

Міністерство освіти і науки України
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Навчально-науковий інститут філології
Кафедра історії української літератури, теорії літератури
та літературної творчості

ЛІТЕРАТУРНО-МИСТЕЦЬКА КРИТИКА В УКРАЇНСЬКОМУ СЕГМЕНТІ
СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ: ТЕМАТИКА, ПРОБЛЕМАТИКА,
ЖАНРОВІ МОДИФІКАЦІЇ

Кваліфікаційна робота
на здобуття ОС «магістр»
студентки II курсу,
галузі знань 03 Гуманітарні науки
спеціальності 035 – філологія
спеціалізації 035.01 «Українська мова і література»
ОП «Літературно-мистецька аналітика
та західноєвропейська мова»
Собачинського Ростислава Віталійовича

Науковий керівник:
к. філол. н., доц. Усатенко Г. О.

«Допущено до захисту»

Протокол засідання кафедри історії української
літератури, теорії літератури та літературної творчості

№ 10 від 19.05.23

Завідувач кафедри _____ д. філол. н., проф. О. М. Сліпущко

КИЇВ — 2023

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. Літературно-мистецька критика як явище наукового та естетичного аналізу	5
1.1. Поняття та характеристика літературно-мистецької критики.....	5
1.2. Огляд розвитку літературної та мистецької критики в Україні....	9
1.3. Проблема критики і медіакритики у вимірі цифрових медіа.....	18
1.4. Роль та виклики розвитку критики у соціальних мережах.....	22
РОЗДІЛ 2. Типологія жанрових модифікацій літературно-мистецької критики у соціальній мережі Instagram.....	38
2.1. Жанри літературно-мистецької критики у вимірі соцмереж.....	38
2.2. Типологія жанрових модифікацій.....	40
РОЗДІЛ 3. Створення критичного медіа блогу «ArtNastup» у соцмережі Instagram.....	44
3.1. Робота над концепцією. Підготовчий етап.....	44
3.2. Підготовка та публікування матеріалу. Етап реалізації.....	48
3.3. Оцінка результатів та перспектив. Етап аналізу.....	51
ВИСНОВКИ.....	54
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	56

ВСТУП

За останні 30 років літературно-мистецька критика в Україні зараз переживає найактивніший етап свого розвитку та поширення, що спричинене набуттям популярності абсолютного нового виміру для існування критики — цифрового. Інтернет, а саме соціальні мережі, став новим полем для зручного та легкого розвитку особи критика, пропонуючи новий інструментарій, але й диктуючи нові вимоги та виклики, на шляху до вирішення яких традиційна або ж “паперова” літературно-мистецька критика проходить складні процеси адаптації, а сама особа критика зазнає численних змін. Дані процеси, видозміни, створення та функціонування нових типів, та й саме явище сучасної критики, що розвивається у соціальних мережах, потребують детального дослідження.

У цьому й полягає актуальність роботи: проблеми адаптації критики до нових цифрових реалій є малодослідженими або й взагалі недослідженими, якщо брати до уваги певні соціальні мережі. Дане дослідження проходитиме, спираючись на історичний досвід вивчення української літературно-мистецької критики, а саме роботи таких критиків та історіографів критики як Михайла Костомарова, Пантелеймона Куліша, Івана Франка, Михайла Драй-Хмари, Миколи Зерова, Андрія Ковалівського, Ярослава Гординського, а окрім того Леоніда Білецького, Михайла Бернштейна, та сучасників Михайла Наєнка, Романа Гром'яка, Михайла Криволапова, тощо.

Актуальність даної роботи сприяє формуванню мети дослідження — огляд і опис способів адаптації та реалізації літературно-мистецької критики у вимірі соціальних мереж. Задля втілення названої мети у ході виконання дослідження ми намагатимемось вирішити такі завдання:

- Означити і охарактеризувати поняття літературно-мистецької критики з точки зору сучасності.
- Розглянути основні аспекти історичного розвитку критики на теренах України.
- Визначити роль критики, та описати проблеми та виклики, що постають перед літературно-мистецькою критикою у цифровому вимірі.
- Описати шляхи вирішення даних викликів та проаналізувати приклади успішно реалізованих проєктів.
- Типологізувати жанрові модифікації, що виникають внаслідок адаптації критики.
- Створити модель критичного блогу у соцмережі Instagram, описати результати та перспективи проєкту.

Предметом даного дослідження є явище літературно-мистецької критики у вимірі соціальних мереж. Об'єктами дослідження обрано створені літературно-мистецькі критичні проєкти на майданчику Instagram.

Задля вирішення поставлених завдань застосовано загальнонаукові методи, як от емпіричні методи опису, спостереження та експерименту. Окрім того, застосовано методи аналізу та синтезу, також проведена системна класифікація та здійснене моделювання об'єктів дослідження.

Структура роботи містить: вступну частину, основну частину, яка складається із трьох розділів і пунктів до кожного розділу, висновків, списку використаних джерел, та двох типів додатків — типологічної таблиці та ілюстрацій моделювання.

РОЗДІЛ 1. Літературно-мистецька критика як явище наукового та естетичного аналізу

1.1. Поняття та характеристика літературно-мистецької критики

Критика є спробою розібрати мистецький продукт до деталей, дослідити його зблизька, а потім дати оцінку тому, як усе взаємодіє. Критика не буває науково точною, адже вона сповнена упереджень. Критична думка завжди тягнеться до об'єктивності, але ніколи не покидає поле суб'єктивності. Дослідження критики в суперпозиції наукового-авторського є нашою першозадачею.

Для того щоби визначити чим є літературно-мистецька критика, потрібно проаналізувати її три основних компоненти: сам термін “критика”, означити що таке критика “літературна” та “мистецька”, а потім визначити їх взаємозв'язок.

Критика у сучасному розумінні, — «сфера діяльності, яка передбачає оперативну рефлексію на сучасний культурний процес у країні». Задачею критики є осучаснення медіа творів. Критика «пропонує новий ракурс бачення мистецького твору, вводячи його в широкий соціокультурний контекст, критики стають посередниками між митцями й публікою» [52, 1].

Критика як дисципліна бере початок з філософії, як і багато інших наук, знаходить своє продовження в мистецтвознавстві та культурології, однак найбільш ознак черпає із журналістики, адже запозичує у неї досвід комунікації. Критика має наукове обґрунтування — критична теорія або

critical theory, що аналізує та намагається систематизувати культурні явища в історичній та сучасній перспективі. Однак, цим терміном послуговуються переважно науковці закордоном. В українському контексті, “критика” включає в себе і теорію критики і практичний експеримент, так званий процес “критикування”.

В Україні розвитком та дослідженням поняття “критика” займались перш за все літературознавці XIX століття. Тому не дивно, що слово “критика” частіше вживається у поєднанні із “літературна”. Набуває рис “художньої” критика усередині XX століття, після перших спроб систематизувати ранні напрацювання літературознавців у окрему дисципліну. “Художня критика” часто вживається як аналог мистецькій, але доречність його вживання стосовно мистецької критики є під питанням, адже художня критика формувалась на основі критики образотворчого мистецтва, що фактично ближче до жанрових критики, як от музична критика чи театральна критика.

Найбільшого ж розвитку “літературно-мистецька критика” досягає вже у сучасний період після здобуття Україною незалежності, коли виникає вільний діалог між місцевими та західноєвропейськими досвідами, а крім того й між сучасним та справжнім минулим української критичної думки. Із поширенням технологій комунікації, потенційного нового значення набула медіакритика — критика медійного продукту та засобів комунікації, який у сучасному контексті можна застосувати також до творів мистецтва, які поширюють через ці нові медіа.

Треба зауважити, що критика в сучасному її розумінні — предмет досить недосліджений в Україні. Серед науковців досі існують розбіжності навіть на лексемному рівні. Під “художньою” та “мистецькою” критикою

часто мають одне і те ж поняття, хоча у цій роботі ми вважаємо, що між ними не може бути знака дорівнює. Водночас багато із того, як ми розуміємо критику “мистецьку” є напрацюваннями літературознавців у їх визначені критики “літературної”. Доречним вважаємо вживання терміна “літературно-мистецька критика”, що дозволяє не нехтувати загально-мистецьким полем дослідження, і не ігнорує теоретичну основу, що завдячує працям літературознавців.

Юрій Ковалів подає визначення літературної критики у “Літературознавчій енциклопедії” так: «Літературна критика — різновид літературознавства, що трактується як галузь наукового пізнання художньої дійсності, як публіцистика, що ґрунтується на літературному матеріалі... і спрямована на цілісну інтерпретацію письменства» [44, 569]. Якщо підставити слово “мистецтво” замість “література”, отримуємо приблизне формулювання і мистецької критики. Таким чином головним предметом критики є не літературний текст, а текст мистецький. Окрім того, за словами Коваліва, критика: «використовує набутки близьких до неї теорії та історії літератури, однак має відмінні завдання» [44, 569]. Завдяки цьому ми можемо сказати, що критика є фактором, який трансформує мистецький текст у текст культурний.

Зараз у сприйнятті науковців критична думка балансує на межі науки та естетики, виконуючи водночас соціально-вишкільну роль, але й слугуючи медіатором між митцем та публікою. Тетяна Шестопалова звертає увагу на таку місію критики: «Літературна критика – це виявлення в мистецькому творі феномена сучасності шляхом осмислення її актуальних смислів та універсалій, побачених у цьому творі» [76, 120]. Окрім того, на її думку, внаслідок засвоєння західноєвропейського та американського досвіду у

підході до терміна “критика”, в українському понятійному апараті цей термін набув дифузного характеру.

У тій же “Літературознавчій енциклопедії” іншомовним відповідником до терміна “літературна критика” логічно ставлять англomовний термін *literary criticism*. Фредерік Крюз у енциклопедії *Britannica* подає визначення цьому терміну так: «*Literary criticism, the reasoned consideration of literary works and issues. It applies, as a term, to any argumentation about literature, whether or not any specific works are analyzed*»¹ [3]. Водночас, Крюз зазначає, що цей термін більше стосується того, що називають *practical criticism* (практична критика), яка займається інтепретацією значення і оцінкою якості творів. В розумінні Крюза, літературна критика це, перш за все, наукова дисципліна, яка займається філософським, описовим та оціночним дослідженням літератури, не залежно від того, чи мова йде про якийсь певний текст, чи про літературне явище загалом.

Однак у західноєвропейському контексті, замість терміна *literary criticism* можемо частіше бачити узагальнений *art criticism* (мистецька критика). Термін бере початок із критики саме образотворчого мистецтва, але згодом бере під своє крило інші види мистецтва, як от критику літературну, театральну, музичну. Дональд Каспіт подає визначення мистецькій критиці також у практичному ключі, стверджуючи що критика це передусім аналіз та оцінка творів мистецтва. Вона є інтерпретативною (а тому суб'єктивною), включає в себе намагання зрозуміти певну мистецьку працю із теоретичної перспективи, а потім встановити її зв'язки із історією мистецтва [9].

¹Літературна критика, обгрунтоване осмислення літературних творів та проблем. Цей термін вживають стосовно будь-яких спорів про літературу, не залежно від того чи здійснюється аналіз того чи іншого твору.

Критична теорія закордоном, хоч і намагається систематизувати усі попередні наукові здобутки, насправді виявляє лише проблему в різнобічності підходів до розуміння критики. Не дарма серед сучасних науковців найбільш популярним є постмодерністський підхід, який не заперечує плюралістичність критичної думки, підкреслює суб'єктивність критичного аналізу.

XXI століття стало переломним для критичної теорії, особливо в Україні. Щодня з'являються нові економічні, соціальні і технологічні чинники, які впливають як на мистецтво, так і на критику мистецтва, і змінюють їх, а слідом змінюють і підходи до їх осягнення. Певні аспекти явища сучасної критики зараз набувають ваги, як от проблема масовості чи надмірної комерціалізації мистецтва. Критик як професія втрачає свою вагу, натомість критика все більше стає інструментом реклами, чия мета — допомогти мистецькому продукту краще продатись.

Щоби розглянути детальніше аспекти існування критики в сучасному світі, у даному дослідженні ми вживатимемо термін “літературно-мистецька критика” або просто “критика” у поданому визначенні: Літературно-мистецька критика — це дисципліна, яка має ознаки науковості, займається аналізом та оцінкою суспільного значення творів мистецтва, зважаючи на їх естетичну цінність, спираючись на суб'єктивний досвід та творчі здібності критика.

