

**ЗМІНА РОЛЕЙ АРТ- І МУЗИЧНИХ КРИТИКІВ  
В УМОВАХ КУЛЬТУРИ УЧАСТІ**  
**THE CHANGING ROLES OF ART AND MUSIC CRITICS  
IN A PARTICIPATORY CULTURE**

УДК 304+316.7:7.07:82.92

DOI: 10.31500/2309-8813.21.2025.345520

**Тарас Фролов**

аспірант, м.н.с. відділу  
соціокультурних досліджень мистецтва  
Інституту проблем сучасного мистецтва  
Національної академії мистецтв України

e-mail: taras.frolov@gmail.com

**Taras Frolov**

Ph.D. Student, Junior Research Fellow  
in the Department of Sociocultural Research in Art  
at the Modern Art Research Institute  
of the National Academy of Arts of Ukraine

orcid.org/0009-0008-0836-5860

**Анотація.** У статті досліджується трансформація ролі професійних арт- і музичних критиків у Північній Америці та Європі від 1980-х до 2020-х років у контексті становлення культури участі. Окреслено проблему збереження критиками статусу «воротарів» у добу масмедійної моделі та визначено головні напрями змін під впливом цифрових технологій і соціальних мереж. Показано, що у 1980-х критики виступали арбітрами смаку і тими, хто легітимізував культурні явища, формуючи канон і порядок денний у мистецтві й музиці. Проаналізовано процеси 1990–2000-х років, коли поширення Інтернету, блогів і файлообмінних мереж підірвало монополію критиків, а аматори й фанатські спільноти набули помітної ролі в обговоренні культурного продукту. Зазначено, що у 2010–2020-х роках акцент зміщується до інфлюенсерів і онлайн-блогерів, чиї рекомендації часто мають більший вплив, ніж традиційні рецензії. Окремо розглянуто вплив цифрових технологій та алгоритмів соціальних платформ, які стали новими «воротарями» культурного простору. Також проаналізовано культурологічні, медіазнавчі та соціологічні аспекти трансформації критики: демократизацію культурного поля, децентралізацію інформаційних структур, ерозію автоматичної довіри до експертів та появу нових форм соціального капіталу. У висновках зазначено, що роль критиків не зникла, а трансформувалася: від авторитетних суддів вони перейшли до ролі модераторів, навігаторів і кураторів культурного діалогу, допомагаючи аудиторії орієнтуватися в перенасиченому інформаційному середовищі.

*Ключові слова:* мистецька критика, арткритика, музична критика, культура участі, цифрові медіа, gatekeeping, соціальні мережі

**Постановка проблеми.** Сучасні трансформації у сфері культурної критики виходять за межі окремих дисциплін і стосуються низки загальних проблем культури та медіасередовища. Насамперед ідеться про напруження між демократизацією культурного дискурсу та ризиком зниження його якості. З одного боку, культура участі відкрила доступ до публічного обговорення мистецтва широкій аудиторії; з іншого — породила надмір інформаційного «шуму» та проблему розмиття критеріїв професійності й глибини аналізу.

Другою проблемою є зміна характеру гейткіпінгу (gatekeeping) — від традиційних «людських воротарів» (редакторів, критиків) в інформаційному полі до алгоритмічних і корпора-

тивних. Це вимагає переосмислення того, хто і яким чином встановлює значення культурних явищ.

Третій аспект — трансформація експертності у сфері культури. У суспільстві, де авторитет критика більше не є автоматичним, виникає потреба в нових моделях легітимації знання й у постійному підтвердженні статусу експерта в умовах конкуренції з аматорськими голосами.

У науково-теоретичному вимірі ці проблеми пов'язані з вивченням процесів демократизації та децентралізації культурного поля, трансформації соціального капіталу та зміни інституційних механізмів влади у сфері медіа. У практичному вимірі — вони визначають нові завдання для культурної політики, медіаосвіти, підтримки якісної критики й формування збалансованого культурного простору в умовах цифрової доби.

У 1980-х роках професійні арт- та музичні критики в Північній Америці та Європі посідали центральне місце в культурному житті як «воротарі»: їхні оцінки визначали, які художники й музичні релізи отримують увагу публіки [5], [1]. Ця роль склалася історично в умовах ієрархічної культури, де експертам доручали інтерпретацію мистецтва, а аудиторія залишалася переважно пасивним споживачем змісту [1]. Проте з кінця ХХ століття розгортання культури участі (participatory culture) — феномену, за якого широка аудиторія активно залучається до створення і поширення культурного контенту — почало радикально змінювати цей баланс сил.

У пропонованій статті проаналізовано еволюцію ролей професійних арт- і музичних критиків від 1980-х до 2020-х років під впливом культури участі, технологій і соціальних медіа. Особливу увагу приділено послабленню їхньої традиційної функції гейткіперів («воротарів»), зростанню впливу інфлюенсерів та непрофесійних рецензентів, а також загальній трансформації медіасередовища. Аналіз здійснюється з позицій культурології, медіазнавства та соціології — з метою всебічно висвітлити як культурні, так і медійно-технологічні та соціальні аспекти цих змін.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** 1980-ті роки характеризувалися пануванням масмедійної моделі культурної комунікації. У той період професійні критики — зокрема арт-оглядачі у впливових газетах і журналах, музичні оглядачі у виданнях на кшталт «Rolling Stone» чи «New Musical Express» — виконували роль авторитетних посередників між світом мистецтва/музики та публікою. Їх часто називали «творцями канону» або «gatekeepers» («воротарями»), адже саме вони вирішували, яким митцям і творам надати розголосу і схвалення [5]. У галузі образотворчого мистецтва виставки та художників «легітимізували» перед широкою аудиторією через рецензії провідних критиків; у музичній індустрії огляди альбомів і рейтингування від знаних критиків могли суттєво вплинути на продажі і репутацію виконавця [5].

