

НАУЧНАЯ СТАТЬЯ

УДК 070 (394.21)

<https://doi.org/10.20310/2587-6953-2025-11-3-705-720>

Шифр научной специальности 5.9.9



Трансформация социокультурных практик празднования: электронная открытка как поликодовый текст

Татьяна Викторовна Савельева  

Челябинский государственный университет

456313, Российская Федерация, Челябинская обл., г. Миасс, ул. Керченская, 1

 tatjana-saveljeva2010@yandex.ru

Аннотация

ВВЕДЕНИЕ. Электронная поздравительная открытка сегодня является неотъемлемым атрибутом социокультурных практик любого праздника. Являясь поликодовым текстом, электронная открытка отражает представления общества о конкретном празднике, фиксирует ценностные смыслы общества через благопожелания и визуальные образы, формирует медиаобраз праздника. Цель исследования – рассмотреть трансформацию социокультурной практики отправления поздравительной открытки на примере праздника Дня России. **МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ.** Материалом исследования послужили 110 открыток, отобранных методом сплошной выборки на популярных сайтах открытого доступа, и 49 открыток, присланных автору респондентами 12 июня 2023 г. В работе также использованы материалы интервью с респондентами. Основными методами исследования стали: описание, герменевтический анализ текста и изображения, семиотический анализ, сравнение. **РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ.** Анализ рассмотренных открыток показывает следующие тенденции: доминирование визуальной составляющей над вербальной; сверхцентрализация визуальных образов; конструирование вневременного образа России через семантические единицы гендеростереотипов, сложившихся, в основном, ещё в советскую эпоху; тематической доминантой открыток являются фольклорный компонент, православная тема, символы государственности. **ЗАКЛЮЧЕНИЕ.** Анализ электронных открыток ко Дню России позволяет не только проследить трансформацию практики в празднично-ритуальном комплексе, но и выявить сложившееся в обществе отношение к празднику. Исследование можно продолжить на примере других праздников в календаре россиянина.

Ключевые слова: электронная поздравительная открытка, праздничная культура, социокультурные практики, День России, поликодовый текст

Финансирование. Это исследование не получало внешнего финансирования.

Вклад автора: Т.В. Савельева – идея и концепция исследования, обзор научной литературы по теме, набор первичного материала, составление картотеки медиатекстов, обработка и анализ полученного материала, написание черновика рукописи, оформление рукописи в соответствии с требованиями редакции.

Конфликт интересов. Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Для цитирования: Савельева Т.В. Трансформация социокультурных практик празднования: электронная открытка как поликодовый текст // Неофилология. 2025. Т. 11. № 3. С. 705-720. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2025-11-3-705-720>

ORIGINAL ARTICLE

<https://doi.org/10.20310/2587-6953-2025-11-3-705-720>

OECD 6.02; ASJC 1208



The transformation of sociocultural celebration practices: the electronic greeting card as a polycode text

Tatyana V. Savelyeva  

Chelyabinsk State University

1 Kerchenskaya St., Miass, 456313, Chelyabinsk region, Russian Federation

 tatjana-saveljeva2010@yandex.ru

Abstract

INTRODUCTION. Today, an electronic greeting card is an essential attribute of the socio-cultural practices of any holiday. Being a polycode text, an electronic postcard reflects society's ideas about a particular holiday, captures the value meanings of society through benevolence and visual images, and forms a media image of the holiday. The purpose of the study is to consider the transformation of the socio-cultural practice of sending greeting cards using the example of the Russia Day holiday. **MATERIALS AND METHODS.** The research material consisted of 110 postcards selected by continuous sampling on popular open access sites, and 49 postcards sent to the author by respondents on June 12, 2023. The work also uses materials from interviews with respondents. The main research methods are: description, hermeneutic analysis of text and image, semiotic analysis, comparison. **RESULTS AND DISCUSSION.** The considered postcards' analysis shows the following trends: the dominance of the visual component over the verbal; the over-centralization of visual images; the construction of a timeless image of Russia through the semantic units of heterostereotypes that developed mainly in the Soviet era; the thematic component of the postcards are the folklore component, the Orthodox theme, symbols of statehood. **CONCLUSION.** The analysis of electronic postcards for Russia Day makes it possible not only to trace the transformation of practice in the festive and ritual complex, but also to identify the prevailing attitude towards the holiday in society. The study can be continued using the example of other holidays in the Russian calendar.

Keywords: electronic greeting card, festive culture, socio-cultural practices, Russia Day, polycode text

Funding. This research received no external funding.

Author's Contribution: T.V. Savelyeva – idea and research concept, review of scientific literature on the problem, collection of primary materials, file compilation of media texts, processing and analysis of the received material, writing – original draft preparation, preparation of the article in accordance with the requirements of the Editorial Board.

Conflict of Interests. The author declares no relevant conflict of interests.

For citation: Savelyeva, T.V. The transformation of sociocultural celebration practices: the electronic greeting card as a polycode text. *Neofilologiya* = *Neophilology*, 2025;11(3):705-720. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2025-11-3-705-720>

ВВЕДЕНИЕ

Открытка как элемент праздничной практики не первый год является предметом исследования в научном поле гуманитаристики. Научный анализ феномена праздника носит многоаспектный характер, и степень разработанности ритуального комплекса новейшей праздничной культуры неодинакова. Одним из неотъемлемых атрибутов праздника сегодня стала электронная поздравительная открытка.

Открытку (открытое письмо) можно считать многоаспектным артефактом, отражающим общие свойства культурного пространства, в котором она функционирует. Прежде всего, необходимо отметить «междисциплинарность в исследованиях филокартических материалов» [1, с. 65]. Открытое письмо (открытку) изучают как источник информации представители исторических, философских, культурологических, филологических дисциплин (В.В. Акимченков, О.А. Волкова, М.В. Самбур, Е.С. Щепотина, М. Хайдеггер), многие исследователи рассматривают открытку в аспекте коммуникационных процессов (Т.В. Белько, А.В. Агафонова, И. Попадаки), при этом большая часть научных работ посвящена видовым открыткам. Между тем тематическая классификация открыток значительно шире: поздравительные, рекламные, видовые, открытки-репродукции, художественные, историко-событийные, патриотические, сатирические, юмористические, эротические, этнографические, игровые, деловые, фотооткрытки. Наше исследование рассматривает только поздравительные открытки электронного формата, распространяемые в социальных сетях и мессенджерах.

