

УДК 130.2 (051)

О.В. ІВАЩЕНКО

**ЖУРНАЛ У СУЧАСНОМУ КУЛЬТУРНО-АНТРОПОЛОГІЧНОМУ ДИСКУРСІ:  
МЕТОДОЛОГІЧНІ МОЖЛИВОСТІ І ТЕОРЕТИЧНІ ПЕРСПЕКТИВИ**

Іващенко Ольга Василівна – канд. філос. н., доцент кафедри філософії ХНПУ імені Г.С.Сковороди

Статтю присвячено виявленню методологічних можливостей і теоретичних перспектив у вивченні графічного оформлення журнальної продукції. Доводиться, що журнал, як феномен модерної культури, потребує більш детального дослідження як у площині культурної антропології, так і в проблемному полі антропології техніки. Було визначено, що розгляд журналу як своєрідної культурної монади дозволяє побудувати його онтологію.

**Ключові слова:** журнал, графічне оформлення, монада, культурна антропологія, антропологія техніки.

Статья посвящена исследованию методологических возможностей и теоретических перспектив в изучении графического оформления журнальной продукции. Доказывается, что журнал как феномен культуры модерна нуждается в более детальном исследовании как с позиций культурной антропологии, так и в проблемном поле антропологии техники. Было определено, что рассмотрение журнала как своеобразной культурной монады позволяет выстроить его онтологию.

**Ключевые слова:** журнал, графическое оформление, монада, культурная антропология, антропология техники.

This article is devoted to the investigations of methodological possibilities and theoretical perspectives in researching graphical design of journal production. It is proved that journal as a culture of modern phenomenon needs more detailed research as from cultural anthropology positions as in problem field of technique anthropology. It was defined that accepting journal as an original cultural monad allows to build its ontology.

**Key words:** journal, graphical design, monad, cultural anthropology, technique anthropology.

© О.В. Іващенко, 2012

**Постановка проблеми.** Актуальність проблеми пояснюється тим, що журнал є феноменом модерної культури. Його появу, ствердження і поширення в сучасних соціокультурних контекстах слід розглядати не тільки у площині духовного виробництва, а й більш широко – у горизонті антропосоціогенезу, бо виробляти і споживати журнальну продукцію може лише людина з розвинутими культурними і комунікативними компетентностями. При цьому журнальне оформлення відіграє далеко не останню роль у формуванні такої людини. Антропологічний вимір журнального дизайну дозволяє на мікрорівні теоретичного аналізу виявити функціональність, періодичність культурних формоутворень. Журнал є безперервним процесом співтворчості авторів, редакторів, художників, дизайнерів, а також споживачів журнальної продукції. Журнал як процес – а будь-яке періодичне видання є процесуальним за своїм визначенням – сприяє формуванню сфери публічності, без якої не може існувати сучасна духовна культура.

Філософсько-антропологічна концептуалізація журнального дизайну дозволяє поглибити уявлення про людинотворчі наслідки взаємодії між словом і зображенням. Синергія слова і зображення здатна прискорювати соціогенетичні і психогенетичні процеси антропосоціогенезу, підносити людину на новий рівень цивілізаційного розвитку. У цьому контексті актуалізується ідея К. Маркса про можливість примноження й реалізації сутнісних сил людини як об'єктивацій промисловості.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Періодичні видання мають своє обличчя, яке потребує впізнання, закріплення не тільки у сло-

ві, а й у зображенні. Слід зазначити, що технологічному аспекту не тільки журнальної продукції, але й духовного виробництва в цілому у сучасній філософській думці все ще приділяється недостатньо уваги. Культурне значення антропології техніки починає усвідомлюватись тільки у другій половині ХХ століття, так само, як і культурно-антропологічний статус графічних зображень, діаграм, засобів наочної агітації тощо. Г. Закссе, один із засновників сучасної антропології техніки, характеризуючи сучасну людину як *homo sapiens technicus*, вказує на необхідність широкого розуміння техніки. Він пише: «Засоби, які застосовує техніка, можуть виступати як знаряддя для виготовлення знарядь, як інструменти, як виробниче обладнання різного типу, але разом з цим також і як методи і способи дії. Застосоване тут поняття техніка у цьому сенсі виходить за межі інженерної техніки. Воно охоплює також інженерну техніку і системотехніку, а також техніку нанесення мазків пензлем, притаманну художнику, або ж техніку дихання, яку практикує співак, тобто усі спеціальні методи, спрямовані на краще досягнення будь-чого» [1, с. 425].

