

аспектам рекламы, в частности, к цветовой гамме. Доминирующее значение красного цвета в китайской культуре отражает глубоко укоренившиеся культурные ценности и традиции, связанные с празднованием Нового года. В Беларуси наблюдается более сложная система культурных ассоциаций, где разные цвета могут представлять различные аспекты праздника. Полученные данные подчеркивают важность учета культурных контекстов при разработке маркетинговых стратегий и рекламных кампаний, ориентированных на различные рынки. Учет культурных особенностей при выборе цветовой палитры рекламных материалов является необходимым условием для эффективного воздействия на потребительское поведение и достижения поставленных маркетинговых целей.

#### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Стефановская, Н. А. Социологические исследования чтения: теория, методика, практика : науч.-практ. пособие / Н. А. Стефановская. – М. : Литера, 2013. – 144 с.
2. Сысоева, С. В. Использование цвета в рекламе / С. В. Сысоева // СТЭЖ. – 2011. – № 12. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-tsveta-v-reklame> (дата обращения: 29.03.2025).
3. Фарамуш, О. К. Появление цвета в рекламе и его использование на рубеже XIX-XX вв. / О. К. Фарамуш // Гуманитарный акцент. – 2017. – № 3. – С. 71-79.

Гавриловец Т.Д., студент 308 группы  
очной формы получения образования  
Научный руководитель – Бовбель Е.В.,  
преподаватель

## **ТРАНСФОРМАЦИЯ ПОЗДРАВИТЕЛЬНОЙ ОТКРЫТКИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ**

Во все времена коммуникация являлась основой взаимоотношений людей, способствуя развитию различного вида отношений между ними. С течением временем общение приобретало новые формы и способы передачи информации, например, возникло эпистолярное общение, то есть с помощью переписки. Сначала такое общение заключалось в обмене рукописными почтовыми письмами, однако с увеличением количества праздников в календаре возникла необходимость в особенном выражении своих слов – таким образом появились поздравительные открытки. Сегодня, в век преобладания цифровых коммуникаций и «быстрых» сообщений, они не потеряли свою актуальность и уникальность, так как стали не только способом поздравления, но и символом проявления заботы, внимания и особенного личного подхода к людям. В данной статье мы рассмотрим определение понятия «открытка», обратимся истории поздравительной открытки, а также проанализируем тенденции, наблюдающиеся в современной открытке.

Изначально данное полиграфическое изделие именовалось как «открытое письмо» и представляло собой «особый вид почтовой карточки для письма, отправляемого без конверта, на лицевой стороне которой располагалось изображение, а обратная сторона была предназначена для написания адресов получателя и отправителя и почтовой марки», а также карточку из плотной бумаги или картона без адресной строки и марки [9, с. 98]. Л. Викулова и А. Пятницкая в статье «История поздравительной открытки» трактуют данный термин следующим образом: «Открытка – это важный элемент культуры поздравления, укрепляющий межличностные отношения между людьми и может быть дополнением к любому подарку или даже самим подарком. Открытка, как

подарок может отправляться по разным поводам как выражение симпатии, признательности, любви или дружбы; сочувствия и др.» [3, с. 156].

Чтобы проследить происхождение и трансформацию поздравительной открытки, обратимся к истории её развития. Существуют различные версии появления открыток. Так, В. Лещинская в книге «Большая книга праздников и развлечений» утверждает, что прототипом открытки являются поздравления на свитках папируса в Египте [5, с. 30]. О.И. Короленко в работе «Комплимент и поздравительная речь как эпидейктические жанры академического дискурса XVII–XVIII вв.» пишет, что открытка в современном представлении появилась в Англии, когда в 1843 г. предприниматель Г. Коул представил первую коммерческую рождественскую открытку, изданную промышленным способом [4, с. 17]. Т.В. Аннушкина считает, что первым идею «открытого» письма высказал Г. фон Штефан, выдающийся деятель в почтовом деле Нового времени, на конференции Германского почтового союза в 1865 г., однако предложение было отвергнуто из-за неготовности общества использовать открытый почтовый лист. Вскоре австрийский профессор Е. Герман в газете *Neue Freie Presse* предложил удешевить открытку и ввести ее в почтовое обращение, назвав её «корреспонденцкарта». Таким образом, первые открытки были выпущены в продажу 1 октября 1869 г. на Венском почтамте [1, с. 450].