Электронная поздравительная открытка, как и её бумажная версия, обладает полифункциональностью. Л.В. Бутыльская, анализируя свадебные русские открытки, выделяет следующие функции поздравительной открытки: этикетная (выполнение праздничного ритуала как этикетной формулы), социокультурная (отражение особенностей общества как единства культуры и социальной общности), регулятивная (регуляция межличностных отношений) [2, с. 67], а на примере

полижанровой поздравительной открытки – коммуникативную, регулятивную, фатическую, суггестивно-магическую, эмоционально-экспрессивную, эстетическую, аксиологическую [3]. Некоторые из этих функций универсальны для праздничных открыток любой тематики, например, этикетная, социокультурная; другие, из рассмотренных исследователем, характеризуют только свадебные открытки, например, суггестивно-магическая. Мы предлагаем выделить следующий набор функций, значимо проявляющихся именно в электронных открытках к празднику День России:

– коммуникативная (послание от человека к человеку, от коллектива к коллективу, от организации к человеку, кроме того, поздравительная открытка может рассматриваться как связь поколений). В контексте Дня России, этот праздник объединяет граждан страны, поэтому коммуникативная функция здесь крайне значима. Кроме того, открытки могут служить связью между поколениями, когда старшее поколение поздравляет младшее, передавая традиции и ценности. Л.В. Бутыльская также выделяет коммуникативную функцию, подчёркивая её важность в межличностном общении [3]. Мы согласны с этим и расширяем её до коммуникации между коллективами и организациями, что особенно актуально для государственного праздника;

– пропагандистская (репрезентация политики государства в отношении официальных государственных праздников). В условиях современной медиасреды, когда государство активно использует различные каналы для продвижения своей политики, пропагандистская функция становится всё более заметной и важной. В отличие от свадебных открыток, которые анализировала Л.В. Бутыльская, государственные праздники имеют явный пропагандистский компонент, который необходимо учитывать;

– эстетическая (вкусовую), в контексте Дня России открытки могут включать изображение национальных символов, памятников, пейзажей и других элементов, которые не только поздравляют, но и радуют глаз, подчёркивая красоту и величие страны;

– этнографическая (отражение среза культурного бытия эпохи и региона), открытки могут включать элементы национального фольклора, традиционные костюмы, архитектурные памятники и другие атрибуты, которые помогают сохранять и передавать культурное наследие. Эта функция помогает исследовать, как праздник отражается в культурном контексте и какие культурные ценности он продвигает. Учитывая, что День России является национальным праздником, этнографическая функция помогает понять, как через медиаобраз праздника передаются и сохраняются культурные традиции и идентичность.

Мы сознательно сосредоточились на тех функциях, которые наиболее релевантны для анализа государственного праздника и его медиаобраза. Выделенные функции позволяют комплексно рассмотреть роль поздравительных открыток в контексте Дня России, учитывая как коммуникативные, так и культурно-идеологические аспекты.

18 мая в мире празднуется День электронной поздравительной открытки. Она появилась на свет в 1994 г. Electric Postcard – название первого веб-сайта электронных поздравительных открыток, созданного Джудит Донат из MIT Media Lab. Виртуальная открытка как поликодовый текст и новая социокультурная практика праздничных ритуалов комплексно ещё не изучалась. Предмет исследования до сих пор не получил единого термина и фигурирует в исследованиях как цифровая открытка [4], электронная открытка [3; 5], интернет-открытка [6]. Такая же ситуация наблюдается в англоязычном научном поле: E-Cards [7], Postcard [8], greeting cards [9].

К. Andriotis и М. Mavrič сравнивают почтовые открытки начала XX века и виртуальные открытки с мест путешествий XXI века, рассматривая их с точки зрения коммуникативной и творческой мобильности [8]. Однако сегодня на первом месте по распространённости стоят не видовые, а поздравительные открытки. Благодаря количеству и разнообразию, скорости распространения, гибридным технологиям виртуальные открытки стремительно вошли в празднично-

обрядовые комплексы, поэтому предлагается изучать их не только с точки зрения анализа изображения и текста, но и как социокультурные практики. С.Дж. Линд, используя праксиологический подход в исследовании электронных поздравительных открыток, по результатам опроса отмечает их богатый символический потенциал и потенциал взаимоотношений с клиентами для малого бизнеса [10, с. 8]. Предлагается рассмотреть взаимодействие цифровых поздравительных открыток с доминирующими историческими нарративами в контексте памяти о войне, исследователи отмечают одностороннее отображение действительности в исследуемом продукте: в основном фиксируются «идеализированные образы белых солдат мужского пола» [11]. Отражению гендерных стереотипов в электронных поздравительных открытках также посвящено исследование Ц. Сун с соавт. [12]. Оно построено на материале с открытых веб-сайтов поздравительных сообщений, реальных поздравлений в социальных сетях и созданных искусственным интеллектом к трём разным праздникам: дню рождения, свадьбе и Дню святого Валентина – и рассматривает широкий спектр гендерных предпочтений [12, р. 1-5]. Социально-семиотическое исследование поздравительных открыток Д.К. Хобсон [9] рассматривает модели производства и использования поздравительных открыток в Австралии, особое внимание уделяется концептам «веселье» и «любовь», а практика поздравительных открыток трактуется как перформанс. К семиотическому анализу визуального компонента электронных открыток обращаются в своём исследовании С. Абдуллах и Ю.М. Нор, направленном на изучение маркеров и обозначений уникальности малайской культуры и малазийской корпоративной культуры на материале поздравительных открыток. Рассматривая использование определённых цветов, узоров, инфографики, исследователи подчёркивают важность понимания культурного контекста и символики поздравительных открыток, посвящённых одному из главных праздников на Бали – Дню Ньепи [7]. Таким образом, поздравительные открытки изучаются не только с

точки зрения праздничной практики, но и как отображение ценностных смыслов национальной культуры, и этот аспект является важным для нашей работы.

На материале корпоративных поздравительных открыток построено исследование Н.В. Немчиновой [5, с. 218], которое в аспекте коммуникативного и делового характера подобных отправлений выявляет не только статусно-ориентированность, но и манипулятивность при использовании ценностных смыслов.

