

**Харківський національний педагогічний університет
імені Г. С. Сковороди**

ІВАЩЕНКО Ольга Василівна

УДК 130.2 (051)

**ЖУРНАЛ ЯК ФЕНОМЕН МОДЕРНОЇ КУЛЬТУРИ:
ФІЛОСОФСЬКО-АНТРОПОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ ГРАФІЧНОГО
ОФОРМЛЕННЯ**

**Спеціальність 09.00.04 – філософська антропология,
філософія культури**

**АВТОРЕФЕРАТ
дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата філософських наук**

Харків – 2011

Дисертацією є рукопис.

Робота виконана в Харківському національному педагогічному університеті імені Г.С. Сковороди на кафедрі філософії історичного факультету.

Науковий керівник: доктор філософських наук, професор
КУЛТАЄВА Марія Дмитрівна,
Харківський національний педагогічний
університет імені Г. С. Сковороди,
завідувач кафедри філософії.

Офіційні опоненти: доктор філософських наук, доцент
ГУЖВА Олександр Павлович,
Українська державна академія залізничного
транспорту (м. Харків),
завідувач кафедри історії;

кандидат філософських наук, доцент
СОШНІКОВ Андрій Олександрович
Харківський національний університет
внутрішніх справ, доцент кафедри
філософії і політології.

Захист відбудеться „7” вересня 2011 року о 14.00 на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 64.053.07 в Харківському національному педагогічному університеті імені Г.С. Сковороди за адресою: 61002, м. Харків, вул. Артема, 29.

З дисертацією можна ознайомитися у бібліотеці Харківського національного педагогічного університету імені Г.С. Сковороди за адресою: 61168, м. Харків, вул. Блюхера, 2, ауд. 215-В.

Автореферат розісланий „5” серпня 2011 року.

Учений секретар спеціалізованої вченої ради
доктор філософських наук, професор

І.В. Степаненко

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Однією з якісних характеристик, що визначають специфіку інформаційного суспільства, є перехід від символічної культури тексту до культури зображення. Такий перехід інспірує зміни в антропологічних характеристиках людини, формується новий тип чуттєвості, адже провідну роль у комунікації починає відігравати зображення. Цим обумовлюється актуальність повороту філософсько-антропологічних досліджень до феномену картини та оформлення взагалі. Дизайн стає частиною повсякденної культури, починає активно впливати не тільки на людину, а й на культуру і суспільство. Зміни у способах репрезентації культурних смислів є своєрідним антропологічним викликом для людини, яка сформована культурою читання. Ще більш складною виявляється ситуація, коли зображення поєднується з вербальним текстом. Культурний і антропологічний смисл оформлення, так звана допоміжна графіка у культурі зображення не є чимось другорядним, а навпаки, може ставати конститутивним чинником, набувати самостійного і навіть домінантного значення, або ж конкурувати з вербальним змістом. Усе це у сконцентрованому вигляді стосується журнальної продукції, яка є невід'ємною складовою модерної культури.

Журнал, як феномен модерної культури, також потребує більш детального дослідження як у площині культурної антропології, так і у проблемному полі антропології техніки. Адже поява журналу, розширення його функціонального потенціалу несе на собі відбиток радикальних зрушень, які відбуваються в людині і культурі через перетворення її на масову.

Журнальне оформлення взаємодіє і з текстом, і з читачем як споживачем цієї культурної продукції, отже, впливає на людину, здатне маніпулювати її свідомістю. Усе це визначає актуальність теми дослідження. У добу глобалізації, коли національній культурі загрожує небезпека розчинитись у глобальній масовій культурі, журнальне оформлення стає одним з індикаторів резистентності національних культур відносно глобалізаційного тиску.

Тема цього дослідження також заповнює певні білі плями культурної історії Слобожанщини, адже саме у її культурному просторі графічне оформлення журнальної продукції тісно переплетене з соціальною творчістю, духовними спадами і злетами.

На основі філософсько-антропологічного аналізу журнального оформлення можна простежити становлення культури зображення в індустріальному суспільстві, де закладаються культурно-антропологічні передумови нової чуттєвості, необхідної для орієнтації у культурному просторі зображень.

Наукові джерела, де розглядаються різні аспекти зазначеного тематичного поля, є надзвичайно чисельними і різноманітними, адже

поворот сучасної філософської думки до картини і до дизайну (pictural turn) сприяв інтенсифікації теоретичних розвідок у цій площині. Серед них передусім слід назвати метатеоретичні праці Г. Блюменберга, Б. Вальденфельса, В. Вельша, А. Гелена, О. Гужви, С. Євтушенко, Г. Закссе, М. Мерло-Понті, І. Степаненко та ін., де розглядаються культурно-антропологічні і технічно-антропологічні передумови такого повороту. Потужний поштовх для розробки теми дисертації надали здобутки філософських досліджень мас-медіа, становлення антропологічно орієнтованої медійної філософії (Medienphilosophie), а також соціологічні, культурологічні та психологічні праці, присвячені цій проблематиці та ментальним передумовам сприйняття образотворчого мистецтва та оформлення. Серед них слід назвати фундаментальне дослідження М. Зандботе і Л. Нагла, праці П. Білецького, О. Бойчука, Д. Горбачова, В. Даниленко, Н. Дубіни, Ф. Ернста, В. Кричевського, О. Лагутенко, В. Лесняка, В. Польового, С. Серова, А. Сошнікова, З. Фотеля та ін. Особливе значення для реалізації задуму цього дослідження мала теорія історичного розвитку способу позначення Ж. Бодрійяра, а також роботи представників сучасної комунікативної філософії, передусім К.-О. Апеля, Ю. Габермаса, М. Култаєвої, Н. Лумана, Г. Почепцова, В. Різуна. Особливо важливими для розуміння соціокультурного значення журнальної продукції та її оформлення є праці Т. Адорно, В. Беньяміна, М. Горкгаймера та весь дискурс, присвячений масовій культурі.

