

УДК 02:17.022.1:316.346.32-053.6]:004.77

DOI: <https://doi.org/10.31866/2617-796X.9.1.2026.362631>**Олег Гришко,***аспірант кафедри інформаційної діяльності**та зв'язків з громадськістю,**Київський національний університет**культури і мистецтв,**Київ, Україна**gelo@ukr.net**<https://orcid.org/0009-0005-7780-4343>*

## ТЕХНОЛОГІЇ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ БІБЛІОТЕКИ У МОЛОДІЖНОМУ СЕРЕДОВИЩІ: СУЧАСНІ ТRENДИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

**Мета статті** полягає у виявленні ефективних технологій, спрямованих на створення привабливого образу бібліотеки для молодого покоління.

**Методи дослідження.** У статті використано системний підхід, застосовано порівняльний метод для здійснення аналізу зарубіжного й українського досвіду роботи публічних бібліотек, а також метод контент-аналізу з метою визначення особливостей сучасної бібліотечної практики.

**Наукова новизна.** Виявлено сучасні тренди у формуванні іміджу закордонних та українських бібліотек серед молоді, з'ясовано основні тенденції в їхній діяльності та цифрові технології, використання яких у бібліотечній практиці відповідає інтересам, потребам та очікуванням молодіжної аудиторії.

**Висновки.** Дослідження показує, що успішне формування іміджу бібліотеки в молодіжному середовищі вимагає поєднання традиційних бібліотечних послуг з упровадженням інноваційних технологій. Ключовими трендами у сфері формування іміджу бібліотек у молодіжному середовищі є активне застосування соціальних мереж та інших цифрових платформ, упровадження технологій віртуальної та доповненої реальності, чатботів, використання штучного інтелекту, гейміфікації бібліотечних послуг, а також створення у книгозбірнях коворкінгу й творчих просторів. Перспективні напрями розвитку публічних бібліотек охоплюють формування чіткої іміджевої стратегії, активізацію творчої й освітньої діяльності, застосування регулярного моніторингу іміджу через опитування та аналіз активності користувачів у цифровому середовищі. Акцентовано, що бібліотека має не тільки задовольняти інформаційні потреби, а й адаптувати свої послуги до особливостей комунікації та поведінки молодого покоління, створюючи завдяки цьому сучасний імідж.

**Ключові слова:** імідж бібліотеки; молодь; цифрові технології; соціальні мережі; інновації; бібліотечні послуги; багатофункціональний простір.

**Вступ.** У сучасному інформаційному суспільстві бібліотеки стикаються з викликом зміни свого іміджу для активного залучення молодіжної аудиторії, життя якої наразі стало невіддільним від цифрових пристроїв і технологій. Зважаючи на це, виникає необхідність поступової трансформації книгозбірень у динамічні інформаційні та культурно-освітні центри, що використовують новітні технології для задоволення різноманітних потреб своїх користувачів.

Проблема формування привабливого іміджу бібліотеки в молодіжному середовищі набуває особливої актуальності в контексті невпинного зростання популярності електронних ресурсів, цифрових платформ, зокрема соціальних мереж. На сьогодні молодь має особливі вимоги й очікування щодо якості та форми надання бібліотечних послуг.

Вивчення досвіду роботи закордонних бібліотек показує, що провідні книгозбірні активно впроваджують інноваційні технології для привернення уваги молоді. Водночас бібліотеки України перебувають на етапі поступової модернізації та пошуку оптимальних шляхів поєднання своїх традиційних функцій з новими можливостями, що надають сучасні технології.

У контексті цифровізації соціокультурної сфери імідж бібліотеки дедалі більше формується не тільки через фізичну присутність установи, а й через її цифрову репрезентацію, технологічні сервіси й інтерактивні форми комунікації з молодіжною аудиторією. Соціальні мережі, чатботи, елементи штучного інтелекту, технології віртуальної та доповненої реальності, гейміфікація та мобільні сервіси трансформують бібліотеку з традиційного інформаційного закладу у цифровий соціокультурний простір, у якому формується її сучасний імідж. Саме тому аналіз цифрових технологій як інструментів цілеспрямованого формування іміджу бібліотеки в молодіжному середовищі є актуальним науковим завданням.