Така система спиралася на чітку ієрархію культурної влади, що базувалась на практиці «сакралізації» мистецтва, — виокремлення «високого» мистецтва з активної масової комунікації. Аудиторію фактично усунули від публічного обговорення мистецьких смислів через комплекс «воріт» і правил: суворий етикет у мистецьких закладах, опору на професійних експертів-смакотворців (газетних критиків) замість власної інтерпретації, та розмежування «високого» професійного мистецтва і аматорської творчості [1]. У результаті склалося уявлення, що сприйняття мистецтва — справа приватна і потребує експертного керівництва. Після перегляду вистави чи концерту глядачів спонукали звернутися до авторитетної рецензії у пресі, яка «пропонувала експертний аналіз (газетну рецензію), що мав пояснити, *що* ми побачили і *що* маємо відчутти» [1]. Публічна дискусія про значення твору вважалася зайвою,

адже суспільний смак «окультурювався» згори вниз — через оцінки освічених критиків і кураторів [1]. У термінах соціології культури критики виступали як «культурні інтермедіари» (за П. Бурдьє) — арбітри смаку, наділені значним культурним капіталом, що визначали межі цінного і якісного в мистецтві.

У музичній сфері 1980-х подібна ситуація проявлялася через домінування кількох впливових медіаканалів — MTV, «New Musical Express» або «The Rolling Stone», і колонки музичних оглядів в національних газетах. Обмежена кількість друкованих видань, радіостанцій та телеканалів виконувала фільтрувальну функцію: тільки вибрані критиками артисти та жанри отримували ефір чи шпальти журналів. Як зазначає музичний журналіст С. Кноп-пер, у доінтернетну епоху слухач у значній мірі залежав від рецензій критиків та рішень лейблів щодо того, яку музику почути: «коли такий смакотворець, як Greil Marcus, писав нищівну рецензію, — я міг і не купити платівку, думаючи, що якщо *він* вважає її поганою, то так і є» [5]. Таким чином, критики й музичні редактори були частиною індустриальних «брам», які контролювали доступ митців до широкої аудиторії. Це була система дефіциту та централізації інформації: обмежена кількість оглядових медіа при великій аудиторії надавала критикам можливість реально формувати смаки і «порядок денний» у мистецтві й популярній музиці.

Починаючи з 1990-х років, стрімкий розвиток цифрових технологій і поява Інтернету ініціювали фундаментальні зміни у взаємодії між аудиторією, митцями та критиками. Формується так звана культура участі, для якої характерні низький поріг входження в творчу діяльність і активна участь фанів та аматорів у виробництві й обговоренні культурного продукту. У межах цієї нової парадигми «отримувачі інформації стали її потенційними творцями, редакторами, коментаторами та популяризаторами» [2]. Інакше кажучи, аудиторія з пасивного споживача перетворюється на співучасника культурного процесу. Ця децентралізація суттєво підірвала монополію традиційних масмедіа і критиків на роль голосу культури [2]. Як відзначає одне аналітичне дослідження, у ХХІ столітті відбувся значний занепад «воротарської» влади традиційних медіа (радіо, телебачення, преси) — зростання Інтернету і соціальних мереж множинно збільшило число доступних каналів інформації і розосередило владу над потоками контенту [2].

У сфері музики одним із переломних моментів став запуск файлообмінних мереж (наприклад, «Napster» у 1999 році). Якщо раніше слухач мав купити альбом або почути його в радіоефірі за рішенням музичного редактора, то тепер з'явилася можливість вільно завантажити будь-яку музику і самостійно вирішити, чи подобається вона [5]. Це означало, що «історичні воротарі — критики та лейбли — втрачали значну частку свого впливу», адже «Джо-менеджер із звукозапису та пересічний пан Критик більше не були єдиними, хто задає тон» [5]. Доступність музики в цифровому форматі усунула багато бар'єрів: слухач уже не був настільки залежним від оцінки критика, щоб вирішити, чи варто знайомитися з твором — він міг сам прослухати його онлайн безплатно.

Водночас інтернет середини 1990-х — початку 2000-х дав життя новим формам аматорської критики. Почали з'являтися перші онлайн-блоги та фанатські вебсайти, присвячені музиці й мистецтву, де ентузіасти висловлювали власні думки щодо нових альбомів, вистав чи фільмів. Наприклад, у 1995 році був заснований незалежний онлайн-журнал «Pitchfork», який у наступні десятиліття виріс в авторитетного гравця, впливового для інді-музики, хоча спочатку його творці не належали до усталеного музичного істеблішменту. Схожі процеси відбувалися і в артсфері: митці та куратори почали вести живі журнали («блоги») в мережі, з'явилися неофіційні сайти-оглядачі новин мистецтва. Через ці канали «будь-хто з підключенням до Інтернету міг стати музичним критиком», що вело до демократизації критики — появи безлічі нових, різноманітних за поглядами голосів [4].

У 2000-х роках соціальні платформи та форуми ще більше розширили ці можливості. Наприклад, на кінофорумі або в спільнотах LiveJournal обговорення нових альбомів чи вистав відбувалося паралельно або навіть раніше за появу офіційних рецензій. Професійні критики вже не могли монополізувати інтерпретацію — публіка отримала нагоду висловити власну позицію публічно і знайти однодумців. У культурологічному вимірі це означало часткову дестабілізацію «високого» культурного канону: коли «низькі» або маргінальні жанри (наприклад, комікси, відеоігри, молодіжна музика) здобували підтримку онлайн-спільнот, професійні критики були змушені рахуватися з цими новими центрами впливу.