Останніми роками набула розвитку філософія дизайну, яка має принципове значення для цієї праці. Серед досліджень у цій площині слід передусім назвати праці В. Даниленка, Ю. Легенького, І. Рижової та ін. Оскільки тема дисертаційного дослідження потребувала міждисциплінарного підходу, це обумовило залучення до джерельної бази дисертації розробок вітчизняних і зарубіжних авторів, де журнальний дизайн розглядається з позицій естетики, культурології, бібліознавства, поліграфії. Серед них на це дослідження особливо вплинули роботи Г. Алямовської, В. Бакшина, Р. Берда, Г. Борщукова, С. Галкіна, М. Гладки, Н. Гончарова, Е. Гобсбаума, О. Кисельова, Е. Лазаренка, Д. Мордвінцева, А. Торнабулла, Є. Фастовця, Б. Чернякова, Ю. Чувашева, Ю. Шаповала. До джерельної бази дисертаційного дослідження входить журнальна продукція Слобожанського регіону ХХ ст. Особливий акцент робиться на масових ілюстрованих журнальних виданнях, які ще не розглядалися з позицій культурної антропології.

Отже, аналіз сучасного стану розробки проблематики, стосовно теми дисертації свідчить про те, що дослідження журнальної продукції в Україні все ще не мають систематичного характеру через відсутність філософського осмислення феномену журналу, внеском до якого є культурно-антропологічний аналіз його графічного оформлення.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертація виконана на кафедрі філософії Харківського національного

педагогічного університету імені Г.С.Сковороди у рамках спільної комплексної теми наукових досліджень Інституту вищої освіти НАПН України та Центру філософії освіти при кафедрі філософії ХНПУ імені Г.С.Сковороди – «Філософські засади трансформації вищої освіти в Україні на початку XXI століття», підтема «Філософія освіти і духовне оновлення українського суспільства» (0103U000960, № 44 від 06 березня 2003 року).

Актуальність теми та ступінь її наукової розробленості зумовили **мету дисертаційного дослідження** – на основі філософсько-антропологічного аналізу розкрити людинотворчий і культуротворчий потенціал журнального оформлення, а також визначити соціокультурні детермінанти взаємодії між текстом і зображенням у культурі пізнього модерну.

Загальна мета дослідження конкретизується у таких дослідницьких завданнях:

- з'ясувати антропологічний і культурний статус журналу у духовному житті сучасних соціумів, розглянути журнал як процес і результат культурної творчості;
- виявити комунікативний потенціал графічного оформлення журналів;
- проаналізувати взаємозв'язки між оформленням журнальної продукції і загально-культурними та технологічними можливостями модерних культур;
- розкрити культуротворчий потенціал взаємодії між зображенням і текстом;
- дослідити на матеріалі журнальної продукції можливості взаємообернення техніки та мистецтва;
- розкрити виховний потенціал журнального дизайну;
- показати значення журнальної продукції у самоствердженні національної культури Слобожанщини.

Об'єктом дослідження є журнал як феномен модерної культури.

Предметом дисертаційного дослідження є культурно-антропологічний вимір графічного оформлення журнальної продукції.

Методи дослідження. Загальна специфіка теоретико-методологічного підходу дисертанта полягає у розробці та застосуванні інструментарію, який дозволяє синтезувати принципи філософсько-антропологічного дослідження відповідно до особливостей джерельної бази, об'єкта, предмета, мети і завдань дисертаційної роботи. У дослідженні застосована комплексна методологія, яка передбачає поєднання методу антропологічної інтерпретації з історичною реконструкцією та порівняльним аналізом на засадах системно-теоретичного підходу. Особливу значущість для цього дослідження мали методологічний принцип сходження від абстрактного до конкретного та системний аналіз. У дисертації актуалізується методологічний потенціал вчення Г. Ляйбніца про монади. Застосування міждисциплінарного підходу дозволило залучити до джерелознавчої бази дослідження і концептуалізувати результати мистецтвознавчих, культурологічних, історичних, літературо-

знавчих досліджень, що дало змогу розглянути журнальне оформлення у більш широких соціокультурних контекстах.

Наукова новизна результатів дисертаційного дослідження визначається інноваційним для української філософської антропології системно-теоретичним аналізом культурно-антропологічної значущості графічного оформлення журнальної продукції як чинника становлення культури зображення. Це дозволило розкрити системність людинотворчого і культуротворчого потенціалу журнального оформлення, а також визначити систему соціокультурних детермінант взаємодії між текстом і зображенням у культурі пізнього модерну.

Наукова новизна одержаних результатів конкретизується у таких положеннях, що виносяться на захист:

Вперше:

- обґрунтовано, що журнал є своєрідною культурною монадою, яка відтворює у специфічний спосіб зрізи суспільного життя, залишаючись при цьому частиною духовного виробництва суспільства і відносно самостійною онтологічною одиницею;
- розкрито, що в журналі, як у періодичному виданні, графічними засобами підтримуються онтологічні константи буттєвої репрезентації періодики, а саме: забезпечується її ідентифікація, унікальність на зразок культурної монади, встановлюється життєвий цикл видання, структурується його простір;
- системно-теоретично розкрито людиновимірність культурних втілень моделі журналу, які, в свою чергу, здатні сприяти формуванню нової чуттєвості, зокрема людини синестетичної (*homo synaestheticus*), з розвинутими здібностями уявляти у кольорах знаки (літери, цифри, ноти тощо); виявлено закономірність, що із зростанням соціокультурної значущості дизайну значно збільшується кількість людей з такими здібностями; поглиблено уявлення про кольори, які відіграють значну роль у сучасній культурі переживання. Доведено евристичну значущість феноменологічного підходу до кольору, виявлено залежність символізму кольорів від культурної традиції;
- системно-теоретично обґрунтовано необхідність внесення до професійного етосу дизайнерів етики відповідальності, оскільки журнальна графіка і на рівні її технічних засобів, і на рівні її культурних технік (кольори, шрифти, макет тощо) багатовимірно впливає на суспільну свідомість і суспільну психологію і такий вплив значно посилюється у культурі інформаційного суспільства;
- на системно-теоретичних засадах та із застосуванням міждисциплінарного підходу експліковано культуротворче значення графічного оформлення журнальної продукції на Слобожанщині у 20-х р.: показано, що воно надавало імпульси як для національного відродження, так і для модернізаційного прориву, поєднуючи ці дві

стратегії і сприяючи конструктивному діалогу між регіональними культурами, що вказує на доцільність рецепції цього досвіду у сучасних процесах національного культуротворення.