**Результати дослідження.** На сьогодні бібліотека – це не тільки сховище книг, а й центр для саморозвитку та формування особистості. Вона поєднує традиційні функції, зокрема інформаційну, освітню, культурну й комунікативно-організаційну, із завданнями цифрової епохи, а саме зі створенням електронних ресурсів, розвитком безперервної освіти та інформаційної культури молодого покоління. Однак у роботі з молоддю вищезазначені функції стають інструментами формування іміджу лише тоді, коли підсилюються PR-технологіями, а також маркетинговими технологіями. Наприклад, створення коворкінгу або простору для творчості є проявом комунікативно-організаційної функції бібліотеки. Проте, коли бібліотека розповідає про ці нововведення в соціальних мережах, відображає їх у віртуальних турах, використовуючи інструменти івент-маркетингу, вони перетворюються на іміджеві технології, спрямовані на формування позитивного сприйняття бібліотеки серед молоді. Можна зробити висновок, що не кожна функція, яку виконує заклад, є технологією формування іміджу, але кожна функція може стати такою, якщо бібліотека вибудовує відповідну комунікацію, що базується на сучасних цифрових інструментах.

У межах цього дослідження принциповим є чітке розмежування базових функцій бібліотеки й технологій формування її іміджу. Надання інформаційних, освітніх і культурних послуг становить основу діяльності бібліотеки. Водночас саме способи їх представлення та комунікації з цільовими аудиторіями, інстру-

менти цифрової візуалізації й механізми просування трансформують ці функції на дієві складники іміджевої стратегії установи.

Створення коворкінгів, творчих просторів або організація освітніх заходів не є іміджевою технологією. Водночас використання соціальних мереж, віртуальних турів, онлайн-трансляцій, інтерактивних форматів, елементів івент-маркетингу та цифрового сторителінгу переводить зазначені форми діяльності в площину PR- та маркетингових технологій, безпосередньо спрямованих на формування позитивного іміджу бібліотеки серед молоді.

У межах дослідження технології формування іміджу бібліотеки в молодіжному середовищі варто тлумачити як сукупність цифрових, комунікаційних і маркетингових інструментів, спрямованих на створення, трансляцію та закріплення позитивного образу бібліотеки у свідомості молодіжної аудиторії. На відміну від базових бібліотечних функцій, такі технології мають репрезентаційний характер і реалізуються через цифрові платформи, інтерактивні сервіси, візуальну айдентику, онлайн-комунікацію та подієві формати в цифровому середовищі.

Застосування сучасних технологій дає змогу бібліотеці бути ближчою до молоді, відповідати її запитам і потребам та вибудовувати позитивний імідж у цифровому середовищі (Кот, 2019).

На думку О. Кот (2019), формування привабливого образу бібліотеки серед молоді значною мірою залежить від її ролі як методичного та консультаційного центру. Бібліотека здатна допомагати вирішувати молодіжні проблеми завдяки втіленню різноманітних проєктів та проведенню заходів, орієнтованих на патріотичне, правове, екологічне виховання, профорієнтацію, підтримку молоді з особливими потребами та творчо обдарованих користувачів.

Варто зауважити, що активне застосування сучасних технологій та інтерактивних форм проведення заходів, наприклад онлайн-дискусій, віртуальних екскурсій, а також створення мультимедійних проєктів, сприяє забезпеченню зворотного зв'язку, стимулює підвищення інтересу молодого покоління до бібліотеки та залучення її до бібліотечних ініціатив. У такий спосіб книгозбірня перетворюється на простір, де технології поєднуються з традиціями, створюючи сучасний імідж закладу у свідомості молодіжної аудиторії.

Досліджуючи особливості формування іміджу бібліотеки, зокрема серед студентів, Ю. Горбань, В. Касьян та Н. Гайсинюк (2025) дійшли висновку, що в цифрову епоху образ бібліотеки – це багатовимірне та постійно змінюване явище. Її імідж визначають якість наданих послуг і ресурсів, у тому числі електронних, результативність онлайн-присутності книгозбірні, упровадження інновацій та характер комунікації з цільовою аудиторією. Сильний імідж – це стратегічний ресурс, що сприяє зростанню конкурентоспроможності бібліотеки, залученню нових користувачів і забезпечує її інтеграцію в академічний простір.