Не менш важливим фактором стало виникнення взаємодії між критиками та аудиторією на нових засадах. Інтернет надав можливість читачам безпосередньо реагувати на рецензії — через коментарі, блоги-відповіді, рейтинги. Це підірвало односторонню авторитетність критика і перетворювало критику на діалогічний процес. Деякі дослідники відзначають, що вже в ці роки почала формуватися нова норма — критик стає не стільки суддею «з гори», скільки учасником розширеної дискусії з іншими інтерпретаторами (включно з аматорами) про значення твору [1], [3]. Інтернет-форуми і соцмережі перших поколінь (MySpace, LiveJournal, пізніше Facebook) творили простір, де «читачі (і художники) отримали нові способи відповісти критикам — пояснити, захистити, поскаржитися, ускладнити картину», як зауважує журналіст Ренді Кеннеді [3].

Водночас, поряд із оптимістичними очікуваннями культурної демократизації, постав і ряд проблем. Представники «старої школи» критикували інтернет-середовище за надлишок шуму та зниження стандартів глибини аналізу. Дійсно, культура участі породила феномен, коли «право кожного висловити свою думку без посередників призводить до постійного зіткнення *змістовної* дискусії з потоком довільних думок» [1]. У професійних мистецьких колах з'явилися нарікання, що велика кількість непідготовлених або упереджених коментарів (у соцмережах, на YouTube тощо) «перетворює нас на нечемних глядачів, що не поважають серйозне мистецтво», розмиваючи грані між компетентною критикою та інтернет-тролінгом [1], [3]. Іншими словами, інтернет-дискусія часто балансує між демократизацією та хаотизацією: з одного боку, відкритість доступу руйнує колишні елітарні бар'єри, з іншого — постає питання, як відрізнити справді глибокий критичний аналіз від поверхневого шуму в умовах, коли «кожен — критик». Ця дилема залишається предметом дискусій культурологів і медіадослідників [1], [3].

Попри ці виклики, загальна тенденція кінця 1990-х — 2000-х очевидна: роль професійних арт- та музичних критиків як єдиних «фільтрів» культурного процесу ослабла. Вони вже не могли діяти у вакуумі, ігноруючи голос аудиторії чи альтернативних коментаторів. З точки зору соціології масмедіа, традиційну модель «один-до-багатьох» (критик говорить — публіка слухає) дедалі більше витісняє мережева модель «багато-до-багатьох», в якій інформація і оцінки циркулюють між численними учасниками без чіткої централізованої контролюючої інстанції. У медіазнавстві це описують як перехід від вертикальної gatekeeping (відбір інформації редакторами) до горизонтальної розподіленої фільтрації, де контент відбирається сумарно спільнотою і алгоритмами, а «кожен може стати джерелом і ретранслятором інформації» [2].

У 2010-х роках цифрова революція сягнула нового етапу, суттєво змінивши ландшафт культурної критики. З ростом соцмереж (Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, TikTok) сформувався інститут «інфлюенсерів» — популярних онлайн-особистостей, здатних впливати на думки великої аудиторії без традиційної редакційної підтримки. У царині мистецтва і музики дедалі більшого значення набули блогери, YouTube-оглядачі, Instagram-куратори, які часто не є професійними критиками у класичному сенсі, але мають авторитет у своїх спільнотах.

Ця зміна проявилася у тому, зокрема, що багато молодих поціновувачів музики чи мистецтва надають перевагу рекомендаціям у соцмережах перед читанням традиційних рецензій. Як зауважив галерист Ніру Ратнам, нині «набагато більше людей стежать за мистецькими Instagram-стрічками, ніж чекають на чергову оцінку від якогось конкретного арткритика» [3]. Популярні ютубери-музикознавці збирають мільйони переглядів, оглядаючи нові альбоми у форматі відеоблогу — аудиторія, співставна або й більша за тиражі музичних журналів. Приклади неважко навести: відеоблог «The Needle Drop» з оглядами музики (Anthony Fantano) став одним із найвпливовіших голосів у сучасній музичній критиці; в арт-середовищі сайт-блог «The White Cube», який заснували дві молоді авторки 2015 року, набув величезної популярності завдяки неформальному, відвертому стилю обговорення мистецтва онлайн. Ці нові гравці часто *народжуються* поза інституційною критикою, але здатні привернути більше уваги молодій аудиторії, ніж друковані артжурнали чи газети [3].

Одна з позитивних сторін цього зрушення — плюралізація і диверсифікація критичних голосів. Критика більше не контролюється переважно вузьким колом редакторів у центральних виданнях, як це було в минулому. Відповідно, з'явилися можливості для представників різних соціальних і культурних груп заявити про себе. Як відзначає критик Ф. Гевін, інтернет загалом зробив артпресу «набагато менш елітистською: стара ідея консервативного *поціновування* відійшла, і сучасне мистецтво стало чимось набагато більш інтегрованим у ширші культурні діалоги» [3]. Схожу тенденцію бачимо і в музичній журналістиці: блогова культура 2000–2010-х дала старт багатьом голосам з різних куточків світу, в тому числі представникам раніше маргіналізованих спільнот, що почали рецензувати музику своїх сцен для глобальної аудиторії.