Комплексный культурологический подход к советской открытке в диссертационном исследовании С.О. Ткаченко [13] позволяет рассмотреть поздравительную открытку как универсальное средство воплощения содержания и динамики культуры советского времени в контексте актуальных меморативных практик. Автор обосновывает отнесение открытки к средствам массовой коммуникации, рассматривает трансформацию открытки из инструмента массовой коммуникации в средство межличностного общения. Исследователь отмечает, что открытка советского времени является прототипом современной открытки, существующей как в традиционной форме, так и в электронных версиях. Отмечается, что открытка не только репрезентирует культурные ситуации различных исторических периодов, но и включается в процесс мифотворчества, становится мифотекстом.

Обширный исследовательский дискурс в отечественной гуманитаристике инспирировала новогодняя поздравительная открытка, находясь в поле научного интереса А. Сальниковой, О. Шабуровой, А. Родионовой, Е. Ивановой, В. Насртдиновой. Если новогодняя открытка последних десятилетий демонстрирует тенденцию «дистанцирования праздничной ритуальности от официозной атрибутики» [14, с. 85], то открытка с Днём России по своему определению должна ориентироваться на официальные символы, государственные ценности, ценностно-смысловые установки общества. Исследований, посвящённых данной тематической группе электронных открыток, не обнаружено, и мы попытаемся заполнить этот пробел.

МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ

В основе исследования лежит, во-первых, социокультурная теория коммуникации, где коммуникация понимается как производство и воспроизводство социального порядка (основные используемые понятия: общество, практика, ритуал, социализация, культура, идентичность, совместная деятельность). Во-вторых, для нашего исследования важна семиотическая теория коммуникации, которая рассматривает последнюю как взаимодействие между субъектами посредством знаков, в данном аспекте мы опираемся на понятия: символ, значение, язык, коннотация, код. «Открытка или поздравительная карточка служит не только праздничным атрибутом, но и, с точки зрения лингвокультурологии, лингвосемиотики, теории межкультурной коммуникации несёт богатую информацию о национально-культурной специфике общества, о культурных трансформациях, которые происходят в конкретном обществе» [3, с. 12]. На первом этапе анализа будут рассмотрены визуальные образы и символы поздравительной открытки с Днём России, на втором – проанализированы тексты виртуальных открыток (ценностно-смысловые семантические единицы, благопожелания, эмоциональная лексика), третий этап посвящён описанию контекста, благодаря которому виртуальные открытки обретают дополнительные смыслы.

Материалом исследования послужили 110 виртуальных открыток с Днём России, собранные на сайтах <https://www.kp.ru/family/prazdniki/>, <https://www.pozdravok.com/>, <https://bipbap.ru/>. Выборка сайтов была по популярности, отобраны первые позиции, выходящие в поисковике Яндекс по запросу «электронные открытки с Днём России» на 15.07.2024. С первого сайта взяты 48 открыток методом сплошной выборки, с остальных ресурсов открытки собирались также методом сплошной выборки за исключением повторяющихся на первом сайте. Ещё 49 электронных открыток взяты из личного архива автора, они были присланы различными респондентами в день праздника 12.06.2023 в мессенджерах WhatsApp и Viber. 23 из присланных откры-

ток совпадали с уже отобранными на сайтах. В 17 из общего числа рассмотренных нами открыток присутствует частичная анимация (салют, поднимающиеся ввысь шары, бабочки). Видеооткрытки на музыкальной основе, получившие наибольшее распространение в «ТикТок» и Телеграм, мы на данный момент намеренно оставили за пределами исследования и рассматриваем только статичное изображение и текст.

Государственный праздник является одним из инструментов самопрезентации власти и способом её коммуникации с народом. День 12 июня стал праздником согласно закону РФ «О внесении изменений и дополнений в Кодекс законов о труде РСФСР» от 25 сентября 1992 г., получив название *День принятия Декларации о государственном суверенитете Российской Федерации*, позднее праздник стал называться *День независимости России*, теперь называется *День России*. Электронная поздравительная открытка с Днём России наряду с другими медиатекстами одновременно и отражает представление о празднике в обществе, и формирует медиаобраз праздника.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Визуальные образы электронных открыток с Днём России. Насыщенность электронных открыток изображениями неодинакова: от лаконичных с одним-двумя символами (рис. 1) до нагромождения из 23 образов на одной открытке (рис. 2).

Среди визуальных образов на открытках мы выделили следующие тематические группы: государственные символы России, образы – стереотипы России, архитектурные сооружения и памятники, атрибуты праздника, природные образы: растения и животные, антропоморфные образы. Б. Андерсон, рассуждая об истоках национализма и формировании национальной идентичности, утверждает, что новое сознание рождается из отчуждения от прошлого, на волне разрыва с прошлым: «поскольку о ней нельзя «помнить», необходимо рассказывать» [15, с. 326]. Подобные нарративы формируют как автобиографии людей, так и автобиографии наций.



Рис. 1. Открытка с двумя символами

Fig. 1. A postcard with 2 symbols

Источник: скриншот сделан автором с сайта <https://bonnycards.ru/>.

Source: screenshot is taken by the author from the website <https://bonnycards.ru/>.



Рис. 2. Открытка с множественностью символов

Fig. 2. A postcard with multiple symbols

Источник: Архив автора. Прислано в WhatsApp 12.06.2024.

Source: Author's archive. Sent via WhatsApp on June 12, 2024.

Однако в нашем конкретном случае мы видим не отчуждение от прошлого, а, наоборот, постоянное обращение к образам прошлого как к могущественному знаку национальной

идентичности [15, с. 297]. Количественный анализ изображений представлен в табл. 1–3.

Л.А. Мардиева отмечает «необходимость специального научного освещения явлений визуальной прецедентности, причем именно в контексте семиотически осложнённого поликодового текста» [16]. Как показывает анализ визуального компонента, День России репрезентован исключительно как государственный праздник, не ставший личным переживанием отдельного человека (63 % информантов отмечают, что настоящий праздник – это когда собираются семьёй, устраивают застолье, когда есть общие ритуалы, какими названы крашеные яйца и куличи в Пасху, наряженная ёлка в Новый год, блины и массовые гуляния в Масленицу, демонст-

рации и шествия на 1 Мая и др.). Во-первых, несмотря на то, что отдельные открытки подчёркивают огромные просторы России схематической картой страны или вербальным компонентом, региональные достопримечательности, символы не находят отражения в визуальных образах поздравительных открыток. Все архитектурные сооружения и урбанистические пейзажи (табл. 1) относятся к столице РФ, которая представлена изображением Спасской или Водовзводной башен Московского кремля, Собора Василия Блаженного, храма Христа Спасителя, Москвы-реки. Три изображения составляют исключение: храм Покрова на Нерли (Владимирская область), Троице-Сергиева лавра (Сергиев