Разом з цим, слід зауважити, що оформлення журналу – це не тільки і не стільки техніка, а й мистецтво і комунікація. У теоретичному плані нагальними проблемами філософського осмислення журнального дизайну є розробка його понятійно-категоріального апарату, культурно-антропологічна концептуалізація феномена журналу та дослідження специфіки журнального оформлення. Водночас необхідно констатувати, що журнал, як феномен духовної культури, має свої онтологічні

характеристики, які виходять за межі формально-описового аналізу. Спираючись на методологічні засади «Монадології» Ляйбніца, журнал доцільно розглянути як культурну монаду. Яка є відносно самостійною онтологічною одиницею, яка існує у культурному просторі, узгоджується з соціальними ритмами і локальними характеристиками. Але також має свої життєві цикли та просторово-темперальні характеристики.

**Мета дослідження.** Виявлення методологічних можливостей і теоретичних перспектив у вивченні графічного оформлення журнальної продукції. Довести, що журнал, як феномен модерної культури, потребує більш детального дослідження як у площині культурної антропології, так і у проблемному полі антропології техніки.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Журнальний дизайн виникає на ґрунті урбаністичної масової культури, яка посилює інтерес широких верств суспільства до так званих «транспортбельних видовищ» [5, с. 23-231]. У цьому зв'язку слід зауважити, що ХХ століття формує своєрідний світ видовищного синтезу, який спричиняє поворот до культури зображення (pictural turn). Останніми роками з'явилися праці, які зосереджують увагу на культурно-антропологічному аспекті такого повороту [6].

Видовище – це універсальний феномен, котрий пройшов через всі ланки культури. У ХХ столітті цей феномен набуває індивідуального та надіндивідуального характеру, стає глобальним і локальним. Виникають авангардистські течії, змінюється зображувальна мова; виникають абстракціонізм, сюрреалізм, маса різних ізмів. Виникає промислове мистецтво – дизайн, з'являється мистецтво кіно, телебачення, комп'ютерна реальність. Реальним є все те, що дається людині примусово, те, що дається їй як світ ХХ століття [2, с. 10]. Отже, минуле століття вкрай загострює глибинну дихотомію культури – співвідношення Зображення та Слова. Саме цим обумовлений міждисциплінарний підхід до дослідження феномена журналу та його оформлення у площині культурно-антропологічного аналізу.

Як приклад реалізації такого підходу можна назвати праці Ю. Легенького [див. 3], в яких масове мистецтво та журнал зокрема аналізується з естетико-культурологічних засад, але з урахуванням антропологічного підґрунтя. Такий підхід дає можливість зосередитися на аналізі проблем співіснування публіцистичних матеріалів та оформлення у журналі, що дозволяє розглянути журнал як процес і результат культурної творчості, як єдність її креативного і технологічно-винахідливого аспектів.

Можливості міждисциплінарного підходу посилюються через застосування історико-генетичного методу, який дозволяє визначити статус журналу в ранньому і пізньому Модерні. Як культурне формоутворення журнал виникає у культурі раннього Модерну. Він виконував функції критичної саморефлексії освіченої публіки. Ю. Габермас тут виділяє передусім художні та культурно-критичні журнали, а також «моральні щотижневики»

(moralischen Wochenschriften). Він пише: «Художні та культурно-критичні журнали як інструменти критики мистецтва є типовими утвореннями XVIII-го століття. ... Критичні журнали відокремились як від осередків, де проводились культурні бесіди, так і від літературних творів, які торкалися змісту цих бесід» [4, с. 105].