Демократизація критики проявляється також у поєднанні різних форматів і підходів. Поряд із класичними аналітичними рецензіями тепер існують відео, що передають безпосередню реакцію блогера на музичний твір чи альбом (реакційне відео), подкасти-дискусії, огляди у форматі твітів тощо. Така мультимедійна екосистема забезпечує багаторівневий погляд на культурний продукт. Наприклад, один і той самий музичний альбом може отримати оцінку від академічного музикознавця в колонці журналу, емоційну реакцію від популярного ютубера, обговорення фанів на Reddit і оцінки користувачів на стримінговій платформі — і все це разом складає більш «нюансований і багатогранний підхід до музичної критики, де різні голоси пропонують різні перспективи на той самий твір» [4]. В ідеалі, це збагачує розуміння: критики-професіонали тепер лише *частина* ширшої розмови, в якій беруть участь і самі митці, і аудиторія. Сучасна арт- або музична критика, таким чином, нагадує діалог — множинний обмін думками — радше ніж монолог експерта.

Однак поряд із можливостями постали й нові виклики. Економічний аспект: професійним критикам стало складніше знаходити оплачувані платформи. Традиційні друковані ЗМІ скорочують культурні відділи, а інтернет-видання часто не мають сталих бізнес-моделей. Як зауважує британський оглядач Бен Льюїс, сьогодні спостерігається навіть «криза артжурналістики, адже *критикам платять дедалі менше, їхню думку цінують нижче, ніж здатність аукціонних будинків чи галеристів продавати мистецтво за високими цінами*» [3]. У результаті частина досвідчених критиків покидає професію або переходить працювати в сфери PR і кураторства, де їхній досвід монетизується краще. Це викликає побоювання щодо втрати незалежної критичної думки: якщо незалежний критик фінансово вразливий, поле критики можуть захоплювати маркетингові чи корпоративні голоси.

Ще одна проблема — перенасичення контентом. В інтернеті відсутній брак думок, але є брак уваги: аудиторії фізично важко відсіяти найцінніше. Б. Льюїс скептично зазначає, що онлайн-критика перетворилася на «безкінечний потік... одного і того ж» і що уявна «демок-

ратизація» артписьма в Інтернеті є ілюзією, бо реальна влада лишається, як і всюди, у невеликої кліки олігархів та топгалеристів... усе зводиться до економіки уваги, до монетизації кліків, а не до справжньої демократії» [3]. Іншими словами, навіть якщо формально висловитися може кожен, *побачать* широкі аудиторії далеко не всі голоси — видимість визначається алгоритмами соцмереж та ресурсами на промоцію. Виходить своєрідний парадокс: традиційні «людські» воротарі ослабли, але на авансцену вийшли нові — цифрові і корпоративні (власники платформ, алгоритми, великі комерційні гравці артринку).

Технологічні фактори стали визначальними у змінах ролі критиків. По-перше, соціальні мережі принесли нові механізми формування впливовості. Кількість підписників, вподобань та репостів стала своєрідним *новим виміром авторитетності*. Критик із багатотисячною аудиторією у Twitter чи Instagram може конкурувати за впливом із колегою, який пише для престижної, але малотиражної газети. Більше того, митці та інституції культури отримали пряму комунікацію з аудиторією, минаючи критиків: музеї публікують контент у своїх соцмережах, музиканти спілкуються з фанами в Instagram і анонсують новинки на YouTube. Це означає, що частина інформаційної ролі, яку раніше виконував критик (донесення новин, знайомство з новими іменами), тепер реалізується безпосередньо через канали художників та організацій. Критики змушені перебудовуватися: багато хто активно освоїв соцмережі, заводять блоги, подкасти, щоб лишатися на виду і підтримувати діалог з публікою в нових форматах.

По-друге, на передній план вийшли алгоритмічні «воротарі». Платформи на кшталт YouTube, Spotify, TikTok використовують алгоритми для рекомендації контенту, які значною мірою визначають, що побачить або почує користувач. Дослідники цифрової культури зазначають, що, наприклад, стримінгові музичні сервіси, комбінуючи автоматизовані алгоритми й ручну кураторську роботу, фактично стали «новими воротарями» індустрії — тими, хто задає «слухацький порядок денний» глобальної аудиторії [8]. Цей феномен отримав назву «*алготеральної*» (*алгоритмічно-редакційної*) *влади*, коли персоналізовані плейлисти та рекомендації замінюють собою традиційну добірку музики редактором журналу чи диджеєм на радіо [8]. У сфері образотворчого мистецтва схожим чином алгоритми Instagram визначають, які художні зображення стануть вірусними, а які залишаться невідомими. Так, роботи художників, що підхоплюються алгоритмом «рекомендованого» в соцмережах, можуть здобути тисячі вподобань без жодної формальної рецензії — це своєрідний «віртуальний сарафан» замість експертного вердикту.

Це приводить до цікавого зсуву: роль критика частково перейшла від *цензора-відсіювача* до *навігатора-куратора*. У морі контенту, де алгоритми видають безкінечний потік новин, аудиторія часто відчуває інформаційне перенавантаження. У таких умовах людський критик може бути корисним як провідник, що допомагає орієнтуватися. Деякі сучасні критики так і позиціюють свою місію — не стільки вирішувати за аудиторію, що «добре» чи «погано», а радше курирувати найцікавіше, додавати контекст і «відсіювати шум» [4]. Фактично, як зазначено в одній із новітніх статей, сьогоденні критики все ще потрібні, але їхня функція змістилася: вони «вже не лише воротарі, але й співкоординатори (collaborators), що допомагають слухачам і глядачам орієнтуватися у величезному ландшафті доступної музики та мистецтва» [4].