Таблица 1. Государственные символы России и иные атрибуты праздника
Table 1. State symbols of Russia and other attributes of the holiday

№ п/п	Тематическая группа	Визуальные элементы	Количество употреблений
1	Государственные символы России	Триколор (ленты, одежда, воздушные шары)	59
		Герб России	23
		Флаг России	14
		Карта России/очертания России	5
2	Образы – стереотипы о России	Матрёшка	8
		Самовар	4
		Гармонь	4
		Каравай	3
		Тройка коней	2
		Икра красная	2
		Балалайка	2
3	Архитектурные сооружения. Памятники	Храм Василия Блаженного	24
		Московский кремль	21
		Храм Христа Спасителя	5
		Храм Покрова на Нерли (Владимирская область)	2
		Троице-Сергиева лавра (Сергиев Посад)	1
		Новодевичий монастырь	1
		Родина-мать	1
		Деревянная часовня в Кенозерье	2
4	Атрибуты праздника	Воздушные шары	8
		Фейерверк	6
		Сердце	2

Источник: рассчитано и составлено автором на материале сайтов: <https://www.kp.ru/family/prazdniki/>, <https://www.pozdravok.com/>, <https://bipbap.ru/>.

Source: calculated and compiled by the author based on materials from the websites: <https://www.kp.ru/family/prazdniki/>, <https://www.pozdravok.com/>, <https://bipbap.ru/>.

Посад), деревянная часовня в Кенозерье. Ни Санкт-Петербург – культурная столица России, ни Владивосток, ни другие города страны никак не представлены. Такая сверхцентрализация традиционно рассматривается исследователями как элемент тоталитарной модели общества [14, с. 81]. Нельзя не отметить и превалирование религиозных православных архитектурных сооружений над светскими: на 21 изображение Московского кремля приходится 34 изображения храмовых сооружений: Собор Василия Блаженного, храм Христа Спасителя и др., два образа Божьей матери. Официальное позиционирование России как многонациональной и многоконфессиональной страны в поздравительных открытках также не находит своего отражения, не найдено среди исследуемого материала изображений мечети или костёла.

Ассоциативный ряд Дня России включает семантические единицы, отражающие советское прошлое страны, стереотипные представления, перешедшие в новый период развития российского общества. Советский период истории России ознаменовался обширным набором символов, целостной семиотической сферой, которая продолжает существовать и после распада СССР, несмотря на – или, может, благодаря своей декоммунизации [17]. Роль советской символики в сохранении цивилизационной идентичности постсоветского общества отмечает также С. Мальченков [18]. Одним из элементов кросс-культурной коммуникации является выстраивание, в том числе, внутренней репрезентации на основе этнических стереотипов, сложившихся в иных культурах по отношению к данной культуре [19, с. 474]. Именно эту тенденцию можно отметить при рассмотрении визуальных образов электронных открыток с Днём России. Традиционно этнокультурные стереотипы подразделяются на гетеростереотипы (упрощённые представления о другой нации) и автостереотипы (представления нации, народа о самих себе). В данном случае тиражируются самые распространённые и примитивные гетеростереотипы стереотипы о России: матрёшка, балалайка, гармонь, медведь, икра, самовар (табл. 1, пункт 2). Характерные для поверхностного взгляда на

чужую культуру гетеростереотипы приобретают иное смысловое звучание, когда становятся автостереотипами и встраиваются в собственную семиотическую сферу, избыточные образы гипертрофируются до репрезентантов всей российской культуры [19, с. 475]. Предположение, что вышеперечисленные клишированные изображения используются в ироническом ключе, не подтверждается анализом вербального компонента, так как тогда изображение входит в противоречие с текстом поздравительной открытки (рис. 3).

Необходимо отметить также отсутствие в конструировании образа России поздравительно-открыточного дискурса многих других клишированных образов, таких как балет и Большой театр, МГУ, Эрмитаж и другие визуальные образы Петербурга, А.С. Пушкин. Ничего не дал и целенаправленный поиск открыток «С Днём России» по данным параметрам. Только на одной открытке встретилось изображение первого космонавта Ю.А. Гагарина – ещё одна веха в истории СССР, которой традиционно гордится российское общество. Нет репрезентации в открытках достижений промышленности, науки, культуры.



Рис. 3. Открытка с матрёшками

Fig. 3. Matryoshka dolls postcard

Источник: скриншот сделан автором с сайта <https://www.pozdravok.com/>.

Source: screenshot taken by the author from the website <https://www.pozdravok.com/>.

Анализ количества употреблений природных образов на поздравительных открытках представлен в табл. 2. На первом месте по частотности употребления оказалась не берёза, как традиционный поэтический символ России, а ромашка. Изображения встречаются разные: цветущая поляна ромашек, букет ромашек в руках, венки из ромашек.

Оговоримся, что наша тематическая классификация условна, один и тот же образ можно отнести к разным группам. Например, образ медведя мы включили в группу природных вместе с другими изображениями животных, однако он может быть отнесён и к стереотипным представлениям о российской культуре, тем более что есть изображения медведя с балалайкой или гармонью. Образ медведя в российских СМИ активизируется с начала XXI века, сегодня он «метафорически представляет политический авторитет России и её правящей верхушки, внутреннюю

политику, а также статус страны в рамках международных отношений как следствие внешней политики страны» [20, с. 146]. А.П. Чудинов [21, с. 136] называет образ медведя «навязанным извне негативным идентификатором», который во внутренней семиосфере перекодируется в *хозяина тайги, добродушного могучего зверя из народных сказок*. Данный факт подтверждается тем, что из 43 опрошенных нами респондентов 36 отметили образ как положительный, остальные – как нейтральный. Об угрожающей силе русского медведя говорит его изображение на одной из открыток на едва прочитываемом фоне бронетехники, что может быть прочитано как положительная семантика для патриотически настроенных респондентов.

Табл. 3 представляет антропоморфные образы на открытках, среди которых выявлены как реалистические изображения, так и мультипликационные.

