



## ВИЗУАЛЬНОЕ И ВЕРБАЛЬНОЕ В НОВОГОДНИХ ПОЗДРАВИТЕЛЬНЫХ ЭЛЕКТРОННЫХ ОТКРЫТКАХ

**Татьяна Викторовна Савельева**

Челябинский государственный университет (Миасский филиал), Миасс, Россия  
tatjana-saveljeva2010@yandex.ru, ORCID 0000-0003-3257-2655

**Аннотация.** Статья посвящена анализу электронных новогодних открыток как современной социокультурной практики, отражающей актуальные ценности и трансформации праздничной культуры. Исследование рассматривает их как поликодовый текст на материале 250 открыток, собранных из социальных сетей, мессенджеров и специализированных сайтов за 2024–2025 годы. В фокусе исследования – визуальный и вербальный компоненты. Анализ визуального ряда показывает доминирование атрибутов, лишенных глубокой исторической символики (новогодний шар, подарок, снеговик), над традиционными образами (елка, Дед Мороз), что свидетельствует об изменении мифологического восприятия праздника. Уникальным явлением становится присутствие образа президента страны. Вербальный компонент представлен в основном общими благопожеланиями (исполнения желаний, счастья, здоровья, радости), тогда как материальные ценности упоминаются значительно реже. Электронные открытки с Новым годом, в отличие от мемов данной тематической группы, сохраняют преимущественно позитивный и традиционно-поздравительный характер. В целом, исследование демонстрирует, как цифровая форма открытки фиксирует текущие общественные настроения и адаптирует календарную традицию к современным коммуникативным реалиям.

**Ключевые слова:** праздничная культура, Новый год, электронная открытка, визуальное, вербальное, поликодовый текст

**Для цитирования:** Савельева Т. В. Визуальное и вербальное в новогодних поздравительных электронных открытках // Динамика медиасистем. 2026. Том 6, Вып. 1. С. 101–105. doi: 10.47475/2949-3390-2026-6-1-101-105

Original article

### VISUAL AND VERBAL IN NEW YEAR'S GIFT E-MAILS

**Tatjana V. Saveljeva**

Chelyabinsk State University (Miass branch), Miass, Russia,  
tatjana-saveljeva2010@yandex.ru, ORCID 0000-0003-3257-2655

**Abstract.** The article is devoted to the analysis of electronic New Year's cards as a modern sociocultural practice reflecting current values and transformations of festive culture. The study examines them as a polycode text based on 250 cards collected from social networks, messengers, and specialized websites in 2024–2025. The focus of the study is on the visual and verbal components. An analysis of the visual series shows the dominance of attributes devoid of deep historical symbolism (New Year's ball, gift, snowman) over traditional images (Christmas tree, Father Frost), which indicates a change in the mythological perception of the holiday. The presence of the country's president becomes a unique phenomenon. The verbal component is mainly represented by general well-wishes (fulfillment of desires, happiness, health, and joy), while material values are mentioned much less frequently. Electronic New Year's cards, unlike the memes of this thematic group, retain a predominantly positive and traditionally congratulatory character. Overall, the study demonstrates how the digital form of the card captures current social sentiments and adapts the calendar tradition to modern communication realities.

**Key words:** festive culture, New Year, e-card, visual, verbal, polycode text

**For citation:** Saveljeva T. V. (2026). Visual and verbal in New Year's gift e-mails. *Dynamics of Media Systems*, Vol. 6, Issue 1: 101–105. doi: 10.47475/2949-3390-2026-6-1-101-105 (In Russ.).

Календарные традиции в современной праздничной культуре сохраняются в разных аспектах: застолье с традиционными блюдами, ритуальное поведение, обрядовый фольклор, праздничная одежда. Перечисленные элементы присутствуют в новогоднем праздничном комплексе неравнозначно: если календарно-обрядовый фольклор сегодня исполняется в основном в общественном пространстве

(его исполняют фольклорные коллективы и объединения), то праздничное застолье, елка, подарки, поздравительные открытки остаются неотъемлемым атрибутом личного праздничного пространства. При этом можно отметить постоянное изменение смыслового и функционального аспектов отдельных атрибутов под влиянием значимых или ситуативных социокультурных факторов (Мальшева 2025: 62).