Поглиблено розуміння:

- культурно-антропологічної значущості графічного оформлення журнальної продукції у масовій культурі індустріального суспільства: доведено, що воно сприяло підготовці людини до сприйняття постіндустріальної культури зображення (pictural turn), а також дозволило поєднати у спільному комунікативному просторі читача і глядача, авторів тексту і художника-дизайнера;
- людинотворчої значущості журнального дизайну як культурно-організаційного чинника, який здатний перетворювати негативну свободу (свободу від) в позитивну (свободу для), тим самим реалізуючи своє гуманістичне призначення;
- амбівалентності людинотворчого потенціалу графічного оформлення журналу: журнальний дизайн може сприяти культурному розвитку читацької аудиторії, формуючи культуру зорового сприйняття, але також здатний перетворити людей на пасивних споживачів масової культури.

Уточнено:

- соціокультурні детермінанти взаємодії між текстом і зображенням: обґрунтовано, що тільки з дотриманням вимоги взаємовідповідності зображення і тексту журнал здатний виконувати культуротворчу і людинотворчу функції; встановлено, що саме завдяки журнальному дизайну забезпечується безперервність вербальної і невербальної комунікації, припинення якої означатиме смерть видання;
- культуротворчий потенціал технологій журнального дизайну, які можуть як розширювати і поглиблювати продуктивний культурний вплив журналу, так і нівелювати його, сприяти ствердженню культури споживання, якщо технологічна досконалість журнального дизайну стає самоціллю.

Практичне значення результатів дисертаційного дослідження полягає в тому, що вони можуть бути використані як у подальших філософсько-антропологічних дослідженнях феномену журналу, так і у його міждисциплінарних дослідженнях, зокрема під час вивчення можливостей культури зображення на матеріалі журнальної продукції. Результати дисертаційного дослідження можуть бути використані в процесі викладання дисциплін та підготовки методологічних семінарів у ВНЗ у галузі філософії культури, філософської антропології, філософії освіти, культурології, мистецтвознавства.

Апробація результатів дисертації здійснена на таких міжнародних науково-практичних конференціях: «Освіта і доля нації» – (Харків, 2003 – 2008, 2010, 2011); «Антропологічна експертиза стратегій і практик сучасної

вищої освіти» – Антропологізм в освіті (16-17 вересня, 2010, Мелітополь); «Гуманізація вищої освіти: Філософські виміри» (Суми – Бердянськ, 2004); III Міжнародна науково-практична конференція «Гуманізація вищої освіти: філософські виміри» (Суми – Бердянськ, 2003); «Молода мистецька наука України» (Харків, 2002 – 2004); «Людина у світі духовної культури» (Київ, 2002); «Розвиток національної моделі дизайну і образотворчого мистецтва в умовах глобалізації сучасного світу» (Харків, 2002); «Сучасний художній процес і проблеми творчої молоді» (Львів, 2002); «Дизайн-освіта 2004: теорія, практика та перспективи розвитку» (Харків 2004); «Мистецька освіта в контексті європейської інтеграції: Теоретичні та методичні засади розвитку» (Київ-Суми, 2004); «Восьмі Слобожанські читання» (Харків, 2004).

Публікації. Головні положення та результати дисертації подані в 5 статтях у наукових фахових виданнях та у 13 інших наукових статтях і тезах доповідей у збірниках матеріалів всеукраїнських та міжнародних конференцій (загальний обсяг – 8,5 умовн.-друк. арк.).

Особистий внесок здобувача. Усі теоретичні положення і висновки у дисертації та наукових публікаціях дисертантки розроблені нею особисто.

Структура дисертації. Мета, завдання і логіка дослідження, його методологічні засади визначили структуру роботи. Дисертація складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел. Обсяг основного тексту дисертації – 178 сторінок машинопису, список використаних джерел – 25 сторінок (налічує 256 позицій, серед них 30 – іноземними мовами).

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У **«Вступі»** обґрунтовано актуальність обраної теми, визначені мета, основні завдання, об'єкт, предмет і методи дослідження, розкрито наукову новизну отриманих результатів, їх практичне значення; наведено дані про апробацію результатів дослідження, його структуру та обсяг, публікації та особистий внесок здобувача.

У **першому розділі «Журнал у сучасному культурно-антропологічному дискурсі: методологічні можливості і теоретичні перспективи»** розкрито специфіку предмету теоретичного аналізу та визначено методологічні засади дослідження журналу як феномену культури.

У **підрозділі 1.1. «Теоретико-методологічні засади дослідження журнальної продукції»** розглянуто журнал як феномен модерної культури. Доведено, що його виникнення, ствердження і поширення у сучасних соціокультурних контекстах слід розглядати не тільки у площині духовного виробництва, а й більш широко – у горизонті антропосоціогенезу, адже виробляти і споживати журнальну продукцію може лише людина з розвинутими культурними і комунікативними компетентностями. Антропологічний вимір журнального дизайну дозволяє на мікрорівні теоретичного аналізу виявити функціональність, періодичність цих культурних

формоутворень. Періодичні видання мають своє обличчя, яке потребує впізнавання, закріплення не тільки у слові, а й у зображенні. У дисертації розкрито методологічне значення антропології техніки для дослідження людиновимірною потенціалу журнального оформлення. Культурно-антропологічний підхід до оформлення журналу розкриває нові обрії у його дослідженні, дозволяючи зробити висновок, що журнальний дизайн – це не тільки і не стільки техніка, а й мистецтво і комунікація з потужним людинотворчим потенціалом. У теоретичному плані нагальними проблемами філософського осмислення журнального дизайну є розробка його понятійно-категоріального апарату, культурно-антропологічна концептуалізація феномену 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. З опорою на методологічні засади «Монадології» Ляйбніца, обґрунтовано доцільність розгляду журналу як культурної монади, яка є відносно самостійною онтологічною одиницею, що існує у культурному просторі, узгоджується з соціальними ритмами і локальними характеристиками, але також має свої життєві цикли та просторово-темпоральні характеристики.