Таблица 2. Природные образы
Table 2. Natural images

№ п/п	Тематическая группа	Визуальные элементы	Количество употреблений
1	Природные образы. Растения	Ромашка	31
		Берёза	12
		Пшеница (колосья, сноп или поле)	10
		Маки	4
		Розы	4
		Ель	2
		Гвоздики	1
		Подсолнух	1
		Нарцисс	1
2	Природные образы. Животные, птицы, насекомые	Медведь	8
		Белый голубь	7
		Бабочка	2
		Журавли	1
		Утка	1
3	Другие природные образы	Поле/луг	6
		Москва-река	3
		Неизвестная река	1
		Горы	1

Источник: рассчитано и составлено автором на материале сайтов: <https://www.kp.ru/family/prazdniki/>, <https://www.pozdravok.com/>, <https://bipbap.ru/>.

Source: calculated and compiled by the author based on materials from the websites: <https://www.kp.ru/family/prazdniki/>, <https://www.pozdravok.com/>, <https://bipbap.ru/>.

Таблица 3. Атропоморфные образы
Table 3. Anthropomorphic images

№ п/п	Тематическая группа	Визуальные элементы	Количество употреблений
1	Из них	Русская красавица в традиционном/стилизованном сарафане	21
		в кокошнике	5
		в венке	3
		мультипликационные образы девушек/девочек	9
		маленькая девочка в венке или сарафане	3
2	Исторические лица	Александр Невский	2
		Пётр I	1
		Ю.А. Гагарин	1
		В.В. Путин	1
3	Другие антропоморфные образы	маленький мальчик в традиционной русской рубаше	3
		образ Божьей матери	2
		гармонист	1
		маленький мальчик в тельняшке	1
		русский богатырь/богатыри	2
		спортсмен	1
		Баба-яга	1
		Маша	1

Источник: рассчитано и составлено автором на материале сайтов: <https://bonnycards.ru/>, <https://fanibani.ru/>, <https://bipbap.ru/>.

Source: calculated and compiled by the author based on materials from the websites: <https://bonnycards.ru/>, <https://fanibani.ru/>, <https://bipbap.ru/>.

Таким образом, визуальный компонент поздравительных открыток с Днём России конструирует вневременной образ России через семантические единицы гетеростереотипов, сложившихся, в основном, ещё в советскую эпоху. Дополнительным элементом нового времени является подчёркивание православности страны посредством изображения храмов.

Что касается изображения Президента РФ как символа государства, то среди 110 открыток, найденных на соответствующих сайтах, оно нашлось только одно (рис. 4), однако среди 49 реально полученных нашими респондентами 12 июня 2023 г. открыток таких изображений было 4, что говорит о частотности выбора, а косвенно – о поддержке действующего президента.

Кроме того, наш анализ подтверждает уже упомянутое исследование Н. Махортых и М. Сидоровой [11], которые отмечали превалирование образов белых мужчин среди изображений солдат в поздравительных



Рис. 4. Открытка с президентом
Fig. 4. A postcard with the president

Источник: скриншот сделан автором с сайта <https://www.kp.ru/family/prazdniki/>.

Source: the screenshot was taken by the author from the website <https://www.kp.ru/family/prazdniki/>.

открытках с Днём Победы. На материале открыток с Днём России мы также фиксируем отсутствие в изображениях представителей других национальностей, за двумя исключениями все женские антропоморфные образы – и реалистические, и мультипликационные – имеют ярко выраженную славянскую внешность (светлые волосы, разрез глаз и т. д.), подчёркнутую стилизованными элементами традиционного русского народного костюма. Это же относится и к мужским образам. Таким образом, многонациональность России не находит отражения в поздравительных открытках, а государственный аспект праздника смещается к этническому заглавной национальности Российской Федерации. Продолжением исследования может стать попытка ответить на вопрос: характерно ли это только для русскоязычной аудитории или есть национальные особенности в других республиках РФ.

Вербальный компонент электронных открыток с Днём России. Символика визуального ряда открыток, как правило, поддерживается текстом. При изучении поликодовых текстов всегда возникает вопрос о доминировании визуального или вербального компонента либо о равноправном их сосуществовании [6]. На этот вопрос исследователи этикетных норм и коммуникативных практик использования открыток отвечают, что в готовых открытках (к которым относится и электронная открытка) наблюдается «креолизация текста и повышенное внимание к визуальной составляющей, а в реальных коммуникативных практиках текст по-прежнему важнее изображения» [22, с. 127]. Ю.Н. Маринин называет поздравительный текст открытки топиальной речевой единицей, выполняющей потенциальную перлокутивную задачу – вызвать эмоциональный отклик адресата [23]. Анализ вербального компонента тематической группы поздравительных открыток с Днём России показывает доминирование визуальной составляющей, это связано скорее всего с тем, что государственный праздник не предполагает индивидуальных благопожеланий, следовательно, текст относится к более клишированным, в сравнении с персонифицированными текста-

ми на открытках других праздников, например, Нового года, 8 Марта, дня рождения и др. В 63 открытках из проанализированных нами 110 отсутствуют пожелания, текст ограничивается словами *День России, поздравляем / поздравляю с Днём России*. В трёх открытках зафиксировано старое название праздника – *День независимости России*. Однако выявлены также открытки с развёрнутыми пожеланиями. Например:

Сегодня праздник всей страны –
День нашей родины – России!
Желаю в мире жить, не знать войны,
Чтобы всегда в любви, в достатке жили.
Пусть все мечты, желания сбываются,
А новые рождаются почаше,
И в жизни будет то, что называется,
Особенным и важным словом – с ч а с т ь е!

Образ России в текстах поздравительных открыток рисуется следующими эпитетами: *великая* (4 употребления), *святая* (4 употребления), *свободная* (3 употребления), *необъятная* (2 употребления), *богатая, огромная, бескрайняя, статная, любимая, честная, милая, могучая, сильная, моя, наша* (по 1 употреблению). Эпитет *святая* (лексическая сочетаемость с сущ. Русь, но не Россия) поддерживается семантическими единицами *светлый, белый, святость храмов, обитель рая, дана богом*, а эпитеты, характеризующие величие и огромные просторы России, – семантическими единицами: *величие рек, простор полей, от моря до моря, от края до края*, сравнениями *как орёл, большая птица*. Употребительные глаголы в поздравительных текстах – *гордиться* (4), *любить* (4), *процветать* (2), *любоваться* (1).

Пожелания можно разделить на две группы: самой России или её гражданам.

Пусть будет небо мирным, чистым,
Светлы пусть будут наши мысли.
Будь счастлив, каждый гражданин,
И помни: край родной у нас один!

Ценности, транслируемые поздравительными открытками, наглядно показывает список выделенных семантических единиц благопожеланий в табл. 4.

