложение. Выбор же текста продиктован ориентацией на ценностные установки покупательской аудитории. Само по себе ювелирное изделие представляет собой определенную ценность как аксессуар, а текст на нем способен усиливать эту ценность за счет подключения нематериальных – концептуальных – ценностных смыслов. Текст, как правило, ориентирован на среднестатистического потребителя и в тандеме с ювелирным изделием формирует оптимальное коммерческое предложение, способное произвести необходимый прагматический эффект на современного покупателя.

Декорирование объекта действительности посредством текста тем самым становится более выигрышным в сравнении с традиционными рисунками, символами или орнаментом, которые не всегда могут быть понятными и визуально различимыми. Малоформатный текст, имеющий различного рода креативные трансформации, выступает сегодня не только как визуальное украшение ювелирного изделия, но и как смысловое – лаконично содержательное, семантически емкое.

Исследуемые нами аспекты декоративных текстов на ювелирных изделиях (структура, семантика, прагматика, лингвокреативность, лингвоаксиология) выступают в единстве, поскольку ограничение поверхности, на которую должен быть нанесен текст, влияет на выбор семантического кода; он же, в свою очередь, наряду с оригинальным графическим оформлением и нарушением языковых стандартов, вызывает желаемый прагматический эффект.

Текст на ювелирном изделии часто представляет собой одно слово, выступающее в качестве своеобразного слова-концепта, объективирующего семантику универсальных ценностных смыслов (в примерах текстов, по возможности, сохранена исходная графика):

- имя существительное: *СЧАСТЬЕ*;
- глагол в форме императива или первого лица единственного числа: *БУДЬ СОБОЙ; ЛЮБЛЮ*;
- наречие: *НАВСЕГДА*.

Встречаются словосочетания и целые фразы, которые очень компактно, но вполне читабельно размещены на поверхности изделия: *ПРОСТО ДЕЛАЙ*; *Мечты сбываются*. Они выступают своеобразными девизами, фразами-мотиваторами, обладающими высокой степенью афористичности за счет выражения универсальных ценностных смыслов, траекторий мотиваций, поскольку все анализируемые ювелирные изделия являются тиражируемыми, что позволяет говорить об ориентации на среднестатистического потребителя: *ЛЮБИ*; *Не тужи* (Иллюстрация 3).



Иллюстрация 3. Кольцо с надписью «НЕ ТУЖИ».
<https://sokolov.ru/jewelry-catalog/product/94013596/>

В последнем примере интересен выбор просторечного лексического элемента: *тужить* – «горевать, кручиниться» (Ожегов, 2008, с. 1066). Слово в современной коммуникации является архаизмом, однако в этом и заключается креативное решение маркетолога: указанный лексический элемент апеллирует к русскому народному эпосу, в котором главный герой «не тужил» и становился победителем. Императив, звучащий как напутственный девиз, обращенный к носителю данного ювелирного изделия, заставляет почувствовать себя неунывающим героем, к которому обязательно придет успех. Выбор архаизма также, возможно, продиктован модой на древнерусский эпос в современной массовой культуре (Бондаренко, 2023; Федина, Маленко, 2018). Очевидно, что замена данного лексического элемента на современный семантический эквивалент (*не грусти*, *не печалься*) значительно снижает лингвокреативную нагрузку и прагматическую валентность.

Апелляция к силе момента помогает ценить настоящее и не упускать возможности в современном мире, где очень ценится успех и очень дорого время: *Здесь и сейчас*.

В текстах на ювелирных изделиях используются сленговые элементы, которые могут выступать как своеобразный словесный «орнамент», многократно дублируясь: *КРАШ*; *кринж* (Иллюстрация 4).



Иллюстрация 4. Кольцо с надписью «кринж».

https://sunlight.net/catalog/ring_986489.html

Это значительно снижает возраст покупательской аудитории. Использование подобных элементов в письменной форме коммуникации позволяет сделать вывод о высокой степени их распространенности.

Однако наибольшей степенью языковой креативности (а значит и большим прагматическим потенциалом) обладают декоративные тексты, в которых используются графические приемы, помогающие создать смысловую двуплановость. Одним из таких приемов является модный в современной массовой лингвокреативной практике прием зачеркивания графических элементов (Иллюстрация 5).



Иллюстрация 5. Кольцо с надписью «ЖДЕЛАЙ».

https://sunlight.net/catalog/ring_342769.html?utm_source=application&utm_medium=sharing

Нестандартная графика данного текста апеллирует к мотивационной базе личности, которая должна осознавать, что главное не желание, а действие. Креативное графическое решение формирует высокий прагматический потенциал текста, способного по-настоящему удивить потребителя не только силой мотивационного смысла, но и способом графической реализации текста на ювелирном изделии.