У наукових періодичних виданнях, критичних і публіцистичних журналах раннього Модерну, які були провісниками становлення масової культури, оформлення не відігравало значної ролі і зводилось до технологічного мінімуму. Демаркація між журналом як медіумом освіченої публіки (Bildungsbuergertum) та продуктом масової культури, доступної кожному. У Західній Європі журнали для наукової та літературної еліти та для мас, які на початку ХХ століття одержали доступ до освіти, відрізняються не тільки змістом, але й оформленням. Тут починають відігравати активну роль журнальна графіка, ілюстрації, карикатури тощо. Ця демаркація знаходить прояв навіть на вербальному рівні. Так звані «серйозні» журнали називаються Journal, Editorial, а їхні ілюстровані різновиди – Magazin.

В українській традиції такої лівістично закріпленої демаркації не існує. Однією з причин цієї особливості визначення статусної позиції журналів є те, що ліквідація неписьменності й розбудова масової культури тут відбувалась здебільшого за радянських часів, коли ілюстровані періодичні видання були підпорядковані ідеологічним завданням. Слід сказати, що до аналізу журнальної продукції з філософських, естетичних і культурологічних позицій зверталися упродовж всього існування цієї продукції. Однак такий аналіз, без урахування дизайну журнальної продукції, є фрагментарним і не створює цілісного уявлення про журнал – феномен доби Модерну.

Разом з цим, слід зауважити, що філософсько-антропологічний аналіз журнального зображення є відповіддю на виклики сьогодення, коли відбувається поворот до культури зображення (pictural turn). Саме графічне оформлення дозволяє поєднати у спільному комунікативному просторі читача і глядача, автора тексту й художника-дизайнера. Це можна пояснити тим, що, завдяки журнальному дизайну, забезпечується безперервність вербальної і невербальної комунікації.

Навіть зважаючи на той факт, що останнім часом філософія дизайну набула своєї актуальності як новий перспективний напрямок, що лежить на межі багатьох наук – філософської антропології, культурології, технічної естетики тощо, ця методологічна можливість ще не застосовувалась до журнального оформлення. Окрім того, предметна демаркація журнального дизайну також наптовхується на низку проблем методологічного характеру. Передусім це обумовлено тим, що журнальний дизайн як такий не виділявся до останнього, а його дослідженням займалися лише деякі дослідники з технічної естетики, здебільшого у площині книжкової графіки. Отже, фундаментального дослідження журнального оформлення та дизайну журнальної продукції у тематичному полі україн-

ського мистецтвознавства та філософії культури не існує, що значною мірою зумовлює актуальність даної теми. Безперечно, журнальне оформлення – це універсальна форма фіксації та закріплення соціокультурного досвіду, а також універсальний механізм передачі духу часу. Саме тому, аналізуючи творчий доробок, привнесений у справу розвитку українського журнального мистецтва, необхідно зробити зауваження щодо історичного контексту та методологічного забезпечення журнального процесу в різні історичні часи.

**Висновки.** Історичний вимір журнального дизайну дозволяє констатувати той факт, що перші звернення до вивчення оформлення журналів вже наявні у працях мистецтвознавців 20-х років, у дослідженнях присвячених проблемам розвитку української графіки. Передусім статті Ф. Ернста, С. Таранушенка, М. Макаренка, А. Артюхової, Д. Чукіна, І. Каганова та інших, надруковані здебільшого в журналі «Бібліологічні вісті».

Досвід міждисциплінарних досліджень цієї доби дозволяє зробити теоретичні узагальнення щодо культурного й антропологічного статусу журнального оформлення. Журнальне оформлення надає журналу тілесності. Розгляд культурного оформлення як культурного тіла, створеного людиною-творцем, допомагає зробити висновок, що дослідники визначили як загальні тенденції розвитку української видавничої справи, так і започаткували культурно-антропологічний підхід до аналізу соціокультурної значущості обкладинки в цілому. Цікавим є той факт, що тривалий час журнальна графіка розглядалася як частина книжкової графіки. Навіть у критичній літературі 20-х років термін «журнал» майже не зустрічається, а немовби отожднюється з «книгою». У зв'язку з чим проблемне поле журналу не має теоретичної автономії, значною мірою отожднюється із проблемним полем книги. Між тим, не заперечуючи близькості журнального та книжкового графічного оформлення, слід відзначити їх самостійність, що дозволило журнальному оформленню створити протягом віку власну історію, зберегтися і відкрити сучасним дослідникам нові потенційні можливості. Це додатково активізувало інтерес до дослідження журнальної продукції.