Таблица 4. Семантика благопожеланий в поздравительных открытках с Днём России
Table 4. The semantics of well-wishes in congratulatory cards for Russia Day

№ п/п	Благопожелания	Количество употреблений
1	Мира Варианты: мирного неба, над мирной страной, пусть небо будет синим-синим все триста с лишним дней в году	17
2	Счастья / счастливой жизни	12
3	Благополучия / процветания / достатка / успеха	12
4	Добра	9
5	Силы / могущества	7
6	Свободы / свободной страны	5
7	Радости	4
8	Согласия	3
9	Любви	3
10	Здоровья	3
11	Справедливости	2
12	Тепла	1
13	Света	1
14	Покоя в сердце	1
15	Оптимизма	1

Источник: рассчитано и составлено автором на материале сайтов: <https://bonnycards.ru/>, <https://fanibani.ru/>, <https://bipbap.ru/>, <https://www.kp.ru/family/prazdniki/>, <https://www.pozdravok.com/>.
Source: calculated and compiled by the author based on materials from the websites: <https://bonnycards.ru/>, <https://fanibani.ru/>, <https://bipbap.ru/>, <https://www.kp.ru/family/prazdniki/>, <https://www.pozdravok.com/>.

Возможно, благопожелание мира и его варианты связаны с конкретной политической обстановкой 2022–2023 гг., наше исследование является синхроническим срезом, задачи диахронического анализа не ставились.

Одна из рассмотренных нами открыток представляет поздравительный текст на английском языке: HAPPY RUSSIA DAY! Большинство поздравительных текстов адресовано не просто жителю России, а гражданину страны, а праздник позиционируется как символ национального единения и общей ответственности за настоящее и будущее Родины, праздник гражданского мира и согласия, доброго единения людей во имя процветания родной страны. Можно отметить также, что не все открытки выдерживают торжественно-монументальную риторику, о чём свидетельствуют как визуальные образы: баба-яга, пупсы, Маша из мультсериала «Маша и Медведь» (рис. 5) – так и вербальный компонент: *праздник – лишний выходной*.



Рис. 5. Открытка с Машей
Fig. 5. A postcard with Masha

Источник: Архив автора. Прислано в WhatsApp 12.06.2024.

Source: Author's archive. Sent via WhatsApp on June 12, 2024.

Электронная открытка как ритуальная практика в праздничном комплексе. Поздравительные электронные открытки распространяются как в институциональном, так и в межличностном поле. Для более полного описания практик, связанных с электронными поздравительными открытками, нами было опрошено посредством социальной сети ВКонтакте и мессенджера WhatsApp 43 респондента: 31 женщина и 12 мужчин в возрасте от 18 до 62 лет. В ходе небольших интервью задавались вопросы: как часто Вы получаете электронные открытки с праздниками? Сколько открыток Вам пришло с Днём России? От кого приходят открытки: от друзей, знакомых, коллег, организаций? Отправляете ли Вы сами поздравительные электронные открытки? Какими сайтами пользуетесь, чтобы создать электронную поздравительную открытку?

Результаты опроса и интервью не показали ничего неожиданного. Количество полученных поздравительных открыток с государственным праздником напрямую зависит от статуса адресата. Респонденты, занимающие руководящую должность, ведущие активную общественную жизнь, получают их на порядок больше, разбег составляет от 27 открыток к нулю. Распространение поздравительных открыток в информационном пространстве происходит в основном посредством инерционного воспроизведения: *Я всегда пересылаю другим то, что получила сама, кому надо заморачиваться, делать открытку*¹. Только на Новый год, дни рождения, какие-то личные праздники самым близким людям создаются персонифицированные поздравительные открытки на основе шаблонов, имеющих в Интернете. Персонификация открыток с Днём России зафиксирована только в корпоративном сегменте. Об отношении в российском обществе к главному государственному празднику страны косвенно свидетельствует и тот факт, что зафиксировано отсутствие рекламно-брендовых открыток от организаций, фирм, магазинов. Так, одна из респондентов посчитала, что с Новым годом, Днём святого Валентина,

8 Марта и 23 Февраля в течение 2023 года её поздравляли 3 ювелирных магазина, 3 магазина косметики и парфюмерии, 2 салона красоты, кинотеатр, 3 стоматологические клиники, 2 библиотеки, 3 туристических агентства, 3 книжных интернет-магазина, автозаправочная станция, кофейня. «С Днём России меня даже Госуслуги не поздравляли ((»². В ответах других респондентов отмечены поздравительные открытки от Сбербанка, Веббанка³.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, поздравительные электронные открытки с Днём России репрезентуют медиаобраз не просто праздника, но и государства; они также транслируют ценностные смыслы, связанные с российской идентичностью, скорее этнической, чем национальной или государственной; демонстрируют отношение в обществе к данному празднику. Тематической доминантой визуального компонента открыток являются фольклорные элементы (самовар, балалайка, сарафан, кокошник, цветочный венок), православная тема (изображения храмов), символы государственности (триколор, флаг, герб, Московский кремль). Здесь можно остановиться на двух подходах к национальной идентичности: конструктивистскому и эссенциалистскому. Первый предполагает, что идентичность конструируют, то есть она отражает не то, что есть, а то, что индивид или общество хотят видеть. Согласно второму подходу, эссенциалистскому, идентичность является чем-то естественным, неизменно существующим. Мы считаем, что рассматривать электронные поздравительные открытки необходимо как конструируемый элемент, то есть элемент формирования медиаобраза государственного праздника. В связи с этим хотим отметить, во-первых, необходимость перекодирования российских образов-символов в знаковую семиосферу нового времени из вневременной или дореволюци-

² Елена, 59 лет, Миасс – записано 12.06.2023. Архив автора.

³ Мария, 20 лет, Сатка; Александр, 30 лет, Челябинск – записано 12.06.2023. Архив автора.

¹ Анна, 42 г., Челябинск – записано 12.06.2023. Архив автора.

онной, «лапотной». Во-вторых, возможность конструирования, фиксации и распространения национальной идеи посредством электронных открыток как праздничной социо-

культурной практики, на данный момент недостаточно используется при популяризации праздника День России и может быть значительно расширена.