У дисертації розкрито евристичний потенціал історико-генетичного методу в дослідженні оформлення журналу. Показано, що журнальний дизайн виникає на ґрунті модерної урбаністичної масової культури, яка посилює інтерес широких верств суспільства до так званих «транспортибельних видовищ». У цьому зв'язку наголошено, що ХХ століття формує своєрідний світ видовищного синтезу, який спричиняє поворот до культури зображення (pictural turn). Обґрунтовано продуктивність міждисциплінарного підходу до дослідження феномену журналу та його оформлення у площині культурно-антропологічного аналізу. 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.

У сучасному культурно-антропологічному дискурсі журнал розглядається як процес і результат культурної і соціальної творчості. 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.

У підрозділі 1.2. «Періодичне видання у площині сучасної комунікативної філософії» з'ясовано, що журнали є важливими і відносно оперативними джерелами інформації, які не лише надають інформацію, але й запрошують до комунікації. Спираючись на методологічні засади

теорії самореферентних соціальних систем Н. Лумана та застосовуючи конструкт «ідеальної комунікативної спільности» (Ю. Габермас), у дисертації показано, що періодичні видання мають свій автопоезис, а їхні життєві цикли залежать від того, наскільки вони здатні підтримувати комунікацію, тобто пород-жувати нові смисли, відгукуючись на виклики і запити як конкретної читацької аудиторії, так і суспільства в цілому. Періодичні видання удосконалюють сучасні комунікативні практики, створюючи свій комуні-кативний простір, визначаючи координати зустрічі авторів і споживачів журнальної продукції як комунікативних партнерів. Становлення сучасної медійної філософії дозволяє розглянути періодичне видання водночас як комунікативний простір і як комунікативний медіум. Методологічні можливості медійної філософії (Medienphilosophie), яка останніми роками інтенсивно розробляється на Заході (Д. Мерш), дозволяють визначити значущість дизайнерського і технологічного моментів для існування журналів як мас-медійної продукції. У журнальній продукції урівнова-жується інформаційний статус вербальної і невербальної комунікації. Прикладом вербального повідомлення може бути переданий текст, а невербального – зображення (ілюстрація). Такий підхід дозволяє виділити два види журналів: перший, де текстовий матеріал підпорядковує зображу-вальний; другий зображувальний підпорядковує текстовий. Ілюстрація є невід’ємною, а в деяких виданнях головною графічною частиною журнальної сторінки й наділена багатьма функціями, серед яких виділено: комунікативну, рекламну, емоційну й конструктивно-творчу. У світовій та вітчизняній практиці дизайну журнальної продукції, орієнтованого на широкі верстви населення, все більшого розвитку набувають видання, побудовані на ілюстративній інформації. Це пов’язане як з психологічними та соціо-культурними чинниками (фрагментарність мислення людини через перенасиченість інформацією та швидкоплинність розвитку життя, потребує мобільності, швидкості у сприйнятті інформації – одиницею сприйняття ілюстрація), так і з розвитком технологічних можливостей друку, які також включені у процес формування нових людських якостей.

У підрозділі 1.3. «Феноменологічна перспектива у дослідженні графічного оформлення журнальної продукції» доведено, що графічне оформлення журнальної продукції може розглядатись як відносно самостійний предмет дослідження. Це досягається через здійснення процедури феноменологічної редукції. Вона дозволяє виявити культурні константи як самого графічного оформлення журналу, так і сприйняття його як графічної цілісності. Ця проблема є особливо гострою для журнальної продукції пізнього модерну, наприклад феномену глянцевого журналу, єдність якого забезпечується передусім графічними засобами. Важливість відкриття феноменологічної перспективи у дослідженні журнального дизайну пояснюється тим, що кольори, шрифти, графічні символи тощо зі

становленням інформаційної культури посилюють свою смислову значущість. У цьому сенсі є показовою феноменологія кольорів, яка інтенсивно розробляється останніми десятиліттями (Р. Шумахер). Феноменологічна перспектива дослідження кольорів означає зосередження не на їхньому фізичному аспекті, а на їх сприйнятті і переживанні, а також на їхньому культурному вимірі. Такий аналіз вимагає переходу від дескриптивної та герменевтичної феноменології (Е. Гуссерль, М. Гайдеггер) до її трансформативного варіанта, а також їхнього комплементарного поєднання. Трансформативна феноменологія, на відміну від її попередніх форм, розглядає феномени як такі, що набувають рефлексивного життя і постійно виявляють себе у все інших і нових аспектах, отже постійно виконують вправу (Р. Ельберфельд). З позицій цієї феноменології, колір не є ані об'єктивним, ані суб'єктивним, але він може використовуватись як засіб орієнтації і ствердження у світі. Далеко не в останню чергу це сприяє формуванню *homo synaestheticus*, тобто людини, яка здатна бачити у кольорах графічні символи (літери, цифри тощо), хоча існують і суто психологічні пояснення цього феномену. Це саме стосується інших графічних можливостей оформлення журналу, які також сприяють формуванню у читача нових вмінь і навичок. Саме тому слід розрізнявати дизайн журналів, орієнтованих на активного читача і на пасивного споживача. У цьому зв'язку Б. Вальденфельс акцентує важливість «феноменології уважності», яка формує культуру сприйняття мас-медійної графіки у добу пізнього Модерну, якою пронизано життєвий світ сучасної людини.

У другому розділі «Моделювання журналу: антропологічний вимір технологічного схематизму» визначено культурно-антропологічні особливості моделювання журналу, технологічний схематизм якого обумовлений людськими властивостями і якостями.

У підрозділі 2.1. «Єдність і багатоманітність журнальної продукції» показано, що журнал як феномен модерної культури має множинні можливості репрезентації. Це обумовлено як соціальними, так і культурними чинниками. Прискорення соціальної диференціації модерних суспільств, розбудова культури смаків, створення передумов для ствердження різних моделей життя і, взагалі, соціальна легітимація багатоманітності культурних уподобань послужили потужним імпульсом для бурхливого розвитку різноманітних напрямків журнальної продукції. Виходячи із співвідношення культурних технік читання і споглядання, також виділено два види журналів: перший, де текстовий матеріал підпорядковує зображувальний; другий – зображувальний підпорядковує текстовий. У сучасній масовій культурі з'являється феномен так званого «глянцевого журналу», де зміст підпорядковується дизайну. Єдність журналу як культурної форми, її ідентифікація у контекстах пізнього Модерну здійснюється засобами дизайну.