1.2. Огляд розвитку літературної та мистецької критики в Україні

Питання критики мистецтва виникло щонайменше разом із мистецтвом. Дослідженням цього явища займались безліч філософів, філологів,

істориків, соціологів, навіть журналістів. Вона бере початок із цілком природньої реакції споживача мистецтва на продукт мистецтва — подобається чи ні. А згодом обростає професіональністю, коли людина, що огляну кілька мистецьких продуктів, вже має інструменти порівняти їх, визначити кращі сторони того чи іншого, а потім поділитись своєю думкою на маси. Зараз же мистецька критика як професія зазнає великих трансформацій через процеси діджиталізації та масовості як мистецтва, так і критичної думки. Аналізувати ці процеси становлення, розвитку та трансформації мистецької критики потрібно, щонайменше, щоб запобігти поширенню низькоякісного мистецького продукту. А в довгостроковій перспективі — підняти стандарт критичної думки, а слідом і мистецтва у нашій країні.

Становлення української критичної думки можна відслідкувати як відгалуження від літературознавства, яке фактично є «доестетичним і інтерсуб'єктивним пізнанням художнього твору». На відміну від літературознавства, яке тяжіло до науковості, критика завжди існувала в полі журналізму та практичності. «Критична думка є власне "естетичним і моносуб'єктивним" пізнанням художнього твору, незрівнянно глибшим, але в силу неминучої суб'єктивності таким, яке не претендує і за визначенням не може претендувати на статус "наукового знання"» [59, 8]. У цьому контексті можна говорити, що формування критики відбувалося з часів зародження в Україні літературознавства і формувалось досить фрагментовано та жанрово ізольовано.

Варто зауважити, що більшість історіографій української критики зосереджені на літературному процесі, що дещо ускладнює дослідження критики мистецтва загалом.

Першими зразками критичних міркувань про писані тексти на українській землі можна вважати ще “Ізборники Святослава” 1073-1076 років. Помітне місце у історичному становленні критики посіли Феофан Прокопович та Митрофан Довгалецький, які у “Поетиках” XVIII століття доклалися до формування неокласичної школи критики, регламентованість якої призвела до уявлень про творчість як технічне вміння, дотримання письменниками визначених правил. Елементи критики можна відслідкувати в Харківських виданнях “Український Вісник” та “Український журнал” початку XIX століття. «Автори критичних заміток у них висловлювали віру в дієвість критики, яка навчає судженню про твір, підсилює від-чуття прекрасного, удосконалює в людині її художній смак» [72].

Одною з перших суто критичних праць вважаємо “Обзор сочинений, писанных на малороссийском языке” 1843 року Михайла Костомарова, де він узагальнив здобутки української літературно-критичної думки перших десятиліть XIX ст. У його діяльності можемо відслідкувати поєднання прийомів культурно-історичного й порівняльно-типологічного методів. Окрім того, Костомаров також займався розробкою жанрів оглядової та проблемної статті, а також рецензії.

Переломним моментом у формуванні української критики можна сміливо назвати діяльність Пантелеймона Куліша. У своїх полемічних статтях “Характер и задачи украинской критики” 1861 року [50], а також у циклі “Перегляд українських книжок” 1862 року, Куліш надає перші теоретичні обґрування критики, визначає предмет літературної критики та постановляє критерії оцінки літературних творів. Кулішова критика спирається на романтичне сприйняття. Предметом крити він бачить

літературного твору, які здобули популярність, і займаються перш за все відтворенням народного духу, а не побутово-етнографічної достовірності. Окрім того, Куліш звертає увагу на важливість суворого підходу щодо оцінки юних авторів.

XX століття стало періодом постійного ревізійнізму поняття та функціоналу критики. Перші спроби наукового обґрунтування критики здійснювалися у тандемі із літературознавством. З'являється теза, що визначає зростаючу вагу соціально-активного аспекту критики. Про цей підхід писав Іван Франко на початку XX століття.: «Критика, де розбирається наука «для самої науки», рівно як і критика, де штука і її ідеали суть самі для себе найвищою ціллю, тепер уже цілком уступила критиці соціальній, де життя і його відносини, а не що іншого, становлять найвищу ціль штуки і науки» [74, 26]. У цей час критика спрямована не на аналіз змісту, а на форму.

Дещо журналістський підхід до означення критики пропонує редактор та критик Микола Голубець. У своїй статті присвяченій (вже) мистецькій критиці, він зазначає: «критика мистецької творчості потрібна, хочби тільки в характері посередника поміж артистом і публікою» [31]. На думку редактора, критика повинна відігравати іншу роль, аніж наукові тексти. Критика є своєрідним медіатором між естетичним сприйняттям автора та консервативною публікою. Голубець стверджує, що без цього посередництва важко уявити розвиток мистецтва останніх двох століть. «З несміливих, нездецидованих, відносно свого характеру первопочинів виросла мистецька критика до розмірів і ваги нової істини, нового культурного чинника». Однак, ще на початку XX століття критик висловлює занепокоєння тим, що мистецька критика починає зазнавати

гіперпродукції, яка є наскрізь суб'єктивною. Проблема, яка тільки підсилиться із часом, особливо у часи діджиталізації.

У першій третині ХХ століття поступово оформлюється ідея того, що критика є посередником між письменником і читачем, між наукою і читанням художнього тексту. Виокремлюється окрема функція критичного судження — впливати на розвиток письменства та, водночас, формувати мистецькі смаки й, іноді, ідейні переконання читача та суспільства в цілому. Окрім того початок століття також відзначився відходом від дилетантності критики. Академізацією, внесенням у літературну критику аури науковості та розумінням літератури як суто естетичної форми перетворення реальності займалися Михайло Драй-Хмара, Микола Зеров, Іван Огієнко, тощо. Вони ж стали першими науковцями, які розпочали діалог між українською критикою та критикою європейською, засвоюючи деякі її концепти.

Серед інших імен літературознавців раннього ХХ століття були Андрій Ковалівський, що досліджував питання української критики у період національного відродження, та Ярослав Гординський, який займався дослідженням літературної критики радянської України станом на 1939 рік [32].

Суспільно творча мета критики досягла найбільшого розвитку у часи посилення впливу соціально-реалістичної ідеології комунізму. Тоді ж критику спіткало засилля науковості та пропаганди, що, зважаючи на суб'єктивну природу критики та інтенсивний розвиток теорії критики у Європі та Америці, стало у багатьох аспектах шкідливим для неї.

Одним з adeptів літературознавчого, а тому наукового підходу до “літературно-наукової критики” став Леонід Білецький. Науковець, аналізуючи методології своїх попередників у Європі, намагається визначити, що робить науку — наукою. Він зазначає, що у будь-якому науковому прориві відіграє роль не тільки “гола теорія” про закони природи, але й творчі здібності дослідника. Таким чином, у розумінні Білецького навіть наука не позбавлена суб'єктивності. Що ж тоді говорити про літературознавство та критику? Дослідник сперечається, що обидві дисципліни є науковими, отже головним методологічним моментом у них має бути сумнів. Водночас, Білецький заперечує “методи суб'єктивні” стосовно критики, сумніваючись що вони: «крім суспільно-громадського та популяризаторського мають наукове значіння» [22, 21]. У цій праці бачимо розподіл критики на наукову та суб'єктивну, яка, на думку науковця, є аматорською і не несе ніякої цінності.

Михайло Бернштейн займає дещо узагальненішу позицію. Досліджуючи так звану “дожовтневу критику” 50-70х років XIX століття він стверджує, що критика відіграє роль як в суспільному так і в літературному житті. [20, 3]. У призмі соціально-реалістичного сприйняття, у роботі Бернштейна критика існує між наукою, художністю, соціальною діяльністю, а також суспільними вимогами. За словами іншого науковця, В'ячеслава Брюховецького: «Критика стала невід'ємною частиною духовного життя суспільства». Він також не заперечує, що критика є специфічним видом творчої діяльності, стверджуючи, що критика: «аж ніяк не відмежовується ні від художнього, ні від теоретико-наукового мислення» [24, 4].

Зі здобуттям незалежності у 1991 році українське мистецтво як і критика пережили хвилю ейфорії. Літератори, митці, публіцисти прагнули

відродити те, чого не можна було навіть згадувати вголос. З'явилася жага до написання і оцінювання культурних текстів, тепер без норм та обмежень. В українського критика розвинулось бажання спілкуватись зі світом. І це дійсно змінило вигляд та стиль критичних статей — «культура відійшла від ідеологічної константи й перестала виступати єдиним фронтом із політикою. Разом із тим, розмилося й поняття "художність", яким відзначали високу та низьку мистецьку цінність, відповідність події чи продукту державній "планці якості"» [52, 1].

Не дивно, що літературно-мистецька критика України у цей час активно засвоювала та осмислювала здобутки Європейської критики ХХ століття. Для критики західного зразка переломними стали роботи кількох мистецтвознавців та критиків. Клемент Грінберг відіграє провідну роль у формалістичному підході до даного питання, визнаючи естетичну самодостатність мистецького твору як найбільш важливий критерій для його оцінки. На прикладі мистецтва авангарду та кітч у своїх есе у збірці «Мистецтво та культура», Грінберг звужує поняття критики до аналізу художнього та матеріального медіуму, у якому мистецтво повинне очищуватись від того, що даному медіуму не властиво [6].

На противагу теорії Грінберга, американський критик Гарольд Розенберг висуває діалектичний та екзистенціальний погляд на мистецтво. Відомим стало його трактування канви як «арени подій», на якій бачимо не картину, а явище, зіткнення митця і його матеріалу. Розенбергове бачення критики мистецтва ж включало в себе, за словами Макса Козлофа: «perception of the self through the medium of the work of art and perception of the work of art through the medium of the self²» [Kozloff]. Поряд із Розенбергом, у схожому

² Сприйняття себе через медіум мистецького твору та сприйняття мистецького твору через власне «я».

дусі мислив британський критик Лоренс Еловей, який став першим, хто взявся критикувати мистецтво попарту, навіть даючи цьому явищу даний термін. Еловей одним з перших використовував теорії масової комунікації та суспільної поведінки, беручи до уваги психологічні особливості аудиторії, щоби аналізувати мистецтво. Критик просував ідеї того, що “високе” мистецтво повинно існувати у тому ж вимірі, що і популярна культура. Дані три особи репрезентують важливу особливість ХХ століття — формування професійного мистецького критика у великому полі розбіжностей підходів до даної професії.

Початок ХХІ століття став періодом панування постмодерністського підходу у розумінні критики мистецтва. Постмодернізм стверджував, що немає єдиного набору якостей та інструментів, який би дозволив об'єктивно оцінити мистецтво, а радше існує плюралістичність поглядів, які у своїй єдності можуть зробити якраз це. Фрагментарність та плюралістичність думок західних науковців додалися до загального незрозуміння критичних процесів, які були наслідком тривалого ідеологічного тиску, тож критика опинилась у становищі, коли за її вивчення детально не брались ще довгі роки. Із назви монографії Володимира Даниленка “Лісоруб у пустелі. Письменник і сучасний літературний процес” 2008 року з'являється натяк на “пустельність” літературно-мистецького процесу після незалежності, та в її критичному осмисленні.

Водночас, на тлі публікації архівних творів репресованих літераторів та науковців, «публікації навіть найпомітніших молодих письменників періоду незалежності (Ю. Андрухович, Ю. Винничук, С. Жадан,

О. Забужко й ін.) видаються дуже далеким відлунням великої літератури великих стилів» [72], а що вже й говорити про критику.

Дослідженням становлення та розвитку української літературної критики займалися такі науковці як Роман Гром'як, що у своїй роботі “Історія української літературної критики” [33] дослідив виникнення і формування української критики крізь призму естетичної комунікації. Михайло Наєнко у навчальному підручнику “Історія українського літературознавства і критики” [57] в контексті європейського літературознавства розглядає різні етапи розвитку українського літературознавства та критики. Названими джерелами ми будемо послуговуватись надалі, щоб проаналізувати історичний шлях формування української критики.

У 2007 році з'являється вже згадане нами сучасне визначення літературної критики у поданні Юрія Коваліва. Його визначення критики спирається на естетичний критерій, називаючи мету критики перекласти художній твір на мову логічну. У його розумінні критика проходить шлях від естетичного сприйняття через науковий аналіз до публіцистики. Таким чином, критика виокремлена від літературознавства чи історії літератури тим, що вона більше пов'язана із осягненням естетичного. І цей критерій слідом дозволяє критиці виявляти нові літературні явища та оцінювати їх роль у літературному процесі.