Список источников

1. Сокоиков С.С., Ткаченко С.О. Открытка в зеркале научных исследований: состояние и перспективы // Вестник культуры и искусств. 2019. № 2 (58). С. 63-70. <https://elibrary.ru/tfqekc>
2. Бутыльская Л.В. Социокультурный феномен открытки (на примере русской свадебной открытки) // Учёные записки Забайкальского государственного гуманитарно-педагогического университета им. Н.Г. Чернышевского. 2013. № 2 (49). С. 66-70. <https://elibrary.ru/qatpsb>
3. Бутыльская Л.В. Коммуникативная полифункциональность русской поздравительной открытки // Учёные записки Забайкальского государственного университета. 2014. № 2 (55). С. 12-15. <https://elibrary.ru/scryvr>
4. Зданович-Цыганяк К.Э. Публичность в исповедальной культуре – медиаконтекст // Вестник культуры и искусств. 2021. № 3 (67). С. 108-114. <https://elibrary.ru/rybpsj>
5. Немчинова Н.В. Корпоративная поздравительная открытка: коммуникативный и деловой аспект // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. 2008. № 86. С. 217-221. <https://elibrary.ru/jvwntk>
6. Хлопова А.И. Интернет-открытка как поликодовый текст // Глобальный научный потенциал. 2021. № 4 (121). С. 232-235. <https://elibrary.ru/bxtdbz>
7. Abdullah S., Nor J.M. Exploring Non-Linguistic Features of Malay Hari Raya Ecards // International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences. 2022. № 12 (1). P. 1076-1083. <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v12-i1/11523>, <https://elibrary.ru/hclood>
8. Andriotis K., Mavrič M. Postcard Mobility: Going Beyond Image and Text // Annals of Tourism Research. 2013. № 40 (1). P. 18-39. <http://doi.org/10.1016/j.annals.2012.07.004>
9. Hobson J.C. Texted love: a social-semiotic examination of greeting cards. Sydney: Western Sydney University, 2002. 337 p.
10. Stephen J.L. What Small Businesses are Doing with Greeting Cards and Why: A National Study. Teddington: Greeting Card Association, 2022. 26 p.
11. Makhortykh M., Sydorova M. Animating the subjugated past: digital greeting cards as a form of counter-memory // Visual Communication. 2019. № 21 (1). P. 28-52. <http://doi.org/10.1177/1470357219890636>, <https://elibrary.ru/fjzzaz>
12. Sun J., Wu T., Jiang Y., Awalegaonkar R., Lin X.V., Yang D. Pretty Princess vs. Successful Leader: Gender Roles in Greeting Card Messages // Proceedings of the 2022 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems. 2022. № 398. P. 1-15. <http://doi.org/10.1145/3491102.3502114>
13. Ткаченко С.О. Открытка советского времени как форма коммуникации государства и человека // Человек. Общество. Государство. 2017. № 1 (3). С. 70-71. <https://elibrary.ru/yqxyf>
14. Насртдинова В.М. Транскрибирование контекстов современности в семантическом поле новогодней открытки // Гуманитарные исследования в Восточной Сибири и на Дальнем Востоке. 2018. № 2. С. 77-88. <http://doi.org/10.24866/1997-2857/2018-2/77-88>, <https://elibrary.ru/oveomj>
15. Андерсон Б. Воображаемые сообщества. Размышления об истоках и распространении национализма / пер. с англ. В. Николаева; вступ. ст. С.П. Баньковской. Москва: Кучково поле, 2016. 416 с.
16. Мардиева Л.А. Коллективная культурная память общества (прецедентные визуальные образы и феномены) // Вестник Пермского университета. Русская и зарубежная филология. 2011. № 3 (15). С. 202-209. <https://elibrary.ru/nxxddl>
17. Титов В.В. Роль советской символики в формировании национально-государственной идентичности россиян // Вестник Забайкальского государственного университета. 2021. № 27 (3). С. 82-86. <https://doi.org/10.21209/2227-9245-2021-27-3-82-86>, <https://elibrary.ru/bjtske>
18. Мальченков С. Символика СССР как инструмент сохранения единой цивилизационной идентичности на постсоветском пространстве // Большая Евразия: развитие, безопасность, сотрудничество: материалы 5 Междунар. науч.-практ. конф. Москва, 2023. Т. 6. С. 626-628. <https://elibrary.ru/luzsqi>

19. Николаева Е.В. Кросс-культурные коллизии: рекламные репрезентации России // Труды Санкт-Петербургского государственного института культуры. 2010. № 190. С. 472-479.
20. Михайлова Ю.Н. Медведь в политическом дискурсе // Вестник Кемеровского государственного университета. 2015. № 4 (64). С. 143-146. <https://elibrary.ru/vbwubt>
21. Чудинов А.П. Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры (1991–2000). Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т, 2021. 238 с. <https://elibrary.ru/qcnxbj>
22. Капкан М.В., Лихачёва Л.С. Этикетные нормы и коммуникативные практики использования открыток в современной российской культуре // Известия Уральского федерального университета. Серия 1: Проблемы образования, науки и культуры. 2020. № 1 (26). С. 120-128. <https://doi.org/10.15826/izv1.2020.26.1.013>, <https://elibrary.ru/mrrrji>
23. Маринин Ю.Н. Тематика поздравлений в русской речевой культуре // Грани познания. 2009. № 1 (2). С. 37-51. <https://elibrary.ru/owvjun>