Электронные поздравительные открытки, распространяемые в социальных сетях и мессенджерах и почти полностью заменившие обычные, сегодня являются одной из наиболее распространенных социокультурных практик празднования. Даже если индивид не вписывает какой-либо праздник, например, Новый год, в свою картину мира, не отмечает его, не поздравляет никого, он все равно является получателем поздравлений – в подавляющем большинстве в формате электронной открытки. Данный объект имеет и другие названия в научном поле: виртуальная открытка (Немчинова 2008), цифровая открытка (Зданович-Цыганяк 2021), интернет-открытка (Хлопова 2021), E-Cards, Postcard, greeting cards (Савельева 2025). Выполняя этикетную, коммуникативную, социокультурную, эстетическую, аксиологическую функции (Бутыльская 2013а), они служат интересным предметом изучения различных гуманитарных наук.

Мы уже подробно анализировали электронные поздравительные открытки с Днем России как поликодовый текст (Савельева 2025). Данное исследование посвящено другой тематической группе – новогоднему праздничному комплексу и анализирует визуальные и вербальные компоненты в электронных поздравительных открытках. Материалом послужили 250 открыток, собранных методом сплошной выборки в соцсети в VK (50), групповых чатах мессенджера WhatsApp (80), с сайта <https://www.kp.ru/family/prazdniki/novogodnie-otkrytki/> (100), из личного архива автора за 2024–2025(20). Выборка не очень объемная, однако она позволяет выявить некоторые характерные смысловые и эстетические аспекты новогодней электронной открытки. Мы рассматривали только статичное изображение и текст, без анимации и музыкального сопровождения.

Эстетическая и аксиологическая функции поздравительной открытки реализуются прежде всего в визуальных образах. Эстетическая функция, на наш взгляд, не нуждается в пояснении, а аксиологическая (ценностная) функция элементов визуального ряда поздравительной открытки заключается в том, что в них фиксируются этические и эстетические нормы и ценности культуры, социокультурные традиции, особенности восприятия праздника. Насыщенность электронных открыток изображениями неодинакова: от лаконичных с одним–двумя символами до нагромождения из более 20 образов на одной открытке. Ниже представлена таблица (Таблица 1. Элементы визуального ряда новогодних открыток) фиксированных в нашем материале визуальных образов, которая позволяет проследить частотность.

Таблица 1 – Элементы визуального ряда новогодних открыток

№ п/п	Визуальные образы	Количество употреблений
1	Новогодние шары	71
2	Елка (елка под снегом без игрушек)	44
3	Подарок	40
4	Снеговик	20
5	Звезда на елке	20
6	Еловая ветка	18
7	Бусы	18
8	Дед Мороз	16
9	Лошадь как атрибут года (в 2025 году змея)	14 (10)
10	Бокал с шампанским/бутылка шампанского	14/4
11	Медведь	14
12	Свечи	12
13	Серпантин	12
14	Дети	12
15	Заяц	12
16	Снежинка	10
17	Часы настенные	10
18	Снегурочка	8
19	Плед	8
20	Мандарины	8
21	В.В. Путин	7

Менее 4 раз встретились маяк, корабль, печатный пряник, ракета, красная икра, скалка, салют, чашка чая, автомобиль, волк, снежиры, кот Матроскин, пингвины, из антропоморфных образов – танцующая