У підрозділі 2.2. «Композиційно-графічні моделі журналу: культурно-антропологічний аспект» визначено, що композиційно-графічні моделі

журналу, так само, як вербальні тексти й різні знакові кодування належать до сучасної культури, а їх створення та використання потребують відповідних культурних технік, вагомою частиною яких є герменевтична складова. Це стосується передусім композиційно-графічної моделі журналу, яка є виразом його ідеї графічно-технологічними засобами. Разом з цим, вона є організаційним принципом, який уможливорює автопоезис видання. Завдяки моделюванню викристалізовується ідея журналу та спосіб її втілення. У дисертації показано, що надання переваги тій чи іншій моделі як ідеально-типовому конструкту залежить від антропологічних характеристик суспільства і його членів. Суспільства, що переживають стагнацію, віддають перевагу статичним моделям, активні й мобільні суспільства вимагають динаміки і прискорення навіть у журнальному просторі, який сприймається як фрактал їхнього мінливого життєвого світу. Але надмір культурного і соціального прискорення навпаки вимагає віртуального уповільнення, створення острівців стабільності через застосування стабільних моделей.

У підрозділі 2.3. «Культурно-антропологічні чинники графічної структури журналу» розкриваються антропологічні передумови взаємозв'язку між зображенням і текстом, які є основними елементами графічної структури журнальної форми їх співіснування у вигляді синтезу або як гібридного культурного формоутворення (Б. Латур) відображує основну сутність журналу як засобу комунікації. Пошук форм синтезу зображення й слова складає основу журнального дизайну. Зображення є фундаментальним поняттям медійної філософії. Воно є основним матеріалом телебачення, кінематографа, фотомистецтва, образотворчого мистецтва, графічного дизайну, адже виступає ефективним засобом комунікації. Через це у світовій і вітчизняній практиці журнального дизайну все більшого поширення набувають видання, побудовані на ілюстративній інформації. Для розкриття культурної значущості журнальних ілюстрацій слід звернутись до фотографічних ілюстрацій. Вперше їх аналіз у культурі доби Модерну було здійснено В. Беньяміном. В антропологічному сенсі фотографії здійснили справжню революцію, відокремивши безпосередні тілесні передумови графіки (рука, вміння і навички художника) від сприйняття, творчої свідомості та її об'єктивацій. У журнальній продукції фотографія стає медіумом масової культури, розкриває свій документальний, директивний, маніпулятивний і навіть примусовий характер, що особливо притаманно модним журналам пізнього Модерну. Усе це притаманне також і комп'ютерній графіці, маніпулятивні можливості якої різко зростають.

У третьому розділі – «Людиновимірність практичних реалізацій моделі журналу» здійснено аналіз журналу як продукту культурно-творчої людської діяльності.

У підрозділі 3.1 «Соціокультурна визначеність та функціональні можливості журнального макета» простежено шлях журнального виробництва від моделі до макета. На широкому емпіричному матеріалі показано,

що функціональний потенціал журнального макета реалізується за логікою його цільового призначення. У журналах, мета яких полягає у передаванні текстової інформації, спрямованої на визначене коло читачів – це наукові, методичні та спеціалізовані, роль візуальних елементів є мінімальною. Більш складну структуру мають журнали, в яких зростає роль візуальної інформації. До них належать науково-популярні, дитячі тощо. У таких журналах передавання інформації рівною мірою залежить як від тексту, так і від зображувального матеріалу. Але завжди макет журналу є культурною адаптацією його моделі до культури в цілому або до культури його окремих верств населення.

У підрозділі 3.2. *«Культура виробництва журналу: антропологічний вимір технологій»* розкрито залежність якості журнальної продукції не тільки від художньо-дизайнерських смаків і знань художників, які створюють журнальну продукцію, але й від можливості технічних засобів її реалізації. Безпосередня залежність журнальної продукції від технологій та технічної бази примушує нас розглядати журнал крізь призму економічних чинників. Результатом чого має стати знаходження зв'язків між матеріально-технічними можливостями у даній сфері та оформленням і дизайном журналу. Сфера діяльності поліграфічної промисловості – це не тільки книжково-журнальна продукція, а й досить широкий спектр обслуговування різноманітної діяльності людства. Її поява підтверджує тезу К. Маркса, що історія промисловості є розгорнутою книгою розвитку сутнісних сил людини. Специфіка журналу полягає в тому, що він є результатом командної роботи багатьох фахівців. Охоплюючи сферу діяльності художників, фотографів, дизайнерів, поліграфістів, журналістів, журнальна продукція здатна відображувати не тільки естетичні та соціокультурні віяння часу, але й яскраво демонструвати технологічну базу та економічні спроможності суспільства і культури.

У підрозділі 3.3. *«Дух часу і журнальна продукція»* встановлено, що функціональний потенціал журнальної продукції може реалізуватися як конструктивно, так і деконструктивно, в залежності від настанов культурної політики та ідеологічних орієнтирів суспільства. У культурі тоталітарного і демократичного суспільств журнальна продукція відрізняється не тільки за змістом, а й технологічно. Журнали яскраво відображують дух часу. У дисертації показано, що графічне оформлення журнальної продукції на Слобожанщині у 20-х р. надавало імпульси як для національного відродження, так і для модернізаційного прориву, поєднуючи ці дві стратегії і сприяючи конструктивному діалогу між регіональними культурами. Розглянуто вплив інформаційних технологій на журнальне оформлення.

У підрозділі 3.4. *«Журнальна продукція у культурному середовищі Слобожанщини: перехід від ранньомодерної до пізньомодерної культури»* на матеріалі розвитку журнальної продукції на Слобожанщині протягом ХХ ст. розглянуто зміни культурної саморепрезентації журналу у модерній культурі. Журнал постає потужним інструментом виховного та ідеологічного впливу

на людину. Розкривається значення графічного оформлення журналів для національного піднесення і для формування нового саморозуміння вільної і незалежної людини.