References

1. Sokovikov S.S., Tkachenko S.O. Postcard in the mirror of scientific research: status and prospects. *Vestnik kul'tury i iskusstv = Culture and Arts Herald*, 2019, no. 2 (58), pp. 63-70. (In Russ.) <https://elibrary.ru/tfgekc>
2. Butylskaya L.V. The sociocultural phenomenon of the postcard (using the example of the Russian wedding postcard). *Uchenye zapiski Zabaikal'skogo gosudarstvennogo gumanitarno-pedagogicheskogo universiteta im. N.G. Chernyshevskogo = Scholarly Notes of the N.G. Chernyshevsky Transbaikal State Humanities and Pedagogical University*, 2013, no. 2 (49), pp. 66-70. (In Russ.) <https://elibrary.ru/qatpsb>
3. Butylskaya L.V. Communicative multi-functionality of the Russian congratulating card. *Uchenye zapiski Zabaikal'skogo gosudarstvennogo universiteta = Scholarly Notes of Transbaikal State University*, 2014, no. 2 (55), pp. 12-15. (In Russ.) <https://elibrary.ru/scryvr>
4. Zdanowicz-Cyganiak K.E. Publicity in confessional culture – the media context. *Vestnik kul'tury i iskusstv = Culture and Arts Herald*, 2021, no. 3 (67), pp. 108-114. (In Russ.) <https://elibrary.ru/rybpsj>
5. Nemchinova N.V. Corporate greeting card: communicative and business aspects. *Izvestiya Rossiiskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta im. A.I. Gertsena = Izvestia: Herzen University Journal of Humanities & Sciences*, 2008, no. 86, pp. 217-221. (In Russ.) <https://elibrary.ru/jvwnkt>
6. Khlopova A.I. The E-card as a polycode text. *Global'nyi nauchnyi potentsial = Global Scientific Potential*, 2021, no. 4 (121), pp. 232-235. (In Russ.) <https://elibrary.ru/bxtdbz>
7. Abdullah S., Nor J.M. Exploring Non-Linguistic Features of Malay Hari Raya E-cards. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 2022, no. 12 (1), pp. 1076-1083. <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v12-i1/11523>, <https://elibrary.ru/hclode>
8. Andriotis K., Mavrič M. Postcard Mobility: Going Beyond Image and Text. *Annals of Tourism Research*, 2013, no. 40 (1), pp. 18-39. <http://doi.org/10.1016/j.annals.2012.07.004>
9. Hobson J.C. *Texted Love: a Social-Semiotic Examination of Greeting Cards*. Sydney, Western Sydney University Publ., 2002, 337 p.
10. Stephen J.L. *What Small Businesses are Doing with Greeting Cards and Why: A National Study*. Teddington, Greeting Card Association Publ., 2022, 26 p.
11. Makhortykh M., Sydorova M. Animating the subjugated past: digital greeting cards as a form of counter-memory. *Visual Communication*, 2019, no. 21 (1), pp. 28-52. <http://dx.doi.org/10.1177/1470357219890636>
12. Sun J., Wu T., Jiang Y., Awalegaonkar R., Lin X.V., Yang D. Pretty Princess vs. Successful Leader: Gender Roles in Greeting Card Messages. *Proceedings of the 2022 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 2022, no. 398, pp. 1-15. <http://doi.org/10.1145/3491102.3502114>
13. Tkachenko S.O. Postcard of the Soviet era as a form of communication between the state and man. *Chelovek. Obshchestvo. Gosudarstvo = Person. Society. State*, 2017, no. 1 (3), pp. 70-71. (In Russ.) <https://elibrary.ru/yqxyf>
14. Nasrtdinova V.M. Transcription of contemporary contexts within the semantic field of New Year postcard. *Gumanitarnye issledovaniya v Vostochnoi Sibiri i na Dal'nem Vostoke = Humanities Research in Eastern Siberia and the Far East*, 2018, no. 2, pp. 77-88. (In Russ.) <http://doi.org/10.24866/1997-2857/2018-2/77-88>, <https://elibrary.ru/oveomj>
15. Anderson B. *Voobrazhaemye soobshchestva. Razmyshleniya ob istokakh i rasprostranении natsionalizma*. Moscow, Kuchkovo pole Publ., 2016, 416 p. (In Russ.)

16. Mardieva L.A. Collective cultural memory of society (precedent visual images and phenomena). *Vestnik Permskogo universiteta. Russkaya i zarubezhnaya filologiya = Perm University Herald. Russian and Foreign Philology*, 2011, no. 3(15), pp. 202-209. (In Russ.) <https://elibrary.ru/nxxdll>
17. Titov V.V. The role of Soviet symbols in the national-state identity formation of the Russians. *Vestnik Zabaikal'skogo gosudarstvennogo universiteta = Transbaikal State University Journal*, 2021, no. 27 (3), pp. 82-86. (In Russ.) <https://elibrary.ru/bjtske>
18. Mal'chenkov S. Symbols of the USSR as a tool for preserving a unified civilizational identity in the post-Soviet space. *Materialy 5 Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii «Bol'shaya Evraziya: razvitiye, bezopasnost', sotrudnichestvo» = Proceedings of the 5th International Scientific and Practical Conference "Greater Eurasia: Development, Security, Cooperation"*. Moscow, 2023, vol. 6, pp. 626-628. (In Russ.) <https://elibrary.ru/luzsqi>
19. Nikolaeva E.V. Cross-cultural collisions: advertising representations of Russia. *Trudy Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo instituta kul'tury*, 2010, no. 190, pp. 472-479. (In Russ.)
20. Mikhailova Yu.N. (2015). Bear in political discourse. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta = Bulletin of Kemerovo State University*, no. 4 (64), pp. 143-146. (In Russ.) <https://elibrary.ru/vbwubt>
21. Chudinov A.P. *Rossiia v metaforicheskom zerkale: kognitivnoe issledovanie politicheskoi metafory (1991–2000)*. Ekaterinburg, Ural State Pedagogical University Publ., 2021, 238 p. (In Russ.) <https://elibrary.ru/qcnxbj>
22. Kapkan M.V., Likhacheva L.S. Etiquette norms and communicative practices of using greeting cards in contemporary Russian culture. *Izvestiya Ural'skogo federal'nogo universiteta. Seriya 1: Problemy obrazovaniya, nauki i kul'tury = Izvestia Ural Federal University Journal. Series 1: Issues in Education, Science and Culture*, 2020, no. 1 (26), pp. 120-128. (In Russ.) <https://doi.org/10.15826/izv1.2020.26.1.013>, (In Russ.) <https://elibrary.ru/mrrrji>
23. Marinin Yu.N. The theme of congratulations in Russian speech culture. *Grani poznaniya*, 2009, no. 1 (2), pp. 37-51. (In Russ.) <https://elibrary.ru/owvjun>

Информация об авторе

САВЕЛЬЕВА Татьяна Викторовна, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры филологии, Челябинский государственный университет, Миасский филиал, г. Миасс, Челябинская обл., Российская Федерация, <http://orcid.org/0000-0003-3257-2655>, tatjana-saveljeva2010@yandex.ru

Поступила в редакцию 02.12.2024
Поступила после рецензирования 11.06.2025
Принята к публикации 24.09.2025

Автор прочитал и одобрил окончательный вариант рукописи.

Information about the author

Tatyana V. Savelyeva, Cand. Sci. (Philology), Associate Professor, Associate Professor of Philology Department, Chelyabinsk State University, Miass Branch, Miass, Chelyabinsk region, Russian Federation, <http://orcid.org/0000-0003-3257-2655>, tatjana-saveljeva2010@yandex.ru

Received 02.12.2024
Revised 11.06.2025
Accepted 24.09.2025

The author has read and approved the final manuscript.