У цей період пріоритету набуває обґрунтування загально мистецької критики. Серед сучасників цього підходу є мистецтвознавець Михайло Криволапов, який здійснює спробу проаналізувати формування та розвиток національної мистецької школи і мистецтвознавчої науки в Україні ХХ століття [47]. Варто також згадати В'ячеслава Сидоренка та

збірку мистецтвознавчих досліджень “МІСТ: мистецтво, історія, сучасність, теорія”, а також збірник “Українське мистецтвознавство”, над яким головує Ганна Скрипник. Обидва періодичних видання займаються мистецькою критикою та дослідженням мистецтвознавства в Україні.

1.3. Проблема критики і медіакритики у вимірі цифрових медіа

Після переходу більшості медійних матеріалів, критичні праці включно, до цифрового виміру, виникло досить багато проблем пов'язаних із адаптацією до нових реалій. Однією з таких проблем є дилема диференціації медіакритики як різновиду критики медіа та літературно-мистецької критики, яка зараз багато послуговується інструментами цих нових медіа. Обидві дисципліни мають як точки дотику, так і розбіжності, які потрібно знайти і дослідити, аби унеможливити підміну понять та унеможливити ризик непорозуміння.

Характеристику та визначення літературно-мистецькій критиці ми вже подали вище: «...це дисципліна, яка має ознаки науковості, займається аналізом та оцінкою суспільного значення творів мистецтва, зважаючи на їх естетичну цінність, спираючись на суб'єктивний досвід та творчі здібності критика». У цьому пункті ми розглянемо детальніше явище медіакритики, та спробуємо визначити спільні та розбіжні характеристики.

«Кінокритика, літературна, театральна та музична критика вже давно закріпилися як окремі напрями репрезентації мистецьких явищ і тенденцій. Порівняно з ними медіакритика — відносно нова галузь, що нині є механізмом саморегуляції засобів масової інформації», зазначає Алла Миколаєнко. Медіакритика є перш за все дисципліною у полі

журналістики, в той час як мистецькі критики є частиною своїх певних галузей, як от літературна критика походить від літературознавства. Тож першою метою медіакритики є моніторинг журналістики. «Медіакритика є сукупністю процесів аналізу, інтерпретації та оцінювання змісту медіатекстів різних жанрів і видів, що позначається на сприйнятті контенту сучасних ЗМІ та їх відображенні в масовій свідомості аудиторії» [53, 32].

Можемо спостерігати, що роль медіакритики перекликається із роллю літературно-мистецької критики: проаналізувати текст і вплинути на його відображення в масовій свідомості. Однак, медіакритики є дещо більше дидактичною. «Медіакритика розглядається зарубіжними науковцями як складова частина діяльності, націленої на медіаосвіту і розвиток особистості за допомогою і на матеріалі масмедіа з метою формування культури спілкування зі ЗМІ, творчих, комунікативних здібностей, критичного мислення, вміння самостійно аналізувати, інтерпретувати і оцінювати медіатексти, а також володіння різними формами самовираження за допомогою медіатехніки» [68, 5]. В той час як мистецькі критики не прагнуть досягнути дидактичної цілі, а навпаки покликана виокремити критика та його критичний текст із маси як такий, що має найбільшу вагу та цінність.

Отар Довженко зазначає, що: «Жанрові і тематичні межі медіакритики розмиті: вона межує з критикою різних родів мистецтва, політичною та соціальною публіцистикою, есеїстикою, навіть художньою літературою», що вельми ускладнює її диференціацію серед галузевих мистецьких критик. Велику роль тут відіграє специфіка саме об'єкта критики. «Специфіка об'єкта різнить медійну критику від мистецької (літературної, театральної, кінокритики), адже процес і продукт виробництва у медіа є

насамперед утилітарним — покликаним задовільняти потреби суспільства в інформації — й лише почасти творчим. Це робить медіакритику менш залежною від жанрових канонів публіцистики» [35, 132]. Таким чином, про медіакритику потрібно говорити як про таку дисципліну, яка не виходить за межі журналістики і не трансформується у художню публіцистику.

Зважаючи на існування медіакритики в домені журналістики, впливає й те, що жанрова варіативність залишається такою ж, що і у журналістики: інтерв'ю, аналітична стаття, рецензія, та огляд. Із масовим поширенням цифрових технологій великої популярності набув також жанр особистого блогу, який є об'єктом нашого дослідження. Очевидно, що мистецька критика також послуговується даними жанрами. Певний мистецький твір може бути як об'єктом мистецької критики так і медіакритики, а розрізнити їх можна за акцентами. До прикладу, критикуючи кінофільм, мистецька критика приділяє більше уваги на аналіз фільму як художнього полотна у системі художніх творів. А медіакритика на культурний та медійний контекст цього фільму, на його розробку та вплив на масову свідомість.

Треба також зауважити, що медіакритика — досить нова дисципліна. Вона, як і літературно-мистецька критика, тільки почала свій шлях становлення у сучасному українському контексті. «На протипагу країнам Заходу, де середовищем існування та розвитку основної частини популярної (орієнтованої на пересічного споживача) медіакритики є ЗМІ загального інтересу, в Україні її ареал обмежений «резервацією» кількох профільних видань. На сторінках більшості друкованих та онлайн-видань медіакритика не з'являється ніколи, і лише в деяких нерегулярно публікуються тексти, присвячені медійному контенту або взаєминам медіа і влади», зауважує Отар Довженко [34].

Окрім того, потрібно звернути увагу на наявне розмежування понять традиційної медіакритики та популярної медіакритики особливо у контексті цифрової реальності. «Для представників традиційної медіакритики, – яких в Україні, втім, можна злічити на пальцях, – соцмережний дискурс є середовищем формування думок та аргументації, що згодом кристалізується у глибшу, збалансованішу, багатограннішу публіцистику. Він примушує критиків до вищого рівня узагальнення матеріалу, глибшого пошуку та рефлексії...» [35]. А от популярна медіакритика покликана викликати емоції, а не глибоко осмислити події та явища. Її мета — зачепити читача, який не настільки глибоко занурений у особливості функціонування медіа. Вона суб'єктивна, різка, саркастична, подекуди навіть бурлескна. Популярна медіакритика набагато ближче нагадує критичну публіцистику, аніж медіазнавство. У цьому її прояві ще важче знайти відмінності між літературно-мистецької галузевою критикою, і власне медіакритикою.

Водночас, у західній традиції медіакритика розглядається переважно у практичній площині. Згідно з дослідником Дейвісом Фолджером із Бруклінського коледжу, медіакритика – це «низка методів, що розглядають можливості, способи застосування, впливи та практики, пов'язані з різними медіа; змістовні характеристики, сприйняття, упередження та цілі, пов'язані з повідомленнями, які ці медіа продукують; культуру споживання та виробництва цих повідомлень; ідеології, які впливають на формулювання цих повідомлень; і людей, які створюють ці повідомлення та формуються під їх впливом». За Отаром Довженко, медіакритика – це сегмент журналістики, що аналізує та оцінює медійний продукт. Її предметом може бути і форма, і зміст медійного продукту, а також

тенденції та обставини його виробництва, їхнє значення, вплив на суспільство [36].

Варто підсумувати сказане. У медіакритики та літературно-мистецької критерії справді схожий інструментарій, наявні жанрові та тематичні перетини. Відмінність медіакритики від літературно-мистецької критики є здебільшого у акцентах щодо аналізу мистецьких об'єктів. Коли медіакритика надає більшу увагу самому об'єкту ізольовано, то літературно-мистецька критика тяжіє до дослідження цього об'єкта у взаємозв'язках із мистецьких тлом. Медіакритика є більш дидактичною та переважно досліджує вплив медіатвору на масове суспільство, в той час як літературно-мистецька критика має за першомету оцінити художню цінність мистецького твору, адресуючи цю оцінку умовному споживачу продукту.

1.4. Роль та виклики соціальних мереж у розвитку критики

Сучасна культурна та мистецька арена, яка відносно нещодавно позбулась примусовості та нормованості, сприяє такому ж непримусовому розвитку літературно-мистецької критики. Навіть незважаючи на те, що велика частина мистецьких проєктів досі фінансується із державного бюджету, виникла проблема контролю їх якості. Поширене на початку століття явище профанності та масовості мистецьких продуктів — як от засилля аматорської літератури чи низькопробний кінематограф — лише підсилилось тим, що літературно-мистецька критика перестала бути інструментом державної пропаганди, утворюючи вакуум регулювання.

Дана масовість набуває ще виразніших рис, після поширення мережі Інтернет, у кардинально новому середовищі соціальних мереж.

Вплив соціальних мереж на літературно-мистецьку критику важко переоцінити та потрібно ще багато досліджувати. Серед найбільш популярних майданчиків для критиків як абсолютно нового, так і адаптованого “старого” можемо навести для прикладу Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, Telegram, TikTok, та Goodreads. У кожній з цих соцмереж можемо спостерігати різну динаміку взаємодії між контент-мейкерами та споживачами контенту. Кожна мережа надає різний набір інструментів, що реально впливає на формування як зовнішнього формату, так і контенту (а під контентом ми маємо критичні матеріали перш за все). У кожній мережі своя аудиторія, що впливає на рівні сприйняття того чи іншого контенту. Е.г. користувачі мережі Facebook радше споживати набагато довший, “текстовий” матеріал, користувачі Instagram завжди потребують візуального супроводу, та рідше звертають увагу на великі тексти, а от користувачі TikTok взагалі не сприймають тексти довші за приблизно 100 символів, що обумовлене обмеженою концентрацією уваги та “швидкістю” соцмережі.

Варто також зауважити, що соціальні мережі зазвичай не мають за першоціль бути медіумом для поширення критики. Можна сказати що галузь літературно-мистецької критики знайшла собі прихисток у соціальних мережах, а згодом вже закріпилась там як повноцінне явище. Facebook був створений, щоби підтримувати зв'язок між одногрупниками. Ця соцмережа є прикладом “класичної” соцмережі, яка поєднує аспекти різних текстових, фото-, аудіо- та відео-платформ. Facebook є чи не основним медіумом для ведення особистого блогу, адже для кожного

посту відведена доволі велика кількість допустимих знаків, де користувачі можуть оцінювати ваші думки взаємодією із вашим контентом. Зрозуміло, що ця соцмережа є однією із найбільш зручних для сучасних критиків. Instagram першочергово став платформою для поширення власних фото. Вже згодом до платформи додали можливість ділитись невеликими відеороликами (reels) та короткими “історіями” (stories). Очевидно, що цільова аудиторія даної платформи вимагатиме від сучасного критики візуальну адаптацію власного контенту. Часто можемо спостерігати, як короткі текстові примітки міксують із ілюстраціями для привернення уваги.

TikTok є мережею для поширення коротких гумористичних відеороликів. Аудиторія даної соцмережі — це переважно молоде покоління, які хочуть просто розважитись. На наше власне судження TikTok є найменш пристосованою платформою для літературно-мистецької критики, однак є випадки, коли контент-мейкери вигадують шляхи адаптації і до цього формату. До прикладу, в TikTok знайшли популярність так звані “Буктокери”, поціновувачі літератури, які діляться у відео своїми враженнями про книги, зазвичай дуже експресивно і коротко. YouTube є чи не основним майданчиком для поширення великих відеосе та оглядів того чи іншого мистецького твору. Так як ця соцмережа надмірно візуально, зрозуміло, що найбільшій популярності серед місцевих критиків мають саме мистецькі продукти, які можна проілюструвати, як от кінематограф чи музичні твори. Для критики кінематографа користувачі часто додають цілі вирізки із кінофільмів у свої відео, а для музики — музичні сегменти. На YouTube також спостерігаємо

велику популярність у полі літературної критики, творців якої також називають “Буктюбери”.

Twitter трохи рідше вживають для поширення критичних матеріалів. Тут критик може висловити власні думки у формі низки пов'язаних коротких постів (threads). У Twitter є великі обмеження як у кількості символів так і у кількості ілюстративних матеріалів (зазвичай 1-4 картинки до публікації). Тож критики часто фокусуються на найбільш різких своїх судженнях стосовно мистецьких творів, часто нехтуючи формою та стилем. Соцмережа Telegram орієнтована переважно на комунікативному аспекті (чатах), тож тут не дуже розвинута сфера особистих блогів, як у інших соціальних мереж. Літературно-мистецька критика тут функціонує у якості “каналів”, де один або кілька адміністраторів можуть публікувати свої зображення та текстові примітки, які послідовувачі можуть позначати різними емодзі та коментувати.