По-третє, технології спричинили зміни у форматах критичного висловлювання. Класична розгорнута журнальна стаття поступилася місцем коротшим, динамічнішим жанрам, пристосованим до онлайн-споживання. У соціальних мережах цінується лаконічність, влучність, візуальний контент. Багато критиків освоїли мову мемів та вірусних постів: наприклад, знані арткритики (як Джеррі Сальц у США) активно твітять і постять у Facebook стис-

ду думку про виставку, доповнену світлиною — такий пост може отримати більше уваги, ніж традиційна колонка [8]. З іншого боку, цифрова епоха надала інструменти і для поглиблення аналізу: подкасти та відеоесеї дозволяють критикам у новій формі донести свої міркування до зацікавленої аудиторії, часто навіть розширюючи межі жанру (наприклад, відео з порівняннями різних виконань музичного твору або віртуальні екскурсії виставкою з коментарями критика). Таким чином, технології не тільки витіснили традиційну критику, але й стимулювали її еволюцію у багатьох напрямках.

Нарешті, важливо згадати про «корпоратизацію» та концентрацію платформ. Великі технологічні компанії (Facebook/Meta, Google, Twitter/X та ін.) стали ключовими посередниками, які контролюють значну частину аудиторії. Умовно кажучи, якщо раніше доля книжки чи музичного альбому залежала від рецензії у «New York Times» або «Rolling Stone», то тепер значною мірою — від того, чи з'явиться про нього пост, що стане вірусним у Facebook, або чи потрапить трек до популярного плейлиста на Spotify. Аналітики медіасередовища відзначають, що глобальні техногіганти перехопили функцію gatekeeping, але керуються при цьому іншою логікою, ніж старі медіа: якщо традиційні медіа бачили свою місію (принаймні декларовано) в забезпеченні якості та достовірності інформації, то платформи керуються насамперед комерційними інтересами, алгоритмічно підсилюючи той контент, що забезпечує залучення аудиторії [2]. У контексті культурної критики це означає, що видимість культурної дискусії підпорядковується правилам платформ: наприклад, алгоритм YouTube може просувати скандальні чи поверхово-розважальні огляди, що збирають кліки, натомість глибокий аналітичний розбір, який цікавий нішевій аудиторії, залишиться малопомітним. Така ситуація ставить нові питання перед суспільством: чи не слід виробити стратегії підтримки *якісного* критичного дискурсу в умовах ринкової «економіки уваги», де перемагає найгучніше, а не найзмстовніше? Це, однак, виходить за рамки даного огляду, але варто констатувати: технології і соціальні мережі докорінно змінили «правила гри» для критиків, примусивши їх адаптуватися до нових умов боротьби за увагу і довіру аудиторії.

Розгляньмо описані зміни крізь призму трьох академічних перспектив — культурологічної, медійної та соціологічної, — щоб краще усвідомити їхній глибинний зміст і наслідки.

З погляду культурології, трансформація ролі критиків є частиною ширшого процесу переходу від *елітарної* моделі культури до *демократичної*. Класичний поділ на «високу» і «низьку» культуру, характерний для доби модернізму і першої половини ХХ століття, підтримувався інститутом критики як «охоронця смаку». Критики відбирали і схвалювали твори, що відповідали критеріям «високого» стилю, відсікаючи масові або субкультурні прояви як не варті уваги. Проте культура участі підірвала цей поділ, впровадивши ідеї культурної демократії та плюралізму цінностей. Тепер визнання може отримати твір будь-якого жанру, якщо навколо нього формується активна спільнота інтерпретаторів. Дослідники відзначають, що інтернет дозволив «зрівняти» колись маргінальні теми з панівними: так, дизайн, комікси, відеоігри та інші сфери, які вважалися надто езотеричними для масмедіа, тепер отримали численні веб-сайти, блоги і соцмережові спільноти, що їх обговорюють, — фактично, включивши їх у культурний дискурс [3]. Це сприяло розширенню канону і визнанню розмаїття творчості. Мистецтво стало менш «сакралізованим» і віддаленим від публіки, а більш інтерактивним і відкритим до діалогу.

Водночас культурологи звертають увагу і на небезпеки. По-перше, ризик зниження планки критичного аналізу: коли «кожен сам собі експерт», чи не зникає глибина та історична перспектива? Чи не перетворюється оцінка мистецтва лише на питання суб'єктивного вподобання без спільних критеріїв? Деякі теоретики (наприклад, М. Фішер, Ф. Джеймисон) писали про «смерть критики» у постмодерні: мовляв, у світі, де панує іронія і релятивізм,

роль серйозного критика-арбітра стає неможливою. Проте інші вчені, навпаки, наголошують, що критики потрібні як ніколи, щоб у середовищі, для якого характерний надлишок інформації, структурувати діалог і не дати «розчинитися» поняттям якості й новаторства [7]. Приміром, Р. Гіллеспі у своєму есеї (2012) доводить, що в еру Web 2.0 нам потрібні критики, здатні відділяти справді новаторські художні явища від кон'юнктурного споживацтва і підтримувати існування авангарду — тобто руху вперед культурних форм [7]. Тут простежується стара культурологічна дилема: як поєднати демократизацію зі збереженням глибини? Однозначної відповіді немає, але очевидно, що роль критика перетворюється з верховного судді на *одного з фасилітаторів* спільного культурного осмислення. Ідеально, критик XXI століття має стати радше модератором, педагогом, співрозмовником для аудиторії, а не мовцем *ex cathedra*. Деякі самі критики усвідомлюють це: в інтерв'ю вони описують свою місію як поєднання ролей «радника споживача, учителя, судді, пресагента, адвоката мистця» тощо, наголошуючи на балансі між експертністю і доступністю для публіки [8]. Культурологічно, такий «критик-гібрид» є продуктом саме культури участі, що вимагає від інституцій відкритості та діалогу.