У підрозділі 3.5. «Філософія дизайнерської освіти і дизайнерського менеджменту: антропологічна складова» простежено, як зростання соціальної значущості журналу та його людинотворчого потенціалу обумовили потребу у професіоналізації тих, хто займається журнальним виробництвом. Проаналізовано вимоги до професії та дизайнерського менеджменту. Обґрунтовано доцільність їхньої орієнтації на методологічні настанови сучасної культурної антропології та антропології техніки, а також етики відповідальності, що передбачає гуманітаризацію підготовки різного профілю фахівців, які займаються сучасним журнальним виробництвом. Дизайнер – це передусім художник, який діє у соціально, відповідально, технологічно, а також в економічно обмежених умовах, свідомо сприймаючи ці обмеження, керуючись принципом позитивної свободи.

У ході дисертаційного дослідження зроблено **висновки**, найважливішими з яких є такі:

1. У духовному житті суспільств пізнього Модерну зростає роль жур-нальної продукції, яка має широкий функціональний діапазон і є показником наявності розвинутої культури смаків. Водночас перетворення сучасних суспільств добробуту на суспільства споживання попри позірну різноманітність журнальної продукції обумовлюють її приховану уніфікацію. Дизайн такої продукції стає активним чинником формування діаметрально протилежних типів особистості: творця і споживача. Функціональна амбівалентність впливу на людину журнального дизайну обумовлена тим, що в ньому поєднуються спонукально-творча інтенція з маніпулятивно-репресивними настановами.

2. Розгляд журналу як своєрідної культурної монади дозволив 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. Сучасне глобалізоване місто, особливо столиця, є живою моделлю сучасного глянцевого журналу. Між ними існують симбіотичні взаємозв'язки: вони підживлюють один одного, здійснюють процедуру соціальної і культурної легітимації мрій, настроїв і уподобань пересічної людини, маніпулюють її свідомістю.

3. Дизайн сучасних журналів має значний маніпулятивний потенціал, він апелює передусім до чуттєвості людини, знижуючи її здатність до самоконтролю і критичного мислення. У добу ж раннього Модерну, навпаки, дизайн, як інструмент модернізації суспільного життя, виконував виховну функцію, дисциплінуючи людину, розвиваючи у ній здатності до критичного мислення.

4. Ілюстровані журнали доби пізнього Модерну формують у людини міметичну раціональність, де Дух вже не здатний конкурувати з Оком. Дизайн глянцевого журналу є каталізатором прискорення ілюзіогенної творчості свідомості, у якій внаслідок таких трансформацій життєві цінності та орієнтири витримані не у парадигмі «бути», а у парадигмі «мати».

5. Графічне оформлення журналів має потужний комунікативний потенціал, який нарощується разом із технічними можливостями культури. Ці можливості можуть ставати самоціллю, створюючи передумови відчуження журналу від його змісту. Дизайн задля дизайну, як гіпотетично припустима трансформація графічного оформлення журналу, у цьому напрямку є знищенням журналу як формоутворення духовної культури. У цьому випадку він перетворюється на річ або на засіб здійснення трансферу людини в іншу реальність.

6. Пізнавально-виховна функція журналів прямо пропорційна їхній комунікативній спроможності. Там, де комунікація є не репресивною, а побудо-вана за принципом ідеальної комунікативної спільноти, журнал реалізує свою гуманістичну місію. У випадку ж коли умовляння і спонукання стають домінуючими комунікативними формами, журнал перетворюється на знаряддя маніпуляційних дій і у граничному випадку здатний спричинити деградацію особистості.

7. 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 людство на новий рівень цивілізаційного розвитку. У цьому контексті актуалізується ідея Маркса про можливість примноження і реалізації сутнісних сил людини як об'єктивацій промисловості.

8. Розгляд розвитку можливостей поліграфії з позицій антропології техніки відкриває нові обрії у дослідженні людини у контекстах становлення нової культури зображення, притаманної інформаційному суспільству. Поліграфічна промисловість, розглянута з точки зору продуктивного розгортання сутнісних сил людини, постає інструментом, який дозволяє через індустріальний спосіб репродукування слова і зображення здійснювати контроль за прискореним старінням інформації у постіндустріальних культурних констеляціях. Вона посилює медіальні властивості журнального виробництва, дозволяє застосовувати графічне оформлення періодичних видань для капсулювання їхнього культурного смислу. Ця промисловість зрештою підпорядкована посиленню механізмів підвищення ефективності соціальної пам'яті, без якої не може існувати національна культура у добу глобалізації.

9. Дослідження графічного оформлення журнальної продукції є внеском до сучасної медійної філософії. Його результати свідчать про те, що журнальний дизайн виступає посередником (medium) між гетерогенними культурними світами. Посередницька активність журнального дизайну дозволяє встановлювати і підтримувати інтеркультурні комунікативні контакти, полегшувати засвоєння чужого або іншого культурного досвіду, реанімувати призупинені культурні традиції.

10. У дисертації доведена методологічна безперспективність ігнорування особливостей графічного оформлення книги і журналу, які відрізняються за способом свого існування і функціонування у сучасних культурних контекстах. Також неприпустимою є успадкована від традиції раннього Модерну їхня ієрархічна інтерпретація, коли книжкова графіка виступає репрезентацією елітарної культури, а журнальна – масової.

11. Дослідження антропологічного виміру дизайну в журнальній продукції Слобожанщини ХХ ст. не лише відкриває невичерпані можливості української традиції, яка характеризується потужним потенціалом, але й надає плідні інтуїції щодо теоретичних узагальнень та практичної реалізації дизайну в періодичних виданнях, втілення яких складає необхідну умову для подальшого розвитку українського дизайну загалом та журнального зокрема. Евристичний потенціал журнального дизайну полягає у можливостях розгляду журнальних моделей як ідеально-типових конструктів з різними смисловими навантаженнями, дає змогу поєднати опис художнього оздоблення журналів як системи символів, обумовлених ускладненими соціокультурними контекстами. У цьому сенсі журнальний дизайн слід розуміти як процес, результат та наслідки творчої художньої і технічної діяльності.