Можемо спостерігати, як критика адаптується до реалій різних соціальних мереж, першометою який не було поширювання даної критики. Однак ми не заперечуємо існування соціальних мереж, які спрямовані на поширення критики від самого свого зародження, як от Goodreads. Цю соцмережу можна вважати одним із найбільш успішних прикладів читацької соцмережі-каталогу з активними соціальними функціями. Ця мережа позиціонує себе як середовище безпосереднього спілкування читачів між собою та авторами про їхню власну читацьку бібліотеку. Подібні соціальна мережі для читання є дуже комфортним місцем для читачів, які не шукають професійної критики, не надто пильно стежать за літературним процесом, проте багато читають і люблять говорити про книжки. Тут можна знайти й однодумців, і близькі до власних інтересів

книжки, і власне той читацький простір, якого не вистачає на решті соціальних майданчиків [15].

Розбіжності у інструментарії та спрямуванню кожної з соцмереж впливає на формування сучасної критики у соцмережах. Щоб повноцінно осягнути імплікації соцмережевого впливу на явище літературно-мистецької критики потрібно детально і довго вивчати дане питання. Спочатку варто розглянути суміжний вплив соцмереж на критику, тобто спробувати побачити загальну картинку: які спільні риси дані соцмережі мають, і який вплив ці риси можуть складати. Згодом потрібно детально вивчати кожну соцмережу, аби можна було виходячи з аналізу методом синтезу дати повну відповідь на питання: як соцмережі впливають на арт критику. У даній роботі ми зосередимось на загальних якостях, і трохи більше заглибимось у соцмережу Instagram.

Які ж найбільші виклики постають перед сучасними літературно-мистецькими критика, які обрали публікуватись у соціальних мережах? Спробуємо дати відповідь на дане питання, аналізуючи думки сучасних українських різно мистецьких критиків.

Виклик 1. Критика як фактор масовізації

Взагалі, про соціальні мережі можна точно сказати одне: вони стали основним фактором масовізації мистецтва, а слідом індивідуальної думки про це мистецтва. Традиційні ЗМІ потрохи відійшли на другий план, адже на заміну їм прийшли короткі, швидкі, зручні новини в персональній стрічці. «Із розвитком технологій, поряд із професійною думкою, з'явилася й "публічна". Пости в соціальних мережах, здебільшого позбавлені

професійного аналізу, часто стають популярнішими, ніж енергозатратна публікація в ЗМІ», стверджує Анастасія Головненко [30].

Варто також зазначити, що традиційна “паперова” критика ще нікуди не зникла, однак ми зараз можемо спостерігати процес міграції традиційних жанрів критики у соціальні мережі. Однією з причин даного явища є те, що традиційні ЗМІ вимагають великих коштів для функціонування. Публікація рецензії на умовний кінофільм вимагає оплатити роботу критика, редактору, вкластись у друк. У соціальних мережах набагато більше вагу має публічність. Умовними критиками можуть стати пересічні дописувачі: користувачі самі прагнуть ділитись своїми враженнями (треба зауважити, що під враженнями ми маємо огляди, рецензії та блоги, які хоч трохи фактологічно нагадують традиційні у журналах) з іншими користувачами. І зробити це неабияк просто.

Можна стверджувати, що постійне генерування реакції є один з факторів того, що мистецький продукт здобуде більшу аудиторію. Більше про нього говорять — більше його купуватимуть. Фактично, соціальна мережі у самій своїй суті виконують роботу критика. То ж щоразу більшої актуальності набуває питання – чи потрібна сьогодні аудиторії театральна, літературна, музична, мистецька і кінокритика? Якщо так, то наскільки? На яких майданчиках вона б мала існувати? Яка роль і місія критиків у мистецькому середовищі?

Виклик 2. Професійна нерентабельність

Через простоту поширення критичного контенту відбуваються величезні зміни як у понятійному апараті критики, так і в самій її суті як професії. «Змінюючись разом із інформаційними потребами читачів і

трансформаціями в самих медіа, від мистецької критики сьогодні очікують бути глибокою, аналітичною, цікавою, базуватися на ґрунтовному знанні, розумінні матеріалу й читача» [52, 2]. Однак, через те, що, фактично, немає інструментів фахової регуляції того “як писати правильно”, критики у соціальних мережах пишуть як знають і можуть. «Із закриттям профільних платформ, більшість фахівців у галузі невідворотно мають шукати додаткові джерела для існування, залишаючи критику волонтерством або хобі, депрофесіоналізуючи її таким чином і знецінюючи», вважає театральна критикиня Анастасія Гайшенець [30]. Професія критика як ніколи раніше виходить за маржу, адже зменшується її рентабельність та прибутковість (не будемо ігнорувати економічні аспекти).

Британський письменник Бен Льюїс називає кризою у мистецькій критиці те, що критики отримують все менше і менше зарплатні. На його думку: «Firstly, the opinion of an art critic is less important than the ability of Christie's and Sotheby's and the galleries and collectors to sell works of art for high prices. Secondly, because the critics are paid so little it's much easier to co-opt them³». Із низької рентабельності постає питання щирості критики. Якщо критик не зацікавлений у написанні чесного огляду чи аналізу мистецького твору, то з'являться зацікавлені у тому, аби ця рецензія мала позитивний характер. У такому випадку, критик просто перетворюється у рекламний рупор.

Виклик 3. Складова SMM соціально мережевого маркетингу

³ По-перше, думка критика мистецтва зараз набагато менше важлива, ніж здатність Christie's та Sotheby's та інших галерей та колекціонерів продати мистецьку роботу за велику суму. По-друге, саме тому, що критики заробляють так мало, їх легше підкупити.

Ірина Ніколайчук, літературна критикиня вважає, що соціальні мережі, зокрема Facebook – це можливість для мистецької критики стати більш видимою. Навіть ближчою та доступнішою, більш поміченою, більш обговорюваною, а слідом і більш ефективною. «Очікувано, поширення й поширюваність критики набувають рис SMM (Social Media Marketing) часом навіть не без SEO: лайки, репости, коментарі й перегляди стають, до прикладу, капіталом літературно-критичних ресурсів. І в сучасних умовах це їм, очевидно, на користь – і ресурсам, і критиці, і авторам» [58]. Водночас, спостерігаємо “вимирання” важких, довгих і повільних текстів у нашому кліповому вимірі мислення. Хоча, Головненко вважає, що такі тексти також є і навіть потроху починають відвойовувати свою територію. «Унаслідок появи slow art з’явилася й естетська slow-критика – як відповідь усьому тимчасовому й пластиковому деякі автори публікують «справжні», виважені тексти лише тоді, коли сенси в них складаються у відповідні, такі, що задовольняють автора, ланцюжки висновків» [30].

Виклик 4. Ріст вимог до критика

Спостерігається ріст вимог до критика. Через посилення різноманітності потреб аудиторії, від критиків вимагають такої ж різноманітності, навіть “енциклопедичності”. У середовищі соціальних мереж підсилюється питання розбіжностей між літературно-мистецькою критикою, культурною критикою та медіакритикою. На думку критикині Катерини Ботанової, одним із світових трендів є перехід вузькофахової мистецької журналістики в загальнішу культурну критику. «Сьогодні часто вже не цікаво (а деколи й неможливо) писати огляд умовної книжки. Але можна й варто писати про певні суспільні тенденції чи суспільний порядок денний через цю книжку» [60].

Виклик 5. Вплив громадської думки

Більше того, раніше контакт між критикою та аудиторією був незначний, критик мав умовний захист від протилежних думок, якщо сам не читав матеріали своїх колег. Насьогодні ж ізолюватись від громадської думки майже неможливо. Публікація рецензій та оглядів на Facebook чи от Goodreads (основна мета якого це поширення коротких рецензій та оцінок до книг) завжди спричинить реакцію від аудиторії, що може коливатись від ігнорування допису, до вподобання шляхом “лайку”, і аж до істеричної публічної суперечки. Ще ніколи індивідуальна думка настільки не оспорувалася. Однак, у цій тенденції можна знайти як негативні риси, так і позитивні. Одною з позитивних є постійна жага до продукування нового контенту.

Виклик 6. Критик як медіатор у нових реаліях

Говорячи про музичну критику, Ігор Панасов дотично називає мету сучасного критика. «Писати про музику, щоб оцінили професіонали й зрозуміли звичайні слухачі, дуже важливо, адже чесна професійна музична критика – це не лише виховання естетичного смаку та художнього мислення аудиторії, але й підтримка впевненості, самоповаги – якостей, без яких стає нереальною побудова справді вільного розвиненого суспільства [Панасов у статті Кисіль]. Тобто, навіть попри великі зміни у ролі та вимогах, суть критики залишається без змін. Літературно-мистецька критика досі є медіатором між мистецьким твором та аудиторією цього твору. Що дійсно трансформується, так це її форма вираження. За словами Євгена Станісевича, з появою онлайн-медіа літературна критика стала надмірно емоційною, іноді навіть істеричною, що має як позитивні, так негативні наслідки. «Молоді автори, – каже

критик, – є дітьми соцмереж, а тому привносять у критику формат емоційного фейсбучного посту. В цих "нових щирих" текстах стає більше емоцій, аніж аналізу» [66].

Виклик 7. Деінституалізація та брак універсалізації

Водночас, не потрібно заперечувати існування в Україні людей, як вміють і можуть писати якісну критику. Це, перш за все, представники фахової критик, люди, які здобули відповідний освітній ступінь та мають базові професійні навички. Євген Стасіневич стверджує, що ці фахівці: «базово розуміють, що таке літкритика, що рецензія не має бути написана нудною мовою суто для “своїх”, що читачі не хочуть читати переписані, нехай і “творчо”, анотації з книжок, а прагнуть власне рецензій з авторським критичним аналізом. Такі люди розуміють, що є здорова провокативність, а є скандал заради скандалу» [66]. В той же час, виникає проблема деінституалізації (що призводить до своєрідної дерегуляції й браку універсалізації). Інтернет майданчики не можуть виконувати роль модератора настільки, щоб вказувати умовному критику, де у його тексті логічна помилка, фальш-інформація, чи й зовсім заклик до ненависті. У соціальних мережах не вистачає і ніколи не буде відділів культури, які б цим питанням могли займатись, як, до прикладу, займається держава.

Колишня редакторка “ЛітАкценту” Дарина Пугач сказала про брак універсалізації в українській літературній критиці так: «У нас є рецензії, огляди, навіть такі-сякі висловлювання, які можна категоризувати як “блоги”. Втім, якщо провести аналогію, то це – лише камінчики, розкидані по воді. На них можна спиратися, ставити ноги, але вони не формують напрямів, куди рухатися, у який бік іти» [52]. Ці напрями формування напряму залежить від надзвичайно важливої річі — запиту від аудиторії.

Бо коли немає запиту, навіть якщо профінансувати певні теми завдяки дружній спонсорській допомозі і це дасть змогу опублікувати десять статей, рівень *stedley* прочитання таких матеріалів залишиться мінімальним. Так висловила Катерина Ботанова, редакторка “УП.Культура” напередодні п'ятого мистецтвознавчого конкурсу *Stedley Art Foundation*, де літературно-мистецькі критики, редактори та представники культурних інституцій обговорювали стан арт критики в Україні та перспективи її розвитку.

У цій же дискусії Ботанова озвучила три типи читацької аудиторії у соціальних мережах. На першому рівні — вузька профільна аудиторія, яка дає невелику кількість прочитань, але багато “шерів”, коли кожна друга людина ділиться прочитаним зі своїм середовищем, бо вважає цей матеріал важливим. Другий рівень – це ширша аудиторія, яка так чи інакше включена в культурне життя, ходить на події й цікавиться культурою; в текстах для них має бути менше специфічної лексики, більше цікавого, що буде чіпляти. Третій рівень – це найширше коло читачів, завдяки якому можна дістати 20–30 тисяч переглядів. Для таких має бути гаряча тема» [16]. Тому неминуче постає питання, для кого сучасний критик пише, на яку аудиторію йому орієнтуватись?

Виклик 8. Полі інструментальність — основна вимога

Сучасна літературна критика стає все ближчою до читача, здебільшого читача освіченого, проте масового, який не має і не повинен мати всього інструментарію для розкладання художнього твору на складові. Проте це не означає, що як сфера професійної діяльності критика має ставати примітивною [52]. Навпроти, критик має бути таким експертом, на чію думку зважатиме його власна аудиторія. Сучасний критик має

послугуватись таким підходом, який об'єднує професійний та ґрунтовний аналіз тексту із емоційністю та лаконічністю. Окрім того, надважливим для критика є багатоінструментальність. Критик повинен вміти послугуватись медіумами різних соціальних мереж, знати свою аудиторію, бути менеджером по просуванню власного контенту. Що вже й говорити про фото-, аудіо- та відео-платформи, де критик мусить розумітись у сфері своєї експертизи, вміти писати влучні тексти, а крім того мати навички редагування, озвучення, дизайну, та багато інших. «Використання одних майданчиків дозволяє критикові писати розлогі тексти, які будуть більш аргументованими та логічними, використання інших платформ вимагає лаконічних форм, проте дозволяє бути більш оперативним, емоційним, ближчим до читача» [75, 35].