Розуміння багатоаспектності іміджу бібліотеки в умовах цифрової трансформації, яка відбувається в суспільстві, спонукає до поглибленого аналізу сучасних трендів, які є основою для розробки імідж-стратегії книгозбірні серед молодіжної аудиторії. Такі тренди формуються під впливом змін у комунікації молоді та розвитку цифрових технологій.

Базуючись на багатовимірності бібліотечного іміджу, сучасні тенденції розвитку бібліотечної справи відображають ключові напрями формування іміджу бібліотек у молодіжному середовищі. Важливим напрямом є активне використання соціальних мереж та інших цифрових платформ для комунікації з молодіжною аудиторією. Варто зазначити, що створення позитивного іміджу бібліотеки потребує її присутності на тих цифрових платформах, де молодь проводить значну частину свого часу.

Соціальні мережі в діяльності бібліотек виконують не тільки інформаційну, а й іміджеву функцію, формуючи уявлення молоді про бібліотеку як відкритий, динамічний і сучасний простір. Регулярність публікацій, використання візуального контенту, залучення користувачів до створення дописів і коментарів безпосередньо впливають на рівень довіри й емоційного сприйняття бібліотеки.

Використання чатботів та елементів штучного інтелекту сприяє формуванню образу бібліотеки як технологічно розвиненого закладу. Такі інструменти забезпечують швидку навігацію ресурсами, персоналізовані рекомендації та безперервну комунікацію з користувачами, що є особливо важливим для молодіжної аудиторії, орієнтованої на оперативність і зручність.

Технології віртуальної та доповненої реальності мають значний іміджевий потенціал, оскільки створюють новий досвід взаємодії з бібліотекою. Віртуальні тури, інтерактивні виставки, освітні AR-елементи підвищують залученість молоді та формують асоціацію бібліотеки з інноваційністю. Зазначені технології дають змогу створювати унікальний досвід для користувачів бібліотеки, і він є особливо привабливим для молоді. Віртуальні тури бібліотекою, віртуальні книжкові виставки, освітні програми з використанням технологій віртуальної або доповненої реальності здатні перетворити бібліотеку на більш цікаву та потрібну серед громадськості. Варто зазначити, що наразі українські бібліотеки лише починають використовувати технології віртуальної та доповненої реальності у своїй роботі (Маринич, 2020).

Ще одним трендом є інтеграція штучного інтелекту в бібліотечні послуги. Така технологія дає змогу створювати персоналізовані рекомендації, інтелектуальні системи пошуку, використовувати чатботи для консультування користувачів, що в цілому сприяє створенню сучасного образу бібліотеки (Бріксанов, 2024).

Гейміфікація бібліотечних послуг є одним із перспективних напрямів розвитку бібліотечної справи та може слугувати ефективним інструментом залучення молодіжної аудиторії. Використання ігрових елементів у процесі пошуку інформації, навчання та проведення заходів дає змогу зробити взаємодію з бібліотекою більш захопливою для молодих користувачів. Гейміфікація бібліотечних сервісів сприяє трансформації бібліотеки в простір неформального навчання та дозволяє, що позитивно впливає на її сприйняття молодіжною аудиторією та посилює конкурентоспроможність у цифровому середовищі. Не менш важливим є створення в бібліотеках коворкінгу й творчих просторів, обладнаних сучасними технологіями, комп'ютерами, де молодь може реалізовувати свої проекти та ідеї.

Ефективність вищезазначених технологій, які допомагають формувати бібліотеці сучасний імідж, підтверджує успішний досвід провідних світових бібліотек, які вже впровадили інноваційні технології у свою діяльність. Аналіз зарубіжних

практик дає змогу виявити найбільш результативні стратегії залучення молодіжної аудиторії та формування позитивного іміджу бібліотек.