Медіазнавчий (комунікативний) погляд зосереджується на зміні інформаційних структур і влади у медіасистемі. Теорія *gatekeeping*, сформульована щодо новин ще у 1950-х (Д. Уайт, К. Льюїн), описувала, як редактори («Mr. Gates») відбирають повідомлення для публікації, тим самим *конструюючи* соціальну реальність для аудиторії. У випадку культурної критики професіонали виступали такими «редакторами смислів» — вирішували, про які твори взагалі писати і як їх інтерпретувати для публіки. Зараз же ми перебуваємо в умовах «гібридного медіасередовища», де поєднуються старі і нові канали, а інформація циркулює одночасно в багатьох мережах. Відбулося не просто зміщення старих воротарів, а докорінна зміна принципів фільтрації. Медіазнавці говорять про «децентралізацію *gatekeeping*» [2]: завдяки соцмережам та платформам ми маємо не одного «вартового» при вході, а безліч точок, де відбувається відбір, — від вподобань друзів у стрічці новин до трендових алгоритмів.

Водночас важливо зауважити, що влада нікуди не зникла — вона просто перерозподілилася і набрала нових форм. Великі платформи стали *мета-воротарями*: вони контролюють архітектуру подачі контенту. У дослідженні Sitra (2022) підкреслено, що Facebook, Google, Twitter перетворилися на глобальних *gatekeepers* цифрової доби, а їхні методи відбору (алгоритми, персоналізація) суттєво відрізняються від редакційної політики «*legacy media*» [2]. Замість відповідальності перед суспільством — максимізація залучення; замість прозорої етики — «*чорні скриньки*» алгоритмів. У царині культури це виливається у явища, коли, скажімо, тренди TikTok визначають хіт-паради пісень, а не рецензії критиків (приклад: у 2019 році пісня «Old Town Road» Lil Nas X стала мегахітом через вірусний челендж у TikTok задовго до того, як музична преса її помітила [27], [28]). З погляду медіаполітики, тут є виклик: як забезпечити якісний інформаційний простір у нових умовах? Деякі країни і наднаціональні об'єднання (наприклад, ЄС) намагаються ввести регуляції для платформ, щоб ті брали більшу відповідальність за контент [2]. Але поки це стосується переважно сфер дезінформації та мови ненависті. Щодо культурного дискурсу, то прямих механізмів менше, однак опосередковано підтримка суспільних медіа, гранти на культурну журналістику тощо можуть відігравати роль. Для нас головне, що медіасистема змінилася від моделі «трансляції» до моделі «мережевого обміну» і критики як інституція мусила або трансформуватися, або маргіналізуватися у цьому новому середовищі. Багато критиків пристосувалися — стали «мультимедійними журналістами», присутніми і в друці, і в онлайні, й у соцмережах, створюючи особистий бренд. Але загалом вага їхнього голосу більше не гарантована медіастаном — вона здобувається в умовах конкуренції за увагу нарівні з іншими учасниками мережі.

Соціологічний аспект зосереджується на питаннях влади, спільнот і соціальних відносин, пов'язаних зі змінами в критиці. Традиційно критики належали до інтелектуальної еліти — групи осіб з високим культурним капіталом, чий статус підтверджувався належністю до авторитетних інституцій (газет, журналів, академій). Їхня взаємодія з аудиторією була *односторонньою* і спиралася на певний рівень суспільної довіри до експертів. Сьогодні ми спостерігаємо ерозію автоматичної довіри до експертності: загальні суспільні тренди (поширення ідей антиелітаризму, скептицизм до «авторитетів») поєдналися з технологічною можливістю легко підважити позицію критика (через публічну критику його в соцмережах, наприклад). Це призвело до того, що статус критика потрібно *заново завойовувати* постійною присутністю і діалогом. Одночасно виникли нові ієрархії — наприклад, ієрархія за кількістю підписників. Соціологічно інфлюенсер з аудиторією 1 млн може мати більшу символічну владу, ніж професор-мистецтвознавець, відомий у вузьких колах. Тут проявляється феномен «цифрового соціального капіталу»: вміння привабити й утримати онлайн-спільноту стало цінним ресурсом. Багато критиків вимушені опановувати цю навичку, конкуруючи з іншими за новий тип визнання.

Ще одна соціологічна зміна — активізація фанатських спільнот як суб'єктів критичного процесу. Раніше фандоми (скажімо, шанувальники певного музичного жанру) могли впливати на комерційний успіх, але їхній *дискурс* лишався непомітним поза межами групи. Тепер же фан-спільноти публікують власні рецензії, огляди, роблять відео та блоги — і ці матеріали доступні для всіх онлайн. Дослідники зазначають, що фани стали своєрідними медіаторами культури: вони підтримують зв'язки між аудиторією, ринком і митцями, обмінюючись інформацією і думками в глобальних мережах, і у такий спосіб впливають на формування смислів та культурних сцен [8]. Наприклад, у дослідженні про фанатів у Сантьяго (Чилі) показано, що активні музичні фан-групи через соцмережі та локальні заходи підтримують місцеву сцену, надаючи їй значущості навіть без підтримки традиційних медіа [8]. У ширшому плані, наявність таких горизонтальних мереж змінює роль критика: він більше не монополіст у своєму експертному полі, а один із багатьох голосів, що взаємодіють з колективним інтелектом аудиторії. Звідси, до речі, походить і нова відповідальність: критики сьогодні мусять бути готовими до зворотного зв'язку і публічної відповіді на свою думку. Це може сприяти підвищенню якості (коли критик враховує аргументовану критику читачів) або, навпаки, приводити до обережності й самоцензури (коли страх перед «хейтом» стримує критика від чесної думки) [3]. Соціологи медіа фіксують обидва ефекти. В ідеалі, здорове культурне поле мало б мати «мікс дебатів та незгоди без надмірної агресії», де різні погляди можуть співіснувати [3]. Це нова норма, до якої тільки йде адаптація.