Виклик 9. Поширення критиканства

Про явище надмірної доступності та “повсякденності” літературної критики на подібних платформах Євген Стасіневич говорить так: «У нас ринок пожвавився, але це переважно огляди. Рецензій абсолютна меншість, лише окремі люди цим займаються. Більшість — це оглядовість, причому абсолютно некомпетентна, поверхова, з переписуванням анотацій. Відкриваєш — і одразу бачиш, що людина ці книжки не читала, вона, може, погуглила, може, переклала англійську анотацію, — і все». Водночас, акцент критики зміщується у бік штучного викликання гострої дискусії, генерування чорного піару. «Не так багато людей, які продукують присутні гострі зауваження, це правда. Але й критика заради критики — це критиканство», каже Стасіневич [66]. Чи можна вважати таку низькоякісну критику за критику взагалі, чи це дійсно просто поширення форм перверсії літературно-мистецької критики — критиканства?

Виклик 10. Страх перед кенсел-культурою

З одного боку спостерігаємо посилення взаємин між аудиторією, критиком та автором. З'явилась реальна можливість прямо потоваришувати усім з усіма, але це явище також має негативні риси. «Є ореол богемності, є відчуття, що письменники — найкращі люди, бо у нас літературоцентрична культура, “найпатентованіші” митці це саме письменники, а не кіношники чи ще хтось. Тому до письменників тягнуться, і не хочеться з ними сваритись [66]. До того ж, із часом можемо спостерігати що градус емоцій в соціальних мережах дуже нестійкий. Часто бачимо, що як автори так і критики часто не можуть втриматись на плаву в цьому штормі ненависницьких коментарів, тож очевидно, що негативних висловлювань вони будуть уникати якомога більше. Страх втратити свою репутацію напряду впливає на їхню фахову діяльність.

Дане явище стосується не тільки українського критичного поля й суспільства загалом. У Західноєвропейському та Американському досвіді питання впливу кенсел-культури (це лише “умовно” культура, скоріше явище, коли якусь публічну особу публічно засуджують та закликають до ігнорування їхньої присутності чи продуктів) стоїть ще нагальніше. Соціальні мережі стали одним із основним майданчиком для так званого “гештег активізму”, адже ділитись своєю позитивною чи негативною думкою можна набагато комфортніше онлайн у комфорті анонімності. Проти такої анонімної критики виступає Джері Зальц, критик в *New York Magazine*. «Artists are expected to be held accountable. So why should my idiot comments on social media not be too? Everybody dances naked in private. But what I need to do, what you need to do, is dance naked in public. It's expected

that you're going to be held accountable and that someone will look at you and say, 'you're an asshole'. I don't think there's anything wrong with that⁴» [12].

Багато хто зазначає про потенційно згубний вплив кенсел-культури на критику та мистецтво. Аспірант Каліфорнійського університету Гевін Кірквуд підсумовує, що: «Social media users have utilized and expanded upon expressions of resistance such as aggression, humor, trolling, ridiculing, and malicious or disruptive behavior in an attempt to spotlight their call to action against their target⁵» [7]. Очевидно, що таке явище може бути шкідливим для формування конкурентоспроможного (а тому здорового) ринку літературно-мистецької критики.

Однак, що потребує окремої уваги, так це той факт, що назване явище кенсел-культури може нести і позитивні риси, особливо коли йдеться про процеси антиколоніалізму. Кенсел-культура є одним із факторів формування активного громадянського суспільства та інституту репутації. Тому, якщо розглядати це явище у контексті боротьби із колоніальним впливом, кенсел-культура є інструментом регуляції та нормалізації мистецьких, культурних та суспільних явищ. Результати позитивного впливу кенсел-культури можемо спостерігати на прикладах відмови від російськомовного контенту в українському мистецькому просторі. Спостерігаємо, що споживачі мистецького продукту свідоміше ставляться до свого вибору, що в свою чергу спонукає митців до створення відповідного (україномовного і власного) мистецтва.

⁴ Від митців вимагають відповідальність. Тож чому моїм ідіотським коментарям у соціальних мережах не бути? Всі танцюють голяка наодинці. Але те, що я повинен зробити, те, що ви повинні зробити, це танцювати голяка на публіці. Цілком очікувано, що вас притягнуть до відповідальності, і що хтось подивиться на вас і скаже: «Ти дурень». Я не думаю, що в цьому є щось погане.

⁵ Користувачі соціальних мереж поширили та широко застосували різні види протистояння (проти своєї цілі), як от агресія, гумор, тролінг, висміювання, та навіть злочинна та шкідлива поведінка, щоби агітувати проти своєї цілі (зазвичай людина чи організація).

Виклик 11. Потреба у “швидкому мистецтві”

Водночас, Західноєвропейські та Американські науковці також називають багато аспектів впливу арт критики у соціальних мереж на громадську свідомість. До прикладу, науковиця Айріс Ланер говорить про поширення негативного ставлення до “складних” мистецьких творів серед молодого покоління, заключаючи, що «The youngsters used this term (Museumisch) in a rather denigrating way – it often meant they wouldn’t want to explore something any further, thinking ‘it belongs in a museum, not in my world, and therefore I am not interested’» [10]. Це може бути одною з ознак впливу “швидкої” мистецької критики на молоду свідомість.

Можемо спостерігати процес взаємопроникнення “високого” та “низького” мистецтва у колективну свідомість, та їх часте міксування. Через те, що сучасний критик може не мати тієї експертності, яку мав би критик із фаховою підготовкою, відбувається підміна понять, коли для аналізу історично визнаних мистецьких шедеврів застосовують некоретну термінологію та інструментарій, таким чином денонсуючи їх, принижуючи їх культурну та мистецьку якість. «This levelling of hierarchies enables art criticism to morph from a top-down tutorial system to a dialogic exchange that includes “high” art as well as “lowbrow” culture», стверджує критикиня Хлої Еслемон, водночас кажучи, що: «Social media can be a really good place to foster conversations about art⁷» [12].

⁶ Молоде покоління вживає цей термін (Музейський — при бл. Пер. з німецької) у негативному ключі. Воно часто означає, що вони не хочуть щось далі досліджувати, вважаючи, що “воно належить до музею, а не в моєму світі, а тому я й не зацікавлений”.

⁷ Це урівнення ієрархії дозволяє мистецькій критиці трансформуватись із системи попунктних інструкцій до діалогічного обміну, який включає “високе” мистецтво, а також “низьку” культуру. Однак, соціальні мережі можуть бути дуже гарним місцем для поширення діалогу про мистецтво.

Тож можна підсумувати, що сучасна літературно-мистецька критика існує та шліфується зважаючи на перелік названих нами викликів та спираючись на різноманітність інструментарію кожної соціальної мережі. Для подолання шляху від критика до читача класична “паперова” критика проходить багато ступенів адаптації, часто видозмінюючись та набуваючи нових форм та якостей. Щоби дати оцінку впливу соціальних мереж на літературно-мистецьку критику потрібно детально проаналізувати усі ці видозміни, систематизувати їх, та спробувати проілюструвати реальними прикладами того, як цей тип критики наразі функціонує. Це і буде нашим фокусом дослідження у наступному розділі.

РОЗДІЛ 2. Типологія жанрових модифікацій літературно-мистецької критики у соціальні мережі Instagram

2.1. Жанри літературно-мистецької критики у вимірі соцмереж

Раніше вже зазначалося, що традиційні жанри “паперової” критики пройшли процес адаптації до нового медіуму, яким є соціальні мережі. Традиційними ми вважаємо запозичені у публіцистики та трансформовані для потреб літературно-мистецької критики такі жанри як рецензія, огляд, анотація, есе, інтерв'ю та блог. Для подальшого розбору даних жанрів та їх адаптації даємо короткий огляд їхніх визначень в українському науковому світі.

Рецензія є найбільш поширеною формою існування традиційної критики. Український філолог Володимир Здоровега подає таке визначення рецензії: «Рецензія – один із найпоширеніших літературно-критичних жанрів, мета якого аналіз, оцінення художнього, мистецького, публіцистичного, наукового твору, зіставлення його з життям, а також розгляд порушених у творі суспільних проблем» [37, 204]. Можемо вважати за рецензію глибокий та детальний аналіз будь-якого художнього твору, який дозволяє аналітично розглянути його естетичну складову та оцінити суспільний вплив. Рецензію часто ділять за типом спираючись на вид мистецтва, як от кінорецензія, театральна рецензія, музична рецензія, літературна рецензія, рецензія на твори образотворчого мистецтва, тощо.

У даній роботі ми розрізняємо рецензію і огляд, спираючись на принцип суб'єктності та актуальності. Огляд різниться від рецензії підвищеною суб'єктністю думки. При огляді застосовують особисті оціночні критерії,

щоби оцінити суспільну вагу того чи іншого мистецького твору. Зазвичай, рецензія несе характер реакції на сучасність, в той час як огляд є зазвичай ретроспективним. Дещо більшої уваги суспільному аспекту художнього твору надає анотація. За визначення Юрія Коваліва: «Анотація — короткий виклад змісту книги, статті, розробки, звіту тощо. Дозволяє робити висновки про доцільність їх докладнішого вивчення. При анотуванні крім змісту твору, враховується його призначення, цінність, направленість» [44].

За критичне есе у даній роботі ми вважаємо «короткий науковий, критичний і т. ін. нарис, написаний у вільній формі» [44]. Есе є найбільш гнучким жанром, тож не дивно, яку популярність він здобув у медіумі соцмереж. Інтерв'ю, у свою чергу, є найменш гнучким серед названих жанрів. Інтерв'ю з елементами критики можливе за участі респондента-критика, коли інтерв'юер задає питання про мистецький твір. Останніми роками, із поширенням мережі Інтернет, великого поширення також набув жанр інтернет-блогу. Інтернет-блогом ми називаємо серію публікацій на інтернет ресурсах, які пов'язані між собою темою, предметом, стилем, тощо. Інтернет-блог є також гнучким жанром, адже він є абсолютно індивідуальним, правила та форма якого диктуються тільки бажанням критика та потребами його аудиторії.

Варто зауважити, що чіткого поділу даних жанрів неможливо зробити, говорячи про соціальні мережі, часто дані жанри міксуються, набувають ознак того чи іншого жанру. Огляд може мати багато рис рецензії, але залишатись оглядом, есе може мати форму інтерв'ю чи огляду, однак виконувати ту ж мету. Чи не усі названі жанри можуть існувати у формі особистого блогу: нерідко зустрічаємо рецензії, огляди, есеї на одній

сторінці певного блогера. Однак, зважаючи на це, ми постараємось виокремити деякі найбільш яскраві приклади того чи іншого жанру.

2.2. Типологія жанрових модифікацій

Приклади названих жанрів можемо неодноразово знайти у критичних матеріалах як на веб-сторінках видань, так і на сторінках соціальних мереж, прикладом якої є Instagram. Проходячи шлях від паперу до віртуального виміру, дані жанри пережили багато змін, — найбільшою зміною вважаємо перехід від текстового формату до переважно візуального, — набули нових ознак, утворили нові типи та різновиди. У даному розділі здійснимо спробу типологізувати жанрові модифікації літературно-мистецької критики у соціальній мережі Instagram за кількома критеріями:

- За видом мистецтва (музика, театр, тощо).
- За типом аудиторії (широка, ширша, вузька).
- За типом авторства (колективне та індивідуальне).
- За мистецьким періодом (історія та сучасність).
- За кількістю підписників.