Центральна бібліотека Гельсінкі Oodi (Фінляндія) є яскравим прикладом інноваційного підходу до формування іміджу бібліотеки. Відкрита у 2018 році бібліотека стала символом нового покоління публічних бібліотек. На першому поверсі, де панує затишна атмосфера, є просторий вестибюль, безпосередньо бібліотека та кафе. Другий поверх призначений як для відпочинку, так і для роботи. Тут розташовані конференц-зали, ігрові кімнати, лекційні зали. Третій поверх, названий «Книжковим раєм», має просторі місця для відпочинку та читання. На ньому розташовані кав'ярні, а з вікон відкривається міський пейзаж. Приміщення бібліотеки відрізняються комфортними зонами для відпочинку та дружелюбною обстановкою. Важливо, що в закладі є окрема зона, призначена для дітей (Helsinki Central Library Oodi, n.d.).

Варто зазначити про увагу Ооді до молоді. Бібліотека позиціонує себе як місце зустрічей для молодих людей, роботи та творчості, організації подій, де вони можуть проводити час з друзями, виконувати домашні завдання, грати в ігри, готувати їжу або влаштовувати кіновечори. Для молодіжної аудиторії створено ігрові кімнати, сучасні робочі простори, сходи-сидіння, музичні студії, фото- та відеостудії (Helsinki Central Library Oodi, n.d.).

Національна бібліотека Сингапуру представляє інший підхід до залучення молоді аудиторії через унікальні програми та освітні ініціативи. Наприклад, у бібліотеці розроблено програму, присвячену морському біорізноманіттю. Тож у 2024 році створено новий навчальний простір для дітей (для ознайомлення з особливостями морського життя), де можна розглянути експонати акул і кораблів, користуючись відеопроєктором; дізнатися про роль медуз у підтриманні екосистеми, а також ознайомитися із життям на морських узбережжях завдяки інформаційним дисплеям (National Library Board Singapore, 2024).

У книгозбірні розміщено театр, виставкові зали та великий дитячий відділ. Важливо, що бібліотека створює освітні програми для молодіжної аудиторії різної вікової категорії. Наприклад, для підлітків 13–17 років діють такі програми: «Розумні способи витрат, економії та примноження грошей», «Безпека в інтернеті», а також регулярно проводять настільні рольові ігри як засіб навчання та розвитку. Для дорослих бібліотека пропонує широкий спектр програм у таких навчальних напрямках, як кар'єра, інформаційні технології, сталий розвиток, здоровий спосіб життя, мистецтво та читання (National Library Board Singapore, 2025).

Досвід закордонних бібліотек свідчить про важливість багатоаспектного підходу до формування іміджу, що поєднує створення комфортних приміщень для користувачів, впровадження технологічних інновацій та різноманітних освітніх програм.

У контексті молодіжної аудиторії фізичні простори бібліотеки набувають іміджевого значення лише за умови їх активної цифрової репрезентації. Коворкінги, творчі студії чи зони відпочинку стають інструментами формування іміджу тоді, коли вони представлені через соціальні мережі, відеоконтент, онлайн-іventи й інтерактивні сервіси. У такий спосіб фізичний простір бібліотеки в поєднанні з цифровими каналами комунікації перетворюється на елемент цифрової іміджевої інфраструктури.

У роботі публічних бібліотек України, яка, зокрема, спрямована на модернізацію бібліотечних послуг для молоді, також виявлено позитивні тенденції. Наразі українські книгозбірні цілеспрямовано працюють над формуванням свого іміджу серед молодіжної аудиторії. Наприклад, сайт Київської молодіжної бібліотеки створено насамперед як інформаційний та освітній ресурс, що, зокрема, націлений допомогти молоді адаптуватися до умов воєнного стану в Україні. На бібліотечному сайті розміщено інформацію про соціальну допомогу та виплати під час війни, правила поведінки в умовах обстрілів, важливу інформацію для внутрішньо переміщених осіб та поради у сфері охорони здоров'я (Київська молодіжна бібліотека, б.д.-а).

Наявність електронного каталогу, можливості резервування книг, підзарядки гаджетів, доступу до медіатеки та безкоштовного інтернету відповідають вимогам цифровізації бібліотечної галузі та сучасним потребам молодіжної аудиторії, адже наразі пріоритетом для молоді є зручність і швидкість доступу до інформації. Структура сайту свідчить про багатофункціональність бібліотеки. Поряд з розділами, що репрезентують бібліотечний фонд і події, акцентовано увагу на культурно-просвітницькій діяльності. Важливо, що сайт також містить інтерактивний контент (Київська молодіжна бібліотека, б.д.-а). Такий підхід до надання бібліотечних послуг сприяє формуванню образу бібліотеки як закладу, який виходить за межі класичного розуміння книгозбірні.