12. Культурно-антропологічний аналіз еволюції в оформленні журналів Слобожанського регіону у добу раннього Модерну не тільки уможлиблюють заповнення прогалів у вивченні історії та техніки журнального дизайну, що стоять на заваді відтворення адекватного та цілісного образу українських журналів, але й доводять, що попри відсутності нормальних умов для функціонування та розвитку журнальний дизайн займає пріоритетне місце у загальній системі українського дизайну, у системі дизайнерської освіти і менеджменту.

13. Становлення журнального дизайну на Слобожанщині відбувається у межах харківської регіональної субкультури. Харківське культурно-художнє середовище зберігає роль значного осередку і на теренах Центральної України ХХ ст. Це дозволяє дизайн на Слобожанщині розглядати не тільки як репрезентацію конкретної культурної продукції, а і як цілісність різноманітних творчих підходів, спрямованих на активізацію сутнісних сил людини.

**СПИСОК ПРАЦЬ,
ОПУБЛІКОВАНИХ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ
Статті у наукових фахових журналах**

1. *Іващенко О.В.* Журнал у салонній культурі раннього модерну / О.В. Іващенко // Мультиверсум. Філософський альманах / Гол. ред. Лях В.В. – Вип. 3(101). – К., 2011. – С. 199 – 207.

2. *Іващенко О.В.* Журнал як культурний синтез / О.В. Іващенко // Вісник ХНПУ ім. Г.С. Сковороди «Філософія» / Харк. нац. пед. ун-т ім. Г.С. Сковороди. – Харків: ХНПУ, 2010. – Вип. 33. – С. 79 – 83.

3. *Іващенко О.В.* Журнал як феномен культури ХХ століття / О.В. Іващенко // Науковий вісник Харківського державного педагогічного університету ім. Г.С. Сковороди. – Харків: ХДПУ, 2003. – №14. – С. 36 – 39.

4. *Іващенко О.В.* Журнальна графіка 20-х років ХХ століття як освітній процес / О.В. Іващенко // Науковий вісник Харківського державного педагогічного університету ім. Г.С. Сковороди. – Харків: ХДПУ, 2002. – №13. – С. 29 – 32.

5. *Іващенко О.В.* Образотворче мистецтво – системотворчий чинник виховання та освіти / О.В. Іващенко // Науковий вісник Харківського державного педагогічного університету ім. Г.С. Сковороди. – Харків: ХДПУ, 2001. – №9. – С. 23 – 25.

Інші публікації за темою дисертаційного дослідження

6. *Іващенко О.В.* Художнє оформлення періодики як чинник патріотичного виховання / О.В. Іващенко // «Освіта і доля нації» Перспективи та орієнтири розвитку українського суспільства: Матеріали XI Міжнародної науково-практичної конференції (21 – 22 травня 2010 р.) / Харк. нац. пед. ун-т ім. Г.С. Сковороди. – Харків : ХНПУ, 2010. – С. 37.

7. *Іващенко О.В.* Журнальна графіка Анатолія Петрицького / О.В. Іващенко // Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв. – Харків: ХДАДМ, 2002. – №10. – С. 39 – 49.

8. *Іващенко О.В.* Теоретичні принципи моделювання журналів / О.В. Іващенко // Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв. – Харків: ХДАДМ, 2003. – №3. – С. 39 – 46.

9. *Іващенко О.В.* Синтез зображення і тексту у журналі / О.В. Іващенко // Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв. – Харків: ХДАДМ, 2004. – №3. – С. 50 – 55.

10. *Іващенко О.В.* Українське мистецтво в контексті сучасних проблем / О.В. Іващенко // Збірник матеріалів I електронної наукової конференції молодих науковців, докторантів, аспірантів, магістрантів “Молода мистецька наука України”, 1 листопада 2002 р. – Харків: ХДАДМ, 2002. – №1 – С. 24 – 27.

11. *Іващенко О.В.* Художнє оформлення українських журналів 1920-х років (стильові особливості) / О.В. Іващенко // Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв. – Харків: ХДАДМ, 2002. – № 6. – С. 101 – 103.

12. *Іващенко О.В.* Український журнал як предмет наукового дослідження / О.В. Іващенко // Збірник матеріалів IV електронної наукової конференції молодих науковців, докторантів, аспірантів, магістрантів «Молода мистецька наука України», 20 грудня 2003 р. – Харків: ХДАДМ, 2003. – № 4 – С. 56 – 58.

13. *Іващенко О.В.* Освітній потенціал оздоблення періодичного видання (до становлення візуальної культури як домінанти інформаційного суспільства) / О.В. Іващенко // Збірка статей за матеріалами III Міжнародної науково-практичної конференції «Гуманізація вищої освіти: Філософські виміри», 4-7 липня 2003 р., м. Бердянськ / за загал. ред. Словінської А.Ф. – Суми: СумДУ, 2003. – С. 40 – 42.

14. *Іващенко О.В.* Види журнальної ілюстрації та її функції / О.В. Іващенко // Збірник матеріалів VI електронної наукової конференції молодих науковців, докторантів, аспірантів, магістрантів «Молода мистецька наука України», 22-23 квітня 2004 р. – Харків: ХДАДМ, 2004. – № 6 – С. 44 – 46.

15. *Іващенко О.В.* Технологічні чинники реалізації моделі журналу / О.В. Іващенко // Збірник матеріалів Всеукраїнської наукової конференції «Дизайн-освіта 2004: теорія, практика та перспективи розвитку», 22-23 квітня 2004 р., м. Харків / за загал. ред. Даниленка В.Я. – Харків: ХДАДМ, 2004. – С. 21 – 24.

16. *Іващенко О.В.* Витоки українського журнального дизайну / О.В. Іващенко // Збірник матеріалів Всеукраїнської наукової конференції «Дизайн-освіта 2004: теорія, практика та перспективи розвитку», 22-23 квітня 2004 р., м. Харків / за загал. ред. Даниленка В.Я. – Харків: ХДАДМ, 2004. – С. 24 – 26.

17. *Іващенко О.В.* Журнальна продукція як чинник освіти / О.В. Іващенко // Збірка статей за матеріалами IV Міжнародної науково-практичної конференції «Гуманізація вищої освіти: Філософські виміри», 30 червня – 2 липня 2004 р., м. Бердянськ / за загал. ред. Словінської А.Ф. – Суми: СумДУ, 2004. – С. 164.