Найбільш поширеним жанром літературно-мистецької критики можемо сміливо вважати інтернет-блог. Цей жанр є найбільш пристосованим до реалій соцмережевого життя, адже Instagram якраз є ідеальним середовищем для поширення власних особистих блогів. Варто зазначити, що будь-який інший жанр (рецензія, огляд, есе) частіше за все працюють через медіум особистого блогу, зважаючи на особливості даної соціальної мережі. Прикладом такого особистого блогу про культуру та мистецтво

України є сторінка блогера “Полум'яний”. Автором блогу є Андрій, який пише під псевдонімом “Полум'яний” про культурні та мистецькі явища в Українській історії та сучасності. Часто на сторінці з'являються огляди на персоналії українського мистецтва, як от Микола Лисенко, Сергій Параджанов, Майк Йогансен, та інші. Окрім того, Полум'яний публікує есе на теми захисту української культури, чи, до прикладу есе-аналіз на тему квір-ідентичності Івана Франка. Публікації Полум'яного не обмежені певним видом мистецтва чи періодом створення мистецьких творів, адже формат блогу дозволяє розглядати різні явища, спираючись на відгук аудиторії чи власне бачення автора. Згадуючи типи аудиторії Катерини Ботанової, можемо застосувати другий тип до даного блогу, — ширша аудиторія, яка так чи інакше включена в культурне життя. На час проведення дослідження, кількість підписників у Полум'яного сягає 18.1 тисяча осіб [@polumyaniy].

Прикладом рецензії (хоч і матеріал зазначено як огляд) на продукт кінематографу можемо навести публікацію на сторінці Vatra Media на фільм “Памфір”. Команда даного медіа намагається у візуально-текстовому форматі подати інформацію про деталі фільму, зосереджуючись на таких аспектах, як от персонажі, операторська робота, костюми, проблематика, навіть коментуючи діалекти, які можемо знайти у цьому кінофільмі. Vatra Media говорить про себе як про медіа-ком'юніті (тобто медіа, у якого колективне авторство), яке об'єднує довкола себе талановитих українців. Судячи із позиції Vatra Media, можемо говорити, що у даного проєкту перший тип аудиторії — вузька аудиторія. Окрім кіно рецензій, “Ватра” публікує огляди на сучасних українських митців (художник Владислав Мельник, режисери Роман Хімей та Ярема

Малашук, музичний колектив Tvorchi, тощо). Наразі, у сторінки Vatra Media трохи більше 2.4 тисячі підписників [[@vatra_media](#)].

Жанр анотації зустрічається рідше, однак також існує, часто як складова рекламної кампанії того чи іншого мистецького продукту. Візьмемо до прикладу сторінку кочової бібліотеки “Книжковий курінь”. Сторінка веде своєрідний візуальний бібліотечний архів своїх фізичних книг, зазначаючи у описі до кожної книги на фото коротку анотацію. “Книжковий курінь” має справу з художньою літературою, але набагато більшу увагу приділяє нон-фікшну (науково-популярна література), який часто зачіпає теми різних видів мистецтва протягом різних періодів його розвитку. Це колективний проєкт зосереджений на першому типі аудиторії — вузькій аудиторії. На момент дослідження, сторінка “Книжковий курінь” має трохи більше 1 тисячі підписників [[@kurin.library](#)].

Прикладів інтерв'ю з елементами критики у соцмережі Instagram порівняно мало. Знаковим зразком вважаємо крос-платформовий проєкт “Розмови з «Сенсом»” — це серія інтерв'ю літературознавиця і менеджерки культури Анастасії Євдокимової із представниками книжкового ринку та тими, хто цікавиться класичною та сучасною літературою, створений у співпраці зі книгарнею “СЕНС. Проєкт реалізований у відео форматі та опублікований на платформі YouTube, однак у Instagram можемо знайти короткі цитування, а також короткі нарізки з більшого відео інтерв'ю. Проєкт орієнтований на другий тип аудиторії — ширша аудиторія. На момент публікації, сторінка книгарні “СЕНС” має 11.5 тисяч підписників, а особистий спів авторки проєкту Анастасії Євдокимової налічує 5.3 тисяч підписників [[@sens_kyiv](#)], [[@nastia.evdokimova](#)].

Ознаки жанру есе можна знайти у багатьох інших критичних матеріалах. Це особливо стосується особистих блогів, адже есе і є, безпосередньо, інструментом поширення особистої думки та роздумів. Прикладами есе можемо навести серію з публікації на сторінці “Фільтр” на тему шароварщини та колоніального приниження української культури у мюзиклах та серіалах російського виробництва. Матеріали до есе були створені на основі відео користувачки “Філософкиця” на платформі YouTube. “Фільтр” же є колективним “національним проєктом з медіаграмотності”, що розглядає різні прояви колоніального впливу на українське мистецтво протягом радянської окупації та пізніше. Аудиторія проєкту широка, третього типу за класифікацією Ботанової, кількість підписників сягає трохи більше 12.7 тисяч осіб [[@filter.mkip](#)].

Ще один приклад огляду можемо знайти на сторінці “Фейлетон медіа”, де колектив проєкту опублікував рецензію Володимира Чернишева на фільм “Люксембург, Люксембург” Антоніо Лукіча. У своєму огляді критик намагається дати відповідь на питання, чому міжнародна публіка так холодно оцінила фільм, який “має всі шанси стати народною класикою в Україні”. “Фейлетон медіа” є найбільш схожим проєктом до нашого ArtNastup, який ми будемо детально розглядати у наступному розділі. Це колективний проєкт про сучасне українське та зарубіжне мистецтво, орієнтований на перший тип аудиторії — вузька профільна аудиторія. Наразі у проєкта 374 підписників у Instagram [[@feuilleton.media](#)].

Спираючись на подані приклади та наші критерії, у даному розділі ми здійснюємо спробу типологізувати знайдені нами зразки сторінок, які поширюють літературно-мистецькі критичні матеріали у мережі Instagram. Результати типологізації жанрових модифікацій можна знайти у Табл 1.

РОЗДІЛ 3. Створення критичного медіа блогу ArtNastup у соцмережі Instagram

3.1. Робота над концепцією. Підготовчий етап.

Зважаючи на проведений нами аналіз та типологізації проєктів у сфері літературно-мистецької критики в вимірі соціальних мереж, пропонуємо приклад практичного застосування засвоєного досвіду і здійснюємо спробу моделювання подібного проєкту, який би відповідав озвученим нами критеріям і мав на меті розвиток критики у веб просторі. Імплементация проєкту ArtNastup відбувалась спираючись на досвід засвоєний внаслідок аналізу та оцінки вищеназваних проєктів, як от блог “Полум'яний”, блог Анастасії Євдокимової, та “Фейлетон медіа” серед інших. Реалізація даного проєкту відбувалась у декілька етапів, першим з яких став підготовчий етап, який включав у себе: визначення мети та ролі проєкту, оцінка потенційної аудиторії, мозковий штурм щодо назви, дизайну, контентового наповнення медіа порталу, та пошук шляхів реалізації задумок та ідей.

Визначення мети та ролі проєкту ArtNastup відбувалось за участі редакційного колективу, який складався зі семи учасників: керівника проєкту та шести авторів. У процесі дискусії колектив виокремив таку мету проєкту: розвиток сфери літературно-мистецької критики у просторі соціальної мережі Instagram. Роль проєкту передбачає підвищення популярності українського мистецтва серед молоді (зокрема користувачів

соцмережі Instagram). Досягнення мети та реалізація ролі проєкту відбувалась завдяки виконанню поставлених завдань:

- Створити низку літературно-мистецьких критичних статей про українські та закордонні мистецькі твори або ж митців.
- Адаптувати дані статті для платформи Instagram (із попередньою публікацією повних статей у соцмережі Telegram).
- Створити прецедент якісного та фахового критичного аналізу в медіумі соціальних мереж.
- Реалізувати найголовнішу роль критика — стати медіатором між мистецтвом та суспільством (що, в свою чергу, може призвести до популяризації тих чи інших мистецьких продуктів та особистостей).

Аудиторією проєкту колектив ArtNastup визначив користувачів соцмережі Instagram. Демографічні показники аудиторії проєкту: активну молодь (віковий ценз приблизно 16-28 років), без уточнення статі чи гендера, має чи планує отримати вищу освіту, цікавиться українським мистецтвом.

Фундаментальна ArtNastup запланований як волонтерський проєкт, тож не передбачає ніякого капіталовкладення, окрім як часу та зусиль авторів та керівника проєкту. Здобувати нову аудиторію цей медіа портал може через природній приріст підписників: за рахунок поширення якісного та цікавого контенту, використання гештегів та геоміток, а також здійснення активної комунікації із потенційними читачами (лайки, коментарі, взаємна підписка). Однак, на стадії планування колектив не заперечував можливість активного капіталовкладення у подальший розвиток проєкту.

Одним із ключових моментів у формуванні концепції проєкту зайняв вибір назви проєкту, дизайну та контент наповнення. Задля вибору назви колектив вирішив застосувати метод мозкового штурму (brainstorm), коли усі учасники протягом короткого часу пропонували різні назви. Потім на основі поданих варіантів, колектив проголосував за назву ArtNastup або ж “АртНаступ”. Вибір був умотивований кількома факторами:

- латинізований варіант легко прочитати англомовній особі (що дозволило би збільшити аудиторію за рахунок англомовного контенту).
- У назві зазначається сфера діяльності проєкту “Арт” (тобто мистецтво”).
- Вживання слова “наступ” у назві вмотивовано тим, що воно ілюструє рух, активний поступ, агресивний розвиток.
- У назві також озвучується сучасна реалія існування українського мистецтва — військова, бойова тематика. Це перекликається із лозунгом проєкту: “Ділимося про мистецтво в межові часи”.

Задля формування візуальної складової проєкту колектив покладався на власні сили, але завдячує допомозі дизайнерки-ілюстраторки в мережі Instagram @rinamoart. Візуальна складова медіа порталу ArtNastup задумувалась як мінімалістична, із яскравим ілюстративним наповненням. Однак, акцент проєкту не на візуальній складовій, але на текстовому наповненні (Див. Зобр. 1).

При оформленні логотипу колектив використовував інструментарій порталу Canva. Внаслідок чергового мозкового штурму визначили, що найбільш візуально вдалим варіантом логотипу є безпосередньо літерація назви проєкту у таких кольорах, які ArtNastup використовує для оформлення контенту.

Задачею смислового наповнення проєкту є висвітлення сучасних проблем, особливостей розвитку та сприйняття широкою аудиторією українського та закордонного мистецтва. На стадії ідейного формування, дописи у Артнаступ передбачали озвучення експертних індивідуальних думок про різноманітні види мистецтва. За перші 10 тестових дописів колектив ArtNastup обрав наступні теми, які стали за основу попередньо підготованих есе, рецензій та критичних доробок:

1. Мистецтво, яке можна одягнути.
2. Французька мода XIX століття.
3. Шкари для “Шізгари”. Хіти по-новому.
4. Free.
5. Гола правда VS Слепа Брехня.
6. The Cat Bugs Out of the Bag.
7. Про помади і гранати.
8. Ода чуттєвості за Тарасом Шевченком.
9. Мулен Руж по-українськи або Кохай, Лола, страждай!
10. Ритм Ностальгії.

Кожна публікація — слайдшоу із 9-10 зображень, на яких вміщено невелику кількість тексту, кілька ілюстрацій та інформацію про автора (Див. Зобр. 2). Із перелічених 10 тем, таким чином, ArtNastup реагує на тенденції у розвитку наступних видів мистецтва як: музика, театр, мультиплікація (кінематограф), література, та музичні відео.

Завершивши підготовчий етап на шляху до втілення проєкту “Артнаступ” у життя, колектив приступив до наступного етапу підготовки, адаптації та публікування матеріалу.

3.2. Підготовка та публікування матеріалу. Етап реалізації.

Найбільш важливою складовою реалізації літературно-мистецького критичного медіа порталу ArtNastup була адаптація підготованого текстового матеріалу у нову візуальну площину, користуючись інструментами та звертаючи увагу на особливості функціонування соціальної мережі Instagram. Як ми раніше зазначали, аудиторія Instagram потребує широкої візуальної підтримки внутрішньомережевого контексту. До прикладу, підписник умовного літературного блогера частіше зверне увагу на яскравий візуал, ніж на звичайний текст. Керуючись цим принципом, важливо було адаптувати матеріал таким чином, аби візуальна складова якнайкраще ілюструвала текстове наповнення, а сам текст був не важким для прочитання (тобто коротким та влучним).

Таким чином критична стаття чи есе розміром 1500 знаків потрібно скоротити майже у три рази (до 400-500 знаків), адже читачі просто проігнорують публікацію. Важливо також захопити увагу читача звучною назвою, яку ми виносимо на титульний слайд, а також підтримувати їхній інтерес подальшими ілюстраціями та добре структурованим, групованим текстом, який легко прочитати умовному читачу з поганою концентрацією уваги (Див. Зобр. 3).