З погляду формування іміджу серед молоді дизайн бібліотечного сайту потребує подальшого вдосконалення. Незважаючи на те що в ньому наявний великий обсяг інформації, її візуальна презентація не завжди відповідає очікуванням молоді аудиторії, яка надає перевагу інтерактивним і візуально привабливим формам комунікації. Відсутність єдиної візуальної айдентики бібліотеки може негативно вплинути на ефективність сайту як каналу для створення позитивного іміджу.

На своїй сторінці у Facebook Київська молодіжна бібліотека (б.д.-б.) створює позитивний імідж завдяки рубрикам «Молодіжне життя», «Історична книга», «Читач рекомендує», «Вчимо українську разом», «Цікава психологія», «Видатні постаті України» тощо. Найбільше відгуків від цільової аудиторії заклад отримує, публікуючи контент, створений разом зі своїми читачами, зокрема рекомендації книг від користувачів бібліотеки. У такий спосіб бібліотека позиціонує себе як сучасний культурно-освітній простір, що враховує різноманітні потреби молоді. Регулярні анонси заходів, презентації нових надходжень, публікації, у яких висвітлюють актуальні соціокультурні питання, сприяють створенню образу інноваційного та креативного закладу.

Попри активну роботу з бібліотечним сайтом та соціальними мережами, застосування більш інноваційних цифрових технологій у Київській молодіжній бібліотеці перебуває на початковому етапі. Зокрема, бібліотека наразі не використовує мобільні застосунки та чатботи, які дають змогу здійснювати рекомендації для користувачів. Водночас у контексті іміджевих технологій важливо підкреслити, що саме такі інструменти уможливають створення образу бібліотеки як інноваційного та молодіжного простору.

Аналіз цифрової діяльності Київської молодіжної бібліотеки засвідчує, що використовують наявні онлайн-інструменти переважно як інформаційні канали,

а не як повноцінні іміджеві технології. Обмежене застосування чатботів, мобільних сервісів, віртуальних турів та елементів гейміфікації знижує потенціал формування образу бібліотеки як інноваційного молодіжного простору. Запровадження зазначених цифрових рішень могло б суттєво підсилити імідж бібліотеки та рівень залученості молодшої аудиторії.

Показовою є діяльність Державної бібліотеки України для юнацтва (б.д.-а), яка формує власний імідж у молодіжному середовищі. Робота книгозбірні зосереджена на формуванні фондів і створенні колекцій, які відповідають інтересам та потребам юнацької аудиторії. Бібліотека використовує власний сайт для розширення впливу та надання доступу до різноманітних ресурсів. На бібліотечному сайті розміщено матеріал про методи розпізнавання фейкової інформації, поради щодо підготовки до зовнішнього незалежного оцінювання, особливості проведення наукових досліджень й інше, що може бути цікавим і корисним для молоді. Бібліотечний сайт містить значну кількість посилань на освітні програми у сфері охорони здоров'я, правової освіти, медіаграмотності. Крім того, бібліотека приділяє увагу питанню профорієнтації та поширює інформацію про особливості вибору майбутньої професії.

Слід звернути увагу, що Державна бібліотека України для юнацтва (б.д.-а) організовує культурно-просвітницькі заходи, сприяє національно-патріотичному вихованню, залучає різних спеціалістів, зокрема психологів, програмістів, до бібліотечного волонтерства, а також надає можливість користувачам презентувати свою творчість у бібліотеці. Така діяльність підвищує впізнаваність книгозбірні та формує її позитивний образ як соціально значущого закладу.

Водночас потребує посилення впровадження в роботу бібліотеки цифрових інновацій, наприклад мобільних застосунків, технологій віртуальної та доповненої реальності. Крім того, проведений аналіз роботи Державної бібліотеки України для юнацтва свідчить, що присутність книгозбірні у соціальних мережах є недостатньо активною. Наприклад, бібліотека доволі рідко публікує нові дописи на Facebook, не використовує інтерактивний контент (Державна бібліотека України для юнацтва, б.д.-б). Хоча такий контент відповідає інтересам молоді. До того ж книгозбірні важливо