Нарешті, соціологічний аналіз не може оминати питання ринку та інституцій. Занепад ролі критика-«воротаря» частково спричинений тим, що інші інституції взяли на себе функцію формування смаку. У мистецтві дедалі більшого впливу набувають ярмарки, аукціони, приватні галереї — їхня оцінка вимірюється цінами та продажами, а не рецензіями. Б. Льюїс відверто зазначав: думка арткритика сьогодні менше важить, ніж вміння Christie's чи Sotheby's продати роботу за мільйони [3]. Тобто ринок став окремим арбітром вартості, й це зменшує простір для критичного судження, яке могло б піти всупереч ринковій логіці. У музиці — схожа ситуація: популярність на стримінгах чи в TikTok часто прямо конвертується в контракти і доходи, незалежно від думки критиків. У такій ситуації критика повинна переосмислити свою соціальну функцію: можливо, вона менш впливає на те, «хто стане зіркою», зате може більше фокусуватися на аналізі процесів, висвітленні тих аспектів культури, які не помітні через комерційні показники. Таким шляхом іде частина сучасної критики — вона спеціалізується, наприклад, на гендерному чи політичному аналізі культури, підіймає питан-

ня етики та справедливості у мистецьких індустріях, тим самим граючи роль соціального модератора більше, ніж смакувального інстанса. Це відповідає ширшим тенденціям останніх років, коли критики все частіше виступають не лише естетичними суддями, а й коментаторами суспільних проблем через призму культури (нерівність, інклюзивність, культурна пам'ять тощо) [3]. Така зміна акцентів помітна і в академічній сфері (культурні дослідження змістилися до інтердисциплінарного аналізу культури і влади), й у практиці критики (в рецензіях на фільми чи вистави часто обговорюють їхні соціальні контексти, політичні меседжі тощо). Таким чином, соціологічно критика адаптується, шукаючи нові ролі у суспільстві, де стара роль «смакового арбітра» вже не має колишньої сили.

**Висновки.** З 1980-х до 2020-х років роль професійних арт- і музичних критиків зазнала суттєвої еволюції під впливом культури участі, розвитку технологій та соціальних медіа. Традиційна функція критиків як «воротарів» культурного процесу значною мірою ослабла: більше не існує монополії невеликої групи експертів на визначення культурного канону чи успіху того чи іншого твору. Інтернет і соціальні мережі деконструювали колишню ієрархію, відкривши інформаційні шляхи для масової участі аудиторії в обговоренні і оцінюванні мистецтва. На авансцену вийшли нові дійові особи — блогери, влогери, онлайн-інфлюенсери та аматорські критики — які часто ефективніше комунікують з сучасною аудиторією і здатні формувати її смаки.

Водночас не можна говорити про повне зникнення чи непотрібність професійної критики. Швидше, відбулася її трансформація і переосмислення ролей. Критики більше не є єдиними «фільтрами» інформації, але залишаються важливими навігаторами та інтерпретаторами в перенасиченому культурному полі. Більше того, їхня діяльність наразі спрямована на співпрацю з аудиторією: критик стає модератором розмови про мистецтво, *куратором змістів* і постачальником контексту, який допомагає глядачам і слухачам отримати глибше розуміння творів [4]. Попри побоювання щодо «шуму» та зниження стандартів, сучасна екосистема критики уможливила більш інклюзивний і багатоголосий дискурс, де поряд з експертною думкою співіснує голос спільнот і самих митців.

З перспективи культурології, ці зміни відображають перехід до більш демократичної моделі культури, у якій аудиторія відновлює право голосу в інтерпретації мистецтва, — те право, від якого її значною мірою відсторонили в епоху строгих культурних ієрархій [1]. З погляду медіазнавства, спостерігається дезінтермедіація (випадіння посередників) і реінтермедіація (поява нових посередників у формі платформ і алгоритмів) процесів поширення культурної інформації [2], [8]. Із соціологічного погляду, перебудова ролей критиків вписується у ширший контекст змін влади й довіри в сучасному суспільстві: експертна влада стає більш розподіленою і залежною від соціальних мережевих механізмів, а критика як соціальна інституція змушена переглядати свою легітимність і завдання.

У підсумку, професійні арт- і музичні критики сьогодні вже не є єдиними хранителями культурних «воріт» — ці ворота відчинені настій для багатьох інших учасників. Проте вони не втратили свого значення: навпаки, у світі безмежного контенту потреба в осмисленому аналізі та історичній перспективі нікуди не щезла. Завдання критиків нового покоління — знайти баланс між експертизою і доступністю, увійти в діалог з культурою участі і використати її потенціал для збагачення колективного розуміння мистецтва і музики, водночас протистоячи ризикам поверховості та маніпулятивності, які несуть нові медіа. Як писав М. Цукерберг, «люди тепер не залежать від традиційних воротарів в політиці чи медіа, щоб їхній голос був почутий», — платформи передали владу прямо в руки користувачів [2]. У цій новій ситуації критика має працювати не над закриттям воріт, а над тим, щоб зробити спільний простір розмови про культуру максимально якісним, змістовним і інклюзивним. Це новий виклик і водночас нова можливість для критиків у культурі участі XXI століття.