Одним із ефективних рішень колектив визначив групування тексту на візуальні блоки. Кожен блок, слідом, подавав би цілісну думку, яку легко сприйняти і осмислити. На цьому етапі, окрім загальної адаптації “паперової” критики у веб формат, важливо також зберегти якомога більше початкових смислів, які ми можемо знайти у повних оригіналах статей, есе. До редакції тексту потрібно підходити із повним розумінням написаного, тому логічним видалось прохати кожного автора власноруч

обрати найбільш значущі фрагменти з власних робіт, задля подальшої їх адаптації. Даний етап безсумнівно веде до втрати формального та сенсового наповнення, що, маємо припущення, посприяло на написання подальших критичних матеріалів. У наступних роботах критики намагались вживали лаконічніші форми речень. Критична думка набула рис деякої фрагментарності, але чіткості і вичерпності.

Як вже було зазначено, через розширення ілюстративної складової виникла потреба розширення традиційного критичного інструментарію. Кожен автор мусив здобути навички роботи із такими платформами для редакції фото, відео, та звуку, як Canva, Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, WavePad, а також Capcut та InShot. Говорячи про музичне мистецтво, одна з авторок ArtNastur експериментувала із додаванням аудіо супроводу до слайдшоу (Див. Зобр. 4). Коли мова йшла про відеокліпи, для ілюстрування матеріалу використовували скріншоти із відеокліпу Free гурту Florence + the Machine, а також Ней Ма виконавця Bon Iver (Див. Зобр. 5 та 6). Водночас, для кожної публікації колектив активно використовував безкоштовні інструменти, шаблони та ілюстративні елементи платформи Canva, щоби якомога краще передати настрій та авторський стиль кожного критика (Див. Зобр. 7).

Аналізуючи вищезгадані приклади, можемо звернути увагу на процес, коли інструментарій фото- та відео платформи Instagram безпосередньо впливає на формування форми викладення думки критика. Окрім того, розширення інструментарію дозволяє розвиватись не тільки самій особі критика, а також впливати на розвиток явища літературно-мистецької критики, адже розширений інструментарій передбачає збільшення доступності та ширше охоплення критичного матеріалу. Часто можемо

бачити зворотній вплив соцмережевої критики на традиційну (журнальну) критику, коли для ілюстрації слів мистецького критика застосовують різні фото-, відео-, та аудіо-матеріали.

Публікування матеріалу відбувалось у кілька етапів. Протягом одного тижня ми опублікували 10 тестових дописів, оцінюючи відгук читачів. А згодом, проаналізувавши публікації, які привернули найбільше уваги та відгуків, зважили аспекти, які колективу вдалися найкраще, щоб потім ці вдалі моменти застосувати при наступних публікаціях. Після тестових публікацій, колектив опублікував ще шість дописів:

1. Бути Феніксом: ветеранські видавництва.
2. Крізь Скрізь. Поетичний доробок.
3. Засіб від забуття. Поезія в музиці.
4. Дивне буття номерів. Рецензія на фільм “Номери”.
5. Сила, скульптура Володимира Цісарика.
6. Книга. Дизайн. Україна.

Таким чином, автори “АртНаступу” розширили експертне поле даного медіа порталу на такі види мистецтва та популярної культури як: скульптура, кінематограф, поезія, книговидавництво та образотворче мистецтво. Задля публікації кожного наступного допису, редактори колективу набували нових навичок графічного дизайну. Тож можемо спостерігати розвиток візуального ряду від мінімалістичного і простого, до більш ілюстративного та складнішого. Варто також звернути увагу на те, що пізніші дописи привернули більше уваги серед підписників та потенційних читачів, ніж перші тестові. Це може свідчити про формування блоку постійних читачів проєкту ArtNastup. Для зрівняння, перша публікація зібрала 53 позначки лайк і була збережена лише 2 рази (Див.

Зобр. 8) — кількість збережень перш за все є показником того, що матеріал дійсно читають від початку до кінця, — а от крайня публікація вже зібрала 149 лайків, 16 збережень та була поширена 14 разів (Див. Зобр. 9).

Окрім публікацій на платформі Instagram, колектив вважав доцільним публікацію повних текстів рецензій, статей та есе на однойменному каналі ArtNastup у соціальній мережі Telegram. Посилання на оригінальні матеріали ми залишали у описі до кожної публікації, а також у описі сторінки “АртНаступу” в Instagram. Цікавим є те, що повні матеріали дійсно читали, про що свідчить статистика каналу. Зауважимо, що конверсія із суто ілюстративного матеріалу до абсолютно текстового приблизно дорівнює пропорції 1/6 (що досить гарно корелює із кількістю лайків на кожному дописі) (Див. Зобр. 10). Дана статистика не є абсолютно показовою, але може свідчити про те, що традиційні критика не втрачає своє ваги. Навіть на просторах Інтернету існують читачі зацікавлені у фаховій критичній думці, у якій можемо знайти елементи паперової критики: об'єм тексту, довершеність думки, тощо.

Після адаптації та публікування 16 дописів, можемо зробити висновок про успішність другого етапу реалізації проєкту. Тому переходимо до заключного етапу, а саме етапу аналізу, оцінки результатів та перспектив проєкту.

3.3. Оцінка результатів та перспектив. Етап аналізу.

При аналізі та кількісній та якісній оцінці результатів імплементації проєкту “АртНаступ” потрібно звернути увагу на декілька факторів, які

цей результат впливають. Почнемо із особливостей статистики соцмережі Instagram. За результатами дослідження SocialPilot, соцмережею щомісячно користуються 1.22 мільярди користувачів, 70% з яких особи віком до 34 років. Вік 25-34 є наймасовішою демографією цієї платформи (31.7% усіх користувачів) [1]. Можемо говорити, що соцмережа Instagram є надпопулярною серед світового населення. Однак, згідно з дослідженням Statista, в Україні цією соцмережею користуються лише приблизно 13 мільйонів осіб [4], а демографія близька до глобальної. У рейтингу GlobalLogic здійсненому на основі відкритих джерел, користувачі Instagram в Україні сягають 16.1 мільйона осіб [56], що ставить соцмережу на друге місце за популярністю серед українців (на першому місці YouTube).

Станом на написання даного дослідження можемо озвучити результати проєкту ArtNastup. Загальна кількість підписників колективної сторінки складає 390 осіб. Окрім підписників, про зацікавлення проєктом може говорити кількість лайків, що варіюється від 48 до 160 на різних дописах. Загальна кількість лайків, яку ArtNastup спромігся набрати протягом свого існування, сягає 1,407. Можна також зазначити, що загальне охоплення проєкту (відповідно до пропорції 1 лайк на 6 переглядів, яку ми можемо спостерігати у пізніших дописах (Див. Зобр. 11)) сягає приблизно 8,500 акаунтів. Зважити також треба на загальну кількість прочитань повних критичних статей та есе у соцмережі Telegram — 1,465 прочитань. Спираючись на подані дані, можемо стверджувати, що проєкт ArtNastup є успішним прикладом адаптації та існування літературно-мистецької критики у вимірі соціальних мереж.

Зважаючи на названу статистику, можемо стверджувати, що соціальна мережа Instagram є чи не найпопулярнішим та найперспективнішим майданчиком для реалізації літературно-мистецької критики в мережі Інтернет. Перш за все, дана платформа дає доступ до широкого поля читачів, що може позитивно вплинути на виконання одного з завдань нашого дослідження (популяризація українського мистецтва). Окрім того, дана платформа вимагає від особи літературно-мистецького критика навичок роботи із розширеним інструментарієм та безпосередньої взаємодії із аудиторією. У перспективі, майданчик Instagram може стати корисним для різних видів критики тим, що урізноманітнює їхні форми вираження, спонукає до експерименту, посилення дискусії. Ці особливості впливають на виконання іншого завдання: створити прецедент якісного та фахового критичного аналізу в медіумі соціальних мереж.

Вважаємо, що соцмережа Instagram є місцем для ефективного поширення літературно-мистецької критики, що також зумовлює розвиток явища критики загалом, впливає на її формування в умовах сучасності, та дозволяє особі критика знайти свою аудиторію та відшліфувати методи подання критичної думки, зважаючи на особливості взаємодії із даним медіумом та власною аудиторією. Окрім того, ця соціальна мережа дозволяє реалізувати традиційну роль критика як медіатора між мистецьким твором та суспільством навіть успішніше, ніж паперова критика, адже Instagram пропонує набагато більше охоплення аудиторії, ніж те дозволяли журнали та періодичні паперові видання.

ВИСНОВКИ

Літературно-мистецька критика в Україні має велику історію розвитку, але й багато перспектив для розвитку в нових реаліях цифрового формату. Аналізуючи процеси адаптації, видозміни, особливості функціонування, жанрові модифікації, та здійснивши типологізацію і моделювання проєктів, пов'язаних із літературно-мистецькою критикою, маємо змогу підвести підсумки виконаного дослідження.

У ході дослідження означили і охарактеризували сучасне поняття літературно-мистецької критики — «це дисципліна, яка має ознаки науковості, займається аналізом та оцінкою суспільного значення творів мистецтва, зважаючи на їх естетичну цінність, спираючись на суб'єктивний досвід та творчі здібності критика». Також розглянули головні аспекти історичного розвитку літературно-мистецької критики в Україні, беручи до уваги період XIX — XXI століття.

Окрім того, визначили роль критики у сучасному світі, описали проблеми, що постають перед літературно-мистецькою критикою у цифровому вимірі, та назвали виклики, із якими зіштовхується особа сучасного критика. Описали способи вирішення даних викликів, провівши аналіз наявних проєктів у сфері літературно-мистецької критики на майданчиках соціальних мереж. Зокрема, здійснили опис проєктів у соцмережі Instagram: блог “Полум'яний”, Vatra Media, “Фейлетон Медіа”, серія інтерв'ю “Розмови з Сенсом”, “Фільтр”, та інші. Звернули окрему увагу на жанрові модифікації, які виникли у процесі адаптації традиційної критики до платформи Instagram, а також здійснили спробу класифікації типів модифікацій.

З метою валідації теоретичної частини дослідження застосували метод моделювання для створення власного проєкту у сфері літературно-мистецької критики — медіа блог ArtNastup у соціальній мережі Instagram. Проводячи аналіз результатів та перспектив, зазначили вплив особливостей інструментарію та взаємодії з аудиторією на майданчику Instagram таким чином: на етапі перетворення традиційного критичного тексту у веб формат вимога до збереження якомога більшої кількості сенсів оригінального тексту сприяє тому, що у подальших своїх критичних працях критик може вживати більш спрощені та структуровані речення.

Окрім того зазначили, що особливості поширення контенту та взаємодії з аудиторією у соціальних мережах передбачає збільшення доступності та ширше охоплення для критичного думки. Визначили, що «соцмережа Instagram є місцем для ефективного поширення літературно-мистецької критики, що також зумовлює розвиток явища критики загалом, впливає на її формування в умовах сучасності, та дозволяє особі критика знайти свою аудиторію та відшліфувати методи подання критичної думки».