пара, космонавт, М. Задорнов, Шварценеггер. Предсказуемо, что новогодний елочный шар будет самым популярным визуальным элементом, так как он несет минимум символической нагрузки, и в праздничном ритуальном комплексе является наиболее частотным атрибутом. Он присутствует не только на елке, но и на новогоднем столе, в праздничном декоре, в качестве новогоднего подарка. Иное дело образ елки. Изначально в русской мифологической картине мира елка считалась «деревом смерти», связанным с потусторонним миром. Об этом говорят ритуалы: использование еловых веток в похоронном обряде, захоронение самоубийц между двумя рядами елей – и табу: запрет на посадку елей возле дома, на постройку дома из еловой древесины (Душечкина 2012). Долгий путь становления елки в качестве одного из главных атрибутов праздника начиная с указа Петра I и заканчивая политической реабилитацией елки в годы советской власти изменили ранее приобретенные мифологические смыслы. Однако, судя по анализируемому материалу, она так и не стала первым символом праздника. Редкий гость на электронных новогодних открытках и Дед Мороз, встречается всего 16 раз, для сравнения новогодние шары – 71 раз. Кроме того, 7 из этих изображений юмористические: Дед Мороз на пляже, в черных очках, лошадь в костюме Деда Мороза. Снеговик и подарок значительно обгоняют по частоте присутствия и Деда Мороза, и Снегурочку, и оленя, и мандарины, выстраивая актуальный ассоциативный ряд символики Нового года. Сопоставляя наши данные с социокультурным анализом русской новогодней открытки Л. В. Бутыльской (Бутыльская 2013b), можно отметить исчезновение из визуального ряда таких образов, как Старый год (старик) и Новый год (мальчик), один раз встретились снегири, совсем не нашлось синичек. Присутствие на новогодних электронных открытках президента страны (Рис. 1) характеризует социокультурную ситуацию, отражает настроения в обществе.



Рис. 1. Поздравительная открытка с президентом

Вербальный компонент представлен традиционной частью поздравительной открытки (и электронная не является исключением) – благопожеланиями. 62 открытки в нашем материале имеют лаконичную надпись «С Новым годом!», в остальных присутствуют развернутые тексты. Эпитеты, которыми характеризуется Новый год в благопожеланиях (расположены по частоте в порядке убывания): волшебный, сказочный, счастливый, добрый, успешный, яркий, веселый, неповторимый, уникальный, теплый, уютный, насыщенный, красивый, мирный.

Самое частотное благопожелание в представленном материале – «исполнения всех желаний» / «пусть сбудутся заветные мечты» (42 % от общего количества, 105 штук). Частотность остальных можно увидеть в приведенной ниже таблице (Таблица 2. Благопожелания в новогодних поздравительных электронных открытках).

Таблица 2 – Благопожелания в новогодних поздравительных электронных открытках

№ п/п	Благопожелание	Количество употреблений
1	Исполнения желаний	26
2	Исполнения мечты	18
3	Счастья	16
4	Здоровья	13
5	Улыбок	12
6	Хорошего настроения/новогоднего	12
7	Успеха/успехов	11
8	Благополучия	10

9	Радостных моментов / радости/веселья	10
10	Вдохновения	6
11	Любви	6
12	Подарков	6
13	Сюрпризов	6
14	Процветания	5
15	Фейерверков	3
16	Достатка	3
17	Стабильности	3
18	Мира	2
19	Высокой зарплаты	2
20	Все, что вы хотите	2

Как видно из таблицы, наиболее частотными являются общие благопожелания, при этом материальные блага (достаток, зарплата, процветание) по количеству употреблений значительно отстают от пожеланий счастья, настроения, радости и т. п.

В отличие от открыток к празднику 8 марта, среди новогодних электронных открыток встретилось гораздо меньше юмористических. Мемы, тематически связанные с Новым годом и рассылаемые также в преддверии праздника в соцсетях и мессенджерах, в большинстве случаев нельзя отнести к поздравительным открыткам. Новогодние мемы транслируют проблемные аспекты Нового года: переедание в новогодние праздники, планирование изменить свою жизнь в новом году, отсутствие денег перед новым годом или после праздников, количество подарков, которые надо купить для всех, тяжелый выход на работу после праздников, желание верить в Деда Мороза, чудо, словом, желание почувствовать себя ребенком (Рис. 2).



Рис. 2. Новогодний мем

Таким образом, мы видим, что электронная поздравительная открытка с Новым годом как элемент праздничной культуры отражает ценности и ориентиры общества на современном этапе.

#### Список литературы

Бутыльская Л. В. Социокультурный феномен открытки (на примере русской свадебной открытки) // Ученые записки Забайкальского государственного гуманитарно-педагогического университета. Серия «Филология, история, востоковедение». 2013а. № 2 (49). С. 66–70.