В текстах на ювелирных изделиях также получает реализацию прием графогибридации – написания элементов текста латиницей: *PREMOODRAЯ*, *UTRO BEЧERA MOODRENEE*. В данных примерах также прослеживается мода на «осовременивание» архаичных культурных кодов (в том числе на уровне выбора лексических элементов); происходит выборочная замена русских букв на английские (*Р* на *R*, *Д* на *D*), а также написание звука <у> посредством английской графики – через удвоение буквы *O*. Таким образом, «корень» слова составляет английское слово *mood*, которое переводится как *настроение, душевное состояние, самочувствие* и в современном сленге часто используется как полноценное существительное мужского рода (например: *Какой у тебя сегодня муд?*). Двуплановость смысла, формируемая за счет гибридной графики, рождает нужный прагматический эффект и наделяет текст высоким уровнем лингвокреативности.

Встречается и передача лексемы русского языка средствами латинской графики – *SVOBODA*, что детерминировано современной модой на латинизацию. Очевидно, что такой вариант написания более креативен в сравнении с прямым переводом на английский язык (*FREEDOM*). Хотя стоит отметить, что иногда, наоборот, прямой перевод является гораздо более презентабельным, чем русское написание или калька латиницей – *BULLETPROOF* (например: *ПУЛЕНЕПРОБИВАЕМЫЙ* или *PULENEPROBIVAYEMY*).

Замена некоторых графических элементов на символы способна сделать текст креолизированным, а значит – максимально креативным: так, изображение краткости звука – *breve* – над буквой *И* в виде чайки придает тексту *МЕЧТАЙ* глубокий концептуальный смысл (Иллюстрация 6).



Иллюстрация 6. Кольцо с надписью «МЕЧТАЙ».

<https://sokolov.ru/jewelry-catalog/product/94013604/>

Чайка в русской культуре символизирует мечту и свободу (в связи с идеей пьесы А. П. Чехова «Чайка»). Креолизированный текст выступает как «осложненный семиотически, паралингвистически активный текст» (Ломагина, Гулькова, 2021, с. 71), инструмент эффективного речевого воздействия посредством «изменения принципов восприятия информации, включая обращение к малой форме и визуальному сопровождению» (Зотова, 2024, с. 108). Таким образом, происходит усиление семантики текста за счет включения иконического элемента.

Максимально креативным является текст *ВЫХОДИ ЗА ГРАНИ*, который размещен на кольце не полностью, то есть буквально «выходит за грани» ювелирного изделия (Иллюстрация 7).



Иллюстрация 7. Кольцо с надписью «ВЫХОДИ ЗА ГРАНИ».
https://sunlight.net/catalog/ring_355812.html

Текст обладает высоким прагматическим потенциалом за счет семантизируемой идеи и ее графического воплощения. В переносном смысле текст апеллирует к расширению привычных рамок, разрушению стандартов, новому взгляду на свои возможности, что усиливается формой императива. Креативность достигается путем соединения прямого и переносного смыслов слова *границы*.

Таким образом, тексты на ювелирных изделиях демонстрируют высокую вариативность в плане лексико-семантического наполнения и объективации ценностных смыслов, структурной реализации и графического оформления, повышающего уровень лингвистической креативности и прагматического потенциала. Хотя некоторые исследователи считают, что «массовый характер производства» подобных изделий «воспитывает в потребителях псевдоиндивидуальность» (Мартынова, 2019, с. 83), мы считаем, что текст на ювелирном изделии помогает создать уникальное коммерческое предложение, коррелирующее с ценностными ориентирами представителей современного общества и способствующее проявлению индивидуальности посредством наполненных смыслом аксессуаров, несмотря на их тиражируемость.

Заключение

Итак, на основе проведенного анализа можно сделать следующие выводы.

Языковые особенности текстов на ювелирных изделиях подчинены современным законам развития языкового пространства, в котором особенно продуктивными становятся малоформатные креативные текстовые новообразования, которые наносятся на поверхность предметов и вещей.

Компактная структура текста (малоформатность) обусловлена ограниченным пространством изделия, позволяющим разместить удобочитаемый текст в несколько слов.

Обобщенная семантика декоративных текстов детерминирована ориентацией на массового потребителя, которого могут привлечь как архаичные, так и сленговые лексические элементы.

Прагматический потенциал текста детерминирован структурно-семантическими характеристиками (компактные синтаксические построения, микротекст как смысловой концентрат), а также нестандартной графикой.