Також звернули увагу на те, що традиційна детальна критика не втрачає свого читача, а соціальні мережі можуть бути зручним інструментом для конверсії переглядів від візуального до текстового медіуму. Врешті-решт, встановили, що соціальні мережі дозволяють успішно реалізувати традиційну роль критика як медіатора між мистецьким твором та суспільством.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Bagadiya J. 70+ Instagram Statistics You Should Know in 2023. SocialPilot. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.socialpilot.co/instagram-marketing/instagram-stats>
2. Becker Marcano P. Critical Theory and Social Media: Alternatives and the New Sensibility. Honors Theses (PPE), 2018. — Paper 35.
3. Crews Frederick C. "literary criticism". *Encyclopedia Britannica*, 27 Feb. 2023, <https://www.britannica.com/art/literary-criticism>. Accessed 17 May 2023.
4. Distribution of Instagram users in Ukraine as of February 2023, by age group. Statista Research Department, 2023. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.statista.com/statistics/1024748/instagram-users-ukraine/>
5. Gillespie R. The Art of Criticism in the Age of Interactive Technology: Critics, Participatory Culture, and the Avant-Garde // *International Journal of Communication*, Vol. 6, 2012. — pp. 56-75.
6. Greenberg C. “Avant-Garde and Kitsch”, in *Art and Culture: Critical Essays*, Boston: Beacon Press, 1989, — pp. 3-21.
7. Kirkwood G., Payne H., & Mazer J. Collective Trolling as a Form of Organizational Resistance: Analysis of the #Justiceforbradswife Twitter Campaign, *Communication Studies*, 70:3. 2019. — pp. 332-351.
8. Kristensen N. N. & From, U. (2015). Cultural Journalism and Cultural Critique in a Changing Media Landscape. *Journalism Practice*, 9(6), 760-772. <https://doi.org/10.1080/17512786.2015.1051357>

9. Kuspit D. "art criticism". Encyclopedia Britannica, 1 Aug. 2022, <https://www.britannica.com/art/art-criticism>. Accessed 17 May 2023.
10. Laner I. Art criticism in the era of social media. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://scilog.fwf.ac.at/en/humanities-and-social-sciences/16447/art-criticism-in-the-era-of-social-media>
11. Luke B. The Art Newspaper at 30: how has art criticism changed in the digital age? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.theartnewspaper.com/2020/10/30/the-art-newspaper-at-30-how-has-art-criticism-changed-in-the-digital-age>
12. Milner D. From the Royal Court to @TabloidArtHistory: social media's influence on art criticism. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.itsnicethat.com/features/social-media-art-criticism-art-280618>
13. Shahwan S. The Impact of Social Media on Literature // Arab World English Journal, Special Issue, 2023. — pp. 226-245.
14. Stanková M. Literary Criticism — From Hero to Zero? // Megatrends and Media on the Edge: Conference. Trnava, 2020. — pp. 622-627.
15. Stanková M. Online Literary Criticism: When Reader Becomes Critic // European Journal of Media, Art & Photography, Vol. 9, No. 1, 2021. — pp. 128-135.
16. Stedley Art Foundation. Ти не бачиш арт-критики? А вона є [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.korydor.in.ua/ua/opinions/ty-nebachysh-art-krytyky.html>.
17. Tuchman P. Art Criticism & Social Media. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://brooklynrail.org/2012/12/artseen/art-criticism-social-media>
18. Wellek R. Concepts of criticism / Ed. by Stephen G. Nichols. – New Haven and London : Yale University Press, 1976. – 403 p.

19. Бадянова К. Інституційні проблеми становлення мистецької критики в Україні // Наукові Записки НаУКМа. Том 128. Філософія і релігієзнавство. 2012. — С. 27-31.
20. Бернштейн М. Історія української літературної критики (дожовтневий період) / кол. авт.: М.Д. Бернштейн, Н.Л. Калениченко та ін. ; наук. ред. П.М. Федченко. — Київ: Наук. думка, 1988. — 451 с.
21. Бернштейн М. Українська літературна критика 50-70-х років XIX ст. / М. Д. Бернштейн, ред. О. І. Білецький; АН УРСР, Ін-т л-ри ім. Т. Г. Шевченка. — Київ: Вид-во АН УРСР, 1959. — 491 с.
22. Білецький Л. Основи української літературно-наукової критики (Спроба літературно-наукової методології) т. 1 кн. 1. Прага, 1925. — 312 с.
23. Бондаревська І. Мистецька критика і комерція (філософські нотатки) / І. А. Бондаревська // Наукові записки НаУКМА. Філософія та релігієзнавство. Т. 128, 2012. — С. 21-27. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/NaUKMAfr_2012_128_6
24. Брюховецький В. Критика в сучасному літературному процесі. // Література і мистецтво у житті суспільства №10. Київ, 1985. — 48 с.
25. Брюховецький В. Силове поле критики: літературно-критичні статті. Київ : Радянський письменник, 1984. — 238 с.
26. Булавіна Н. Мистецька критика в сучасних реаліях, або голос позбавлених голосу / Н. Булавіна // Сучасне мистецтво. Вип. 5, 2008. - . - С. 175-1. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/S_myst_2008_5_15
27. Василенко М. Динаміка розвитку інформаційних та аналітичних жанрів в українській пресі. Київ, 2007. — 416 с.

28. Василенко М. Тенденції розвитку аналітичних матеріалів у сучасній журналістиці // Наукові записки Інституту журналістики КНУ ім. Тараса Шевченка, 2006. Т. 23. — 238 с.
29. Волковецька С. Критика і простір для читання. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zbruc.eu/node/21650>
30. Головненко А. Театральна критика: вид, що зникає [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://m.tyzhden.ua/publication/210778>.
31. Голубець М. Критика // З циклю: Недуги нашого століття. Громадська думка, 1920. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zbruc.eu/node/95084>
32. Гординський Я. Літературна критика підсоветської України. — Львів-Київ: Українська моголянсько-мазепинська академія наук, 1939. — 127 с.
33. Гром'як Р. Історія української літературної критики (від початків до кінця XIX століття): Підручник. Тернопіль, 1999. — 226 с.
34. Довженко О. Медіакритика в Україні: недоросла і недооцінена. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ms.detector.media/mediaosvita/post/10923/2010-11-08-mediakrytyka-v-ukraini-nedorosla-y-nedootsinena/>
35. Довженко О. Соціальна медіа як середовище нової медіакритики. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.mediakrytyka.info/ohlyady-analytyka/sotsialni-media-yak-seredovysche-novoyi-mediakrytyky.html>
36. Довженко О. Сучасна українська медіакритика: чинники формування, проблеми та перспективи // Вісник Львівського університету. Серія журналістика, Випуск 37. Львів, 2013. — С. 131-138.

- 37.Здоровега В. Теорія і методика журналістської творчості: підручник. 2-ге вид., перероб. і допов. Львів: ПАІС, 2004. — 268 с.
- 38.Зражевська Н. Нові медіа і нові форми комунікації в медіакультурі / Н. І. Зражевська // Current issues of mass communication, Випуск 14, 2013. — С. С. 70-75.
- 39.Зьомко У. Лінгвокультурні, текстотвірні та гендерні особливості рецензії у кінокритиці (на матеріалі англійської та німецької мов). Львів, 2009. — 272 с.
- 40.Іванов В. Комп'ютерні мас-медіа на межі століть // Актуальні питання масової комунікації. 2002. Вип.3. Ч.1. — С. 41-43.
- 41.Іванов В. Основні теорії масової комунікації і журналістики: навчальний посібник. Київ: Центр Вільної Преси, 2010. — 258 с.
42. Кисіль К. Соціальна мережі для читачів — право на власну територію [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://ms.detector.media/sotsmerezhi/post/16053/2016-02-12-sotsialni-merezhi-dlya-chytachiv-pravo-na-vlasnu-terytoriyu/>
43. Кисіль К. Як писати музичну рецензію: візія Ігоря Панасова [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://ms.detector.media/mediaprosvita/master_clas/yak_pisati_muzichnu_retsenziyu_viziya_igorya_panasova/
- 44.Ковалів Ю. Літературознавча енциклопедія. Т. 1. // Серія “Енциклопедія ерудита”. Київ: Видавничий центр “Академія”, 2007. — 608 с.
- 45.Конончук Т. Пантелеймон Куліш як літературний критик: особливості стилю // Літературознавчі студії : збірник наукових праць Вип. 1 (59). Київ, 2020. — С. 82-89.

46. Коркодим О. Знайти свого кінокритика. 6 питань до п'яťох авторів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://ukr.lb.ua/culture/2017/11/26/382989_znayti_svogo_kinokritika_6_pit_an.html.
47. Криволапов М. Про мистецтво та художню критику України ХХ століття: вибрані статті різних років. Книга 1. Київ: Вид. дім А+С, 2006. — 268 с.
48. Кузьма О. Методичні рекомендації до курсу "Історія української літературної критики" (для студентів заочного відділення філологічного факультету). Ужгород: Інвазор, 2020. — 60 с.
49. Кузьменко О. Тональність та міра критики в критичній статті (на прикладі сучасних українських рецензій). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=2294>
50. Куліш П. Характер и задача украинской критики. С. Петербург, 1861.
51. Кушнір М. Про критику в літературі, графоманів, суржик та як редагувати твори відомих письменників: інтерв'ю з есеїстом, редактором і перекладачем Олександром Бойченком [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://thepoint.rabota.ua/pro-krytyku-v-literaturi-hrafomanivsurzhyk-ta-yak-redahuvaty-tvory-vidomyh-pysmennykiv-intervyu-z-eseyistomredaktorom-i-perekladachem-oleksandrom-boychenkom/>.
52. Лелик М. Роль та перспективи сучасної мистецької критики в українському культурному середовищі та суспільстві. — Київ, 2019. — 15 с.

53. Миколаєнко А. Жанрові особливості сучасної української медіакритики // Синопис: текст, контекст, медіа, Випуск 27(1). Київ, 2021. — С. 32-38.
54. Монич Л. Рецензія як специфічний жанр на сторінках літературно-художніх журналів // Наукові записки Інституту журналістики. Т. 53, 2013. — С. 87-90.
55. Мочарник І. Літературна критика, або Як тримати в тонусі українську книжку [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://archive.chytomo.com/news/literaturna-kritika-abo-yak-trimati-v-tonusiukraiinsku-knizhku>.
56. Муджирі Є. Якими соцмережами користуються українці під час війни: статистика. GlobalLogic. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://speka.media/yakimi-socmerezami-koristuyutsya-ukrayinci-pid-cas-viini-doslidzennya-p22nyp>
57. Наєнко М. Історія українського літературознавства : Підручник. — Київ: Видавничий центр «Академія», 2001. — 360 с.
58. Ніколайчук І. Наш Маркес найкраще смакує на пляжі, або Про крайнощі в сучасній літературній критиці [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://litakcent.com/2017/09/01/nash-markes-naykrashhe-smakuye-naplyazhi-abo-pro-kraynoshhi-v-suchukrlitkrititsi/>.
59. Панченко В. Слово, яке тебе обирає : зб. на пошану професора Володимира Моренця. До 60-річчя від дня народження / упоряд. В. Панченко. — Київ: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2013. — 392 с.
60. Платонова А. Катерина Ботанова: «В суспільстві розвивається бажання говорити тільки про хороше» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://culturepartnership.platfor.ma/katerynabotanova/>.

61. Подолян М. Публіцистика як система жанрів. Київ: Центр вільної преси, 1998. — 38 с.
62. Пронкевич О. Взаємодія літератури і реклами в сучасному світі // Онтологія літератури в сучасних комунікативних умовах : монографія / гол. ред О. В. Пронкевич. Миколаїв: Видавництво ЧДУ ім. Петра Могили, 2016. — 284 с.
63. Пушкіна В. Розробка Instagram-блогу “Літера”. Київ, 2021. — 52 с.
64. Рябчук М. Чому я не можу бути критиком // Критика. Випуск 12, 2002. — С. 26-27.
65. Сидоренко В. Візуальне мистецтво від авангардних зрушень до новітніх спрямувань: Розвиток візуального мистецтва України ХХ-ХХІ століть. Київ: ВХ (студіо), 2008. — 188 с.
66. Стасіневич Є. Ринок пожвавився, а літературна критика — ні. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://blog.yakaboo.ua/ru/stasinevych-interview/>
67. Стельмащук Г. Критика на критику: проблеми і завдання художньої критики у мистецькому процесі ХХІ століття / Г. Стельмащук // Мистецтвознавчий автограф. Вип. 6-8, 2013. — С. 50-77. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/mznav_2013_6-8_5
68. Сулім А. Медіакритика в Україні: функції, тематика, проблематика. Дніпро, 2015. — 242 с.
69. Гонкіх І. Інтернет-журналістика. Жанри в інтернеті: Навчальний посібник. Запоріжжя, 2017. — 130 с.
70. Трофименко Т. Як не треба писати рецензії: Конспект лекції. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://litakcent.online/2020/03/16/yak-ne-treba-pisati-retsenziyi/>

71. Федченко П. Історія української літературної критики та літературознавства. Хрестоматія у трьох книгах. Книга 1: Посібник. / Упоряд. П. М. Федченко, М. М. Павлюк, Т. В. Бовсунівська. Київ: Либідь, 1996. — 416 с.
72. Фізер І. Критика літературна // Сучасність. No 9, 2000. — С. 86–93.
73. Франко І. Зібрані твори: В 50-ти томах. Том. 26. Київ: Наук. Думка, 1980. — 328 с.
74. Франко І. Із секретів поетичної творчості. Зібрані твори: у 50-ти томах. Том 31. Київ: Наук. Думка, 1980. — С. 45-46.
75. Харамурза Д. Літературна критика в площині соціальних комунікацій: поняття, завдання, функції // Соціокомунікаційне середовище: теорія та історія. Рівне, 2021. — С. 30-39.
76. Шестопалова Т. Літературна критика та історія української літературної критики в наукових сенсах та дослідницьких перспективах // Літературний процес: методологія, імена, тенденції, Випуск 3. 2014. — С. 120-124