## Література

1. Conner L. Taking Back the Arts: 21st Century Audiences, Participatory Culture and the End of Passive Spectatorship. *ORDA Journal (OpenEdition)*. URL : <https://journals.openedition.org/orda/2773> (access date: 11.08.25).
2. Seuri O., Ikäheimo H.-P. Gatekeeping in the digital age. *Sitra Working Paper*. 14.12.2022. URL : <https://www.sitra.fi/en/publications/gatekeeping-in-the-digital-age/> (access date: 11.08.25).
3. Luke B. The Art Newspaper at 30: How has art criticism changed in the digital age? *The Art Newspaper*. 30.10.2020. URL : <https://www.theartnewspaper.com/2020/10/30/the-art-newspaper-at-30-how-has-art-criticism-changed-in-the-digital-age> (access date: 11.08.25).
4. Ojeda A. The Evolution of Music Criticism: From Gatekeepers to Collaborators. *Signs of Life (blog)*. 2021? URL: <https://www.signsoflifealbum.com/the-evolution-of-music-criticism-from-gatekeepers-to-collaborators> (access date: 11.08.25).
5. Napster: How free music broke the industry. *Twenty Thousand Hertz (podcast)*. 30.09.2020. URL : <https://www.20k.org/episodes/napster> (access date: 11.08.25).
6. Bonini T. “First week is editorial, second week is algorithmic”: Platform gatekeepers and the platformization of music curation. *Social Media + Society*. 2019 July–Sept. DOI: <https://doi.org/10.1177/2056305119880006>
7. Gillespie R. The Art of Criticism in the Age of Interactive Technology: Critics, Participatory Culture, and the Avant-Garde. *International Journal of Communication*. 2012. Vol. 6. URL : <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/936/683> (access date: 11.08.25).
8. Thackray J. Straddling the Cultural Chasm: The Great Divide between Music Criticism and Popular Consumption. *QUIT (PhD Thesis)*. 2016. URL: [https://www.academia.edu/37787152/Jeremy\\_Thackray\\_Thesis](https://www.academia.edu/37787152/Jeremy_Thackray_Thesis) (access date: 11.08.25).

## References

1. Conner, L. (n.d.). Taking back the arts: 21st century audiences, participatory culture and the end of passive spectatorship. *ORDA Journal (OpenEdition)*. Retrieved from <https://journals.openedition.org/orda/2773>
2. Seuri, O., & Ikäheimo, H.-P. (2022, December 14). Gatekeeping in the digital age. *Sitra Working Paper*. Retrieved from <https://www.sitra.fi/en/publications/gatekeeping-in-the-digital-age/>
3. Luke, B. (2020, October 30). The Art Newspaper at 30: How has art criticism changed in the digital age? *The Art Newspaper*. Retrieved from <https://www.theartnewspaper.com/2020/10/30/the-art-newspaper-at-30-how-has-art-criticism-changed-in-the-digital-age>
4. Ojeda, A. (2021). The evolution of music criticism: From gatekeepers to collaborators. *Signs of Life*. Retrieved from <https://www.signsoflifealbum.com/the-evolution-of-music-criticism-from-gatekeepers-to-collaborators>
5. Napster: How free music broke the industry. (2020, September 30). *Twenty Thousand Hertz*. Retrieved from <https://www.20k.org/episodes/napster>
6. Bonini, T. (2019). “First week is editorial, second week is algorithmic”: Platform gatekeepers and the platformization of music curation. *Social Media + Society*, 5(3). DOI: <https://doi.org/10.1177/2056305119880006>
7. Gillespie, R. (2012). The art of criticism in the age of interactive technology: Critics, participatory culture, and the avant-garde. *International Journal of Communication*, 6. Retrieved from <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/936/683>

8. Thackray, J. (2016). *Straddling the cultural chasm: The great divide between music criticism and popular consumption* (PhD thesis). Queensland University of Technology. Retrieved from [https://www.academia.edu/37787152/Jeremy\\_Thackray\\_Thesis](https://www.academia.edu/37787152/Jeremy_Thackray_Thesis)

Taras Frolov

## THE CHANGING ROLES OF ART AND MUSIC CRITICS IN A PARTICIPATORY CULTURE

**Abstract.** The article examines the transformation of the role of professional art and music critics in North America and Europe from the 1980s to the 2020s within the broader context of the emergence of a participatory culture. The study outlines the problem of critics maintaining their status as gatekeepers in the era of mass-media models and identifies the main directions of change under the influence of digital technologies and social networks. It demonstrates that in the 1980s critics acted as arbiters of taste and legitimizers of cultural phenomena, shaping the canon and the agenda in art and music. The article analyzes the developments of the 1990s–2000s, when the spread of the Internet, blogs, and file-sharing networks undermined the critics' monopoly, while amateurs and fan communities acquired a prominent role in public discussions of cultural products. It is noted that in the 2010s–2020s the focus shifted to influencers and online bloggers, whose recommendations often have greater impact than traditional reviews. Particular attention is paid to the influence of digital technologies and the algorithms of social platforms, which have become the new gatekeepers of cultural space. The study also examines the cultural, media, and sociological dimensions of the transformation of criticism: the democratization of the cultural field, the decentralization of information structures, the erosion of automatic trust in experts, and the emergence of new forms of social capital. The conclusion emphasizes that the role of critics has not disappeared but has been transformed: from authoritative judges they have evolved into moderators, navigators, and curators of cultural dialogue, helping audiences orient themselves within an oversaturated information environment.

**Keywords:** art criticism, art critics, music criticism, participatory culture, digital media, gatekeeping, social networks.