Бутыльская Л. В. Социокультурные аспекты изучения русской новогодней открытки // Гуманитарный вектор. 2013в. № 4 (36). 143–148.

Душечкина Е. В. Русская елка: pro et contra // Проблемы истории, филологии, культуры. № 2 (36). 2012. С. 278–273.

Зданович-Цыганяк К. Э. Публичность в исповедальной культуре – медиаконтекст // Вестник культуры и искусств. 2021. № 3 (67). С. 108–114.

Мальшева Д. А. Праздник в проекциях культуры XXI века: актуальные эффекты и трансформации // Вестник культуры и искусств. 2025. № 1 (81). С. 61–67.

Немчинова Н. В. Корпоративная поздравительная открытка: коммуникативный и деловой аспект // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. Серия «Языкознание». 2008. № 86. С. 217–221.

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>.

Хлопова А. И. Интернет-открытка как поликодовый текст // Глобальный научный потенциал. 2021. № 4 (121). С. 232–235.

#### References

Butyl'skaya, L. V. (2013a). Sotsiokul'turnyi fenomen otkrytki (na primere russkoi svadebnoi otkrytki) [The sociocultural phenomenon of postcards (on the example of Russian wedding postcards)]. *Uchenye zapiski Zabaykal'skogo gosudarstvennogo gumanitarno-pedagogicheskogo universiteta. Seriya «Filologiya, istoriya, vostokovedenie»*, 2 (49), 66–70. (In Russ.).

Butyl'skaya, L. V. (2013b). Sotsiokul'turnye aspekty izucheniya russkoi novogodnei otkrytki [Sociocultural aspects of studying Russian New Year postcards]. *Gumanitarnyi vektor*, 4 (36), 143–148. (In Russ.).

Dushechkina, E. V. (2012). Russkaya elka: pro et contra [The Russian Christmas tree: pro et contra]. *Problemy istorii, filologii, kul'tury*, 2 (36), 278–283. (In Russ.).

Zdanovich-Tsyganyak, K. E. (2021). Publichnost' v ispovedal'noi kul'ture – mediakontekst [Publicity in confessional culture – media context]. *Vestnik kul'tury i iskusstv*, 3 (67), 108–114. (In Russ.).

Malysheva, D. A. (2025). Prazdnik v proektsiyakh kul'tury XXI veka: aktual'nye efekty i transformatsii [Holiday in the projections of the 21st century culture: current effects and transformations]. *Vestnik kul'tury i iskusstv*, 1 (81), 61–67. (In Russ.).

Nemchinova, N. V. (2008). Korporativnaya pozdravitel'naya otkrytka: kommunikativnyi i delovoi aspekt [Corporate greeting card: communicative and business aspect]. *Izvestiya Rossiiskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta im. A. I. Gertsena. Seriya «Yazykoznanie»*, 86, 217–221. (In Russ.).

Saveljeva, T. V. (2025). Transformatsiya sotsiokul'turnykh praktik prazdnovaniya: elektronnaya otkrytka kak polikodovyi tekst [Transformation of sociocultural celebration practices: electronic postcard as a policode text]. *Neofilologiya*, 11 (3), 705–720. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2025-11-3-705-720>. (In Russ.).

Khloпова, A. I. (2021). Internet-otkrytka kak polikodovyi tekst [Internet postcard as a policode text]. *Global'nyi nauchnyi potentsial*, 4 (121), 232–235. (In Russ.).

#### Информация об авторе

**Т. В. Савельева** – кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры филологии Миасского филиала Челябинского государственного университета

#### Information about the author

**Tatjana V. Saveljeva** – Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Philology, Chelyabinsk State University (Miass branch)

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

The author declares no conflicts of interests.

Статья поступила в редакцию 13.12.2025, одобрена после рецензирования 28.01.2026,  
принята к публикации 12.02.2026.

The article was received by the editors on 13.12.2025, approved after review on 28.01.2026;  
accepted for publication on 12.02.2026.