У сучасному культурно-антропологічному дискурсі журнал розглядається як процес і результат культурної та соціальної творчості (А.Гелен, М.Ландман). Як результат цієї творчості він може належати як до культури споживання, так і виконувати людинотворчу функцію: розвивати особистість. У першому випадку – це журнал, побудований за принципом «картинки без образів, тексти без думок». У другому ж випадку посилюється гуманістична складова як тексту, так і оформлення журналу.

Культурно-антропологічна концептуалізація журналу дозволяє розглянути його як складний організм, який постійно розвивається, це рухома культурна форма. На відміну від інших видань, різні матеріали потребують різноманіття способів подавання, фактор періодичності дозволяє дизайнеру експериментувати, розкривати свій творчий потенціал. Для того, щоб періодичне видання було життєздатним, воно повинне мати жорстку структуру та відповідати законам художності. Це досягається створенням системи побудови журналу, відповідній художньо-графічній концепції, а саме: наявністю модульної мережі та системи рубрикації, визначенням принципів верстки. Саме в такому ракурсі журнал, як одну із культурних форм Модерну, майже не досліджено. Тому, на нашу думку, холистична концептуалізація дизайну в журнальній продукції із урахуванням його антропологічної складової зумовлює необхідність реконструкції «прямих» і «опосередкованих» інваріантів осмислення цієї проблеми.

Отже, журнальне оформлення можна розглядати як своєрідний комунікативно-трансляційний засіб, що забезпечує стійку історико-генетичну спадковість у дизайнерських і соціокультурних процесах доби Модерну. Саме тому, аналізуючи принципи становлення і розвитку системи оформлення журналів на Україні, слід розглядати національні особливості у контексті загальносвітових еволюційних тенденцій, враховуючи, що різноманітні національні стилі та школи оформлення постійно взаємодіють та взаємозбагачують одна одну. Процес взаємообміну залучає як практичні, так і теоретичні здобутки. Наявність досвіду та рівень теоретичних розробок визначають ступені зрілості та самостійності тієї чи іншої школи оформлення. Отже, журнал – це складне синтетичне утворення, в якому поєднуються національні та універсальні культурні смисли. Журнали відтворюють багатогранну, цілісну картину дійсності в усьому багатстві індивідуальних проявів. Вони відіграють важливу роль у суспільному житті, є потужним засобом впливу на особистість.

Таким чином, аналіз методологічних можливостей і теоретичних перспектив показує, що розгляд журналу як своєрідної культурної монади дозволяє побудувати його онтологію, а також розглянути суспільне життя на зразок журналу, дизайн якого визначається вже не на підставі образотворчої культури, а на основі політичних уподобань. Становлення й розвиток журнального дизайну обов'язково вимагає регіональної визначеності та врахування специфіки дизайну у журнальній продукції, яка дозволяє, у свою чергу, простежити вплив суспільно-політичних, соціально-культурних та економічних факторів на створення журналу.

#### ЛІТЕРАТУРА:

1. Заксе Х. Антропология техники / Заксе Х. // Философия техники в ФРГ: пер. с нем. и англ. [Составл. и предисл. Ц.Г.Аркажаняна и В.Г.Горохова]. – М.: Прогресс. – 1989. – С. 424 – 439.
2. Легенький Ю.Г. Дизайн: культурология та естетика / Ю.Г. Легенький / – К.: КДУТД, 2000. – 272 с.
3. Легенький Ю.Г. Культурология изображения (опыт композиционного синтеза) / Ю.Г. Легенький – Киев: ГАЛПУ, 1995. – 412 с.
4. Habermas Jürgen. Strukturwandel der Öffentlichkeit / Jürgen Habermas / Frankfurt am Main: Suhrkamp. 1990. – 391 S.

- 
5. Heinrichs Hans-Jürgen. Die Kunst des Philosophierens. / Heinrichs Hans-Jürgen, Peter Sloterdijk / –München: Carl Hanser Verlag. – 2011. – 376 S.
  6. Scholz Oliver K Bild, Darstellung, Zeichen. Philosophische Theorien bildlicher Darstellung / Scholz Oliver K Bild, Darstellung, Zeichen / Frankfurt am Main: Klostermann. – 2004. – 220 S.