Важным этапом в трансформации открыток Л. Викулова и А. Пятницкая считают произошедшее в 1904 г. разделение адресной стороны открытого письма на две части: «одна, снабжённая горизонтальными линейками, предназначалась для адреса; другая – для письменного послания... Началом истории иллюстрированной открытки в России стал 1894 г.: бланки открытых писем было разрешено выпускать частным предприятиям» [3, с. 158].

В труде «Открытка в контексте культуры: атрибуция, научное описание, экспонирование» М.В. Самбур выделяет этапы формирования отечественной открытки, говоря о том, что в России открытка появилась в конце XIX в., однако

не была иллюстрирована до 1895 г. Также автор отмечает, что в период с 1952 по 1970 гг. было произведено более 1,1 млрд экземпляров и появилось множество различных видов открыток, от поздравительных до юмористических и документальных. Однако постепенно производство пошло на спад и массовый выпуск открыток был возобновлён только в XXI в. [8, с. 29-47].

С развитием информационных технологий создание открыток перестало быть исключительно частью полиграфического дизайна, но стало доступно для создания всем желающим. Почтовые карточки стали не только способом поздравления на праздник, но и средством поднятия настроения своим близким на каждый день. Сегодня «открытое письмо» можно создать с помощью бесплатных графических редакторов, используя как смартфон, так и компьютер. Во многих современных графических редакторах представлены все необходимые инструменты для создания открыток: наложение, выравнивание, цветокоррекция, фильтры, а также готовые материалы. К таким редакторам можно отнести PicsArt, Photoshop Express, Lumii (для смартфонов), а также Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, Corel Draw (для компьютеров).

В наши дни открытки по способу вручения делятся на 2 вида: печатные и виртуальные. Повседневный обмен открытками воспринимается не так, как обмен ими на важные события или праздники, в следствие чего «онлайн» открытки зачастую теряются во множестве мессенджеров или среди фотографий в галерее смартфона, соответственно, имеют меньшую ценность и быстрее забываются [6, с. 15].

В связи с этим большую ценность имеют печатные открытки, которые могут быть как приобретены в специализированных магазинах, печатных центрах, так и сделаны собственноручно. Н.В. Родионова и Н.Ю. Корявцева в статье «Современная открытка как объект графического дизайна» анализируя современные открытки, пишут об изменениях в печатной сфере: использование новых дизайнерских материалов (фольга, тонирование и теснённая бумага) и

отделочных операций, таких как фольгирование, тиснение, ламинирование, ультрафиолетовое лакирование, конгрев, биговка, высечка и вырубка по контуру. Вдобавок к этому, появились и новые техники создания «открытого письма»: нитяная графика – создание изображения с помощью нитей на бумаге или картоне; открытки с тиснением – получение рельефного изображения путём выдавливания специальной палочкой через трафарет либо прокатывание через специальную машинку для теснения; поздравительные карточки с элементами шейкера – наличие полых детали из прозрачного материала, заполненной пересыпающимся внутри наполнителем; пергамано – добавление ажурных элементов из специальной кальки с высокой плотностью и др. [7, с. 148].

Говоря о современном состоянии открытки, стоит отметить, что с 2000-х гг. открытка претерпевает семиотическую трансформацию, превращаясь из носителя информации в полноценное сообщение или поздравительный знак, способный идентифицировать автора. Печатные открытки, несмотря на развитие цифровых технологий, продолжают занимать важное место в межличностной коммуникации. Они сохраняют привлекательность благодаря своей материальности, художественному оформлению и эмоциональной значимости. Многие люди ценят их как традиционный способ выражения заботы, внимания и персонализированного подхода. Подтверждением востребованности почтовых открыток является участие Беларуси в международном обмене открытками на официальном сайте посткроссинга: более чем за 15 лет было отправлено более 2,9 млн открыток, что составляет 3,6% от общего количества отправленных открыток. В мировом рейтинге посткроссинга Беларусь занимает восьмое место по количеству отправленных открыток [10].