Графические находки способствуют преодолению стандартов привычного текстового и языкового оформления, усиливая лингвистическую креативность декоративных текстов посредством создания смысловой двуплановости.

Помимо украшения – декорирования – ювелирного изделия, текст может апеллировать к универсальным ценностным смыслам, тем самым стирая границу между материальной ценностью ювелирного изделия как аксессуара и нематериальными ценностями языковой личности, вербализованными и интегрированными в материальный объект.

Языковое оформление декоративных текстов делает их востребованным и эффективным средством современной коммуникации.

Перспектива дальнейшего исследования заключается во всестороннем лингвистическом изучении декоративных текстов: их функций, жанрового разнообразия, механизмов создания лингвистической креативности, способов формирования аксиологических параметров. Декоративные тексты сегодня являются не только одним из эффективных способов продвижения тиражируемого коммерческого продукта в рамках маркетинговой лингвистики, но и ярким свидетельством того, как язык адаптируется к новой реальности, трансформируется под воздействием изменений, происходящих в социуме, объективирует актуальные ценностные смыслы.

Материалы исследования | Research materials

1. Ожегов С. И. Словарь русского языка: ок. 53 000 слов. Изд-е 24-е, испр. / под общ. ред. проф. Л. И. Скворцова. М.: Оникс; Мир и Образование, 2008.
2. OZON. <https://ozon.ru>
3. SOKOLOV. <https://sokolov.ru>
4. SUNLIGHT. <https://sunlight.net>

Источники | References

1. Балашова Л. В., Дементьев В. В. Русские речевые жанры. Изд-е 2-е. М.: Издательский Дом ЯСК, 2022.
2. Бондаренко С. С. Перевод непереводаемого: точки соприкосновения переводоведения с лингвокультурологией (на материале мультфильма «Три богатыря и Шамаханская царица») // Вестник науки. 2023. № 6. Т. 1.
3. Голосова Е. А. Об изомитительной конференции, или «Лингвокреатив» в Екатеринбурге и его научных окрестностях // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Русская филология. 2022. № 2. <https://doi.org/10.18384/2310-7278-2022-2-99-101>
4. Гридина Т. А., Коновалова Н. И. «Читаем знаки»: аспекты восприятия игрового поликодового текста в пространстве современного города // Научный диалог. 2022. Т. 11. № 8. <https://doi.org/10.24224/2227-1295-2022-11-8-166-184>
5. Зотова С. В. Прагматические возможности креолизованных текстов на примере календарей Сухопутных войск Италии // Филология: научные исследования. 2024. № 7. <https://doi.org/10.7256/2454-0749.2024.7.71199>
6. Кокина К. В. Векторы эволюции ценностных ориентиров персональной аксиосферы в современном медийном дискурсе // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2: Языкознание. 2019. Т. 18. № 2. <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2019.2.17>
7. Ломагина А. В., Гулькова К. М. Авторская стратегия создания образа эпохи в историческом графическом романе (на примере романа А. ван Хансена «Скорбные воспоминания», Дания, 2019) // Исследования языка и современное гуманитарное знание. 2021. Т. 3. № 1. <https://doi.org/10.33910/2686-830X-2021-3-1-69-79>
8. Мартынова Е. М. Вербальная коммуникация посредством вестиментарного облика // Вестник Череповецкого государственного университета. 2019. № 1. <https://doi.org/10.23859/1994-0637-2019-1-88-8>
9. Непомнящих Е. А. Предметы как средства коммуникации: текстологические и функциональные параметры декоративных текстов // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2025. Т. 18. Вып. 4. <https://doi.org/10.30853/phil20250210>
10. Федина О. В., Маленко С. А. Сакральные элементы в символическом поле массовой культуры // Ученые записки Новгородского государственного университета имени Ярослава Мудрого. 2018. № 5.

Информация об авторах | Author information**Непомнящих Екатерина Александровна¹**, к. филол. н., доц.¹ Байкальский государственный университет, г. Иркутск**Ekaterina Alexandrovna Nepomniashchikh¹**, PhD¹ Baikal State University, Irkutsk¹ trunova.k_86@mail.ru**Информация о статье | About this article**

Дата поступления рукописи (received): 08.08.2025; опубликовано online (published online): 29.08.2025.

Ключевые слова (keywords): декоративный текст; малоформатный текст; прагматические особенности текста; лингвокреативные и лингвоаксиологические параметры текста; decorative text; short-form text; pragmatic features of text; linguo-creative and linguo-axiological parameters of the text.