18. *Іващенко О.В.* Періодичні видання: до проблеми сучасних методологічних зрушень у образотворчому мистецтві / О.В. Іващенко // Збірник матеріалів Міжнародної наукової конференції «Мистецька освіта в контексті європейської інтеграції: Теоретичні та методичні засади розвитку», 30 червня – 2 липня 2004 р., м. Суми – Суми: СумДПУ ім. А.С.Макаренка, 2004. – С. 199 – 200.

АНОТАЦІЯ

Іващенко О.В. Журнал як феномен модерної культури: філософсько-антропологічний аналіз графічного оформлення. – Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата філософських наук за спеціальністю 09.00.04 – філософська антропологія, філософія культури. – Харківський національний педагогічний університет імені Г.С.Сковороди. – Харків, 2011.

У дисертації здійснюється аналіз журналу як культурної форми доби Модерну, виявляється його людинотворчий потенціал. Обґрунтовується, що графічне оформлення журнальної продукції є одним із чинників, які визначають поворот від культурної техніки читання до культурної техніки зображення. Виявляються комунікативні можливості журнального дизайну, реалізація яких дозволяє на комплементарних засадах поєднувати можливості вербальної і невербальної комунікації. Доводиться, що у журналі графічними засобами підтримуються онтологічні константи буттєвої репрезентації періодики, досліджується культурно-антропологічний вимір графічного оформлення журнальної продукції на Слобожанщині.

Ключові слова: журнал, культура раннього і пізнього модерну, культура зображення, вербальна і невербальна комунікація, людинотворчий потенціал.

АННОТАЦІЯ

Иващенко О. В. Журнал как феномен современной культуры: философско-антропологический анализ графического оформления. – Рукопись.

Диссертация на соискание ученой степени кандидата философских наук по специальности 09.00.04 – философская антропология, философия культуры. – Харьковский национальный педагогический университет имени Г.С. Сковороды. – Харьков, 2011.

Диссертация посвящена выявлению человеко- и культуротворческого потенциала журнального оформления, а также установлению социокультурных детерминант взаимодействия между текстом и изображением в культуре позднего Модерна. Впервые с позиций философской антропологии осуществлен системный анализ культурной значимости графического оформления журнальной продукции, которая рассматривается как один из факторов становления культуры изображения. Показана роль графического оформления журнальной продукции в массовой культуре индустриального общества, подготовившей поворот от культурной техники чтения к культурной технике изображения. Выявлен антропологический и культурный статус журнала в духовной жизни общества позднего Модерна, в котором журнальная продукция является показателем высокоразвитой культуры вкуса. В то же время превращение современного общества благополучия в общество потребителей, даже невзирая на разнообразие журнальной продукции, обуславливает ее скрытую унифицированность. Дизайн такой продукции выступает активным фактором формирования диаметрально противоположных типов личности: творца и потребителя. Функциональная амбивалентность влияния на человека журнального дизайна обуславливается тем, что в нем созидательно-творческая интенция объединяется с манипулятивно-репрессивными установками.

Рассмотрение журнала как своеобразной монады позволило диссертанту выстроить его онтологию, а также представить общественную

жизнь по аналогии с журналом, дизайн которого определяется не законами изобразительного искусства, а диктуется политическими предпочтениями. Современный глобализированный город, особенно столица, представляет собой живую модель глянцевого журнала. Между ними существуют симбиотические связи: они питают друг друга, совершают процедуру социальной и культурной легитимации мечты, настроений и предпочтений обычного человека, манипулируют его сознанием. Это позволяет сделать вывод о том, что дизайн современных журналов таит в себе значительный манипуляционный потенциал. Именно дизайн, апеллируя к чувственности человека, значительно снижает его способность к самоконтролю и критическому мышлению.

В диссертации обосновывается необходимость философско-антропологической концептуализации журнального дизайна, что позволяет существенно углубить представление о человекотворческом последствии взаимодействия между словом и изображением. В работе доказывается, что синергия слова и изображения способна ускорять социогенетические и психогенетические процессы антропосоциогенезиса, перенося человечество на новый виток цивилизационного развития. В частности, показана роль журнального дизайна как посредника между гетерогенными культурами мира. Благодаря посреднической активности журнального дизайна становится возможным как установление, так и поддержание интеркультурных коммуникативных контактов. Таким образом, графическое оформление содержит в себе мощный коммуникативный потенциал, который возрастает с развитием технических возможностей культуры. Однако эти возможности могут превратиться в самоцель, тем самым создавая отчуждение журнала от его содержания. В работе доказывается, что дизайн ради дизайна – это уничтожение журнала как формообразования духовной культуры. Именно потому в диссертации делается акцент на выявлении познавательной-воспитательной функции журнала, которая прямопропорциональна его коммуникативной способности. Доказывается, что исследование антропологического измерения дизайна журнальной продукции Слобожанщины XX столетия открывает неисчерпаемые возможности украинской оформительской традиции, а также позволяет рассматривать дизайн на Слобожанщине не только как репрезентацию конкретной культурной продукции, а как целостность разнообразных творческих подходов, направленных на активацию сущностных сил человека.

Ключевые слова: журнал, культура раннего и позднего модерна, культура изображения, вербальная и невербальная коммуникация, человеко-творческий потенциал.

ANNOTATION

Ivashchenko O.V. Journal as a modern culture phenomenon: graphic design philosophically-anthropological analysis. – Manuscript.

Thesis for the Candidate Degree in Philosophy by speciality 09.00.04 – philosophical anthropology, philosophy of culture. – Kharkov National Pedagogical University named after G. S. Skovoroda. – Kharkov, 2011.

The journal analysis as a Modern epoch cultural form is realized in the dissertation, its human creative potential is discovered. The following is based: the journal production graphic design is one of the factors which define the turn from the reading technique culture to the culture of representation. The journal design communicative possibilities are revealed, the realization of which allows joining of communication verbal and non-verbal possibilities on the complementary basis. The following is proved: the being representation ontological constants of periodicals are supported by the graphical ways. The graphical design culturally-anthropological measurement of the journal production on the territory of Slobozhanshchina of the XX-th century is researched.

Key words: journal, culture of early and later modern, representation culture, verbal and non-verbal communication, human creative potential.