С развитием цифровых технологий появилась альтернатива в виде виртуальных открыток, которые существенно расширили возможности персонализации. Такие открытки соответствуют стремлению людей к индивидуализации, предоставляя возможность подчеркнуть собственное «я» в

цифровом пространстве. Однако виртуальные открытки лишены некоторых ключевых характеристик, таких как материальность, а значит не могут быть сохранены как памятный объект, который способен вызвать ностальгию спустя годы. Тем не менее, они отлично справляются с задачей мгновенной и интерактивной передачи эмоций, что делает их популярным выбором среди активных пользователей. Дальнейшее развитие открыток в целом связано с новыми техническими возможностями, адаптацией к потребностям различной аудитории [2, с. 31].

Таким образом, несмотря на развитие цифровых коммуникаций, современные поздравительные открытки сохраняют свою актуальность и уникальность. Они не только продолжают выполнять основную функцию – передачу поздравлений, но и становятся символом внимания, заботы и личного подхода. Использование новых технологий и дизайнерских материалов позволяет создавать открытки с разнообразными визуальными и тактильными эффектами, что приближает их к произведениям искусства. Открытки стали важной частью культуры поздравлений и межличностных отношений, подчёркивая значение личного внимания и тепла в эпоху быстрого и зачастую безличного общения.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Аннушкина, Т. В. Поздравительная речь / Т.В. Аннушкина // Эффективное речевое общение (базовые компетенции): словарь-справочник / под ред. А. П. Сковородникова; Сибирский федеральный университет. – 2-е изд. – Красноярск: Сибирский федеральный университет, 2014. – С. 449–50.
2. Белько, Т. В. Открытка в коммуникативной культуре конца XX – начала XXI вв.: определение, функции, тенденции развития / Т. В. Белько, А. В. Агафонова // Манускрипт. – 2016. – №12-2 (74). – С. 31–33.

3. Викулова, Л. Г. История поздравительной открытки / Л. Г. Викулова, А. Е. Пятницкая // *Crede Experto: транспорт, общество, образование, язык.* – 2017. – № 4. – С. 155–164.

4. Короленко, О. И. Комплимент и поздравительная речь как эпидейктические жанры академического дискурса XVII-XVIII вв. / О. И. Короленко // *Вестник МГПУ.* – Серия: Филология. Теория языка. Языковое образование. – 2016. – №3 (23). – С. 16–22.

5. Лещинская, В. В. Большая книга праздников и поздравлений / В. В. Лещинская. – Москва : Аделант, 2010. – 783 с.

6. Ляшенко, Е. С. О трансформациях в композиции открытки: от печатной к цифровой / Е. С. Ляшенко // *Дизайн, мода, культурные индустрии: мат. VI Международной научно-практич. конф., Чита, 11–12 ноября 2019 года / Забайкальский государственный университет; отв. редактор М. И. Гомбоева.* – Чита: ЗабГУ, 2019. – С. 14–28.

7. Родионова, Н. В. Современная открытка как объект графического дизайна / Н. В. Родионова, Н. Ю. Корявцева // *Музыкальное и художественное образование: опыт, традиции, инновации: сб. научн. ст. II Международной научно-практич. конф., Чебоксары, 26 ноября 2020 года.* – Чувашский государственный педагогический университет им. И.Я. Яковлева; ответств. ред.: Е. В. Бакшаева, Г. Г. Тенюкова. – Чебоксары: ЧГПУ, 2020. – С. 147–151.

8. Самбур, М. В. Открытка в контексте культуры: атрибуция, научное описание, экспонировани: дис. на соискание ученой степени кандидата историч. наук / Самбур М. В. – М., 2014. – 192 с.

9. Самбур, М. В. Трансформация открытого письма (открыток) в современном социокультурном пространстве / М. В. Самбур // *Вестник МГУКИ.* – 2011. – №5. – С. 97-100.

10. Belarus in Postcrossing [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.postcrossing.com/country/BY>. – Дата доступа: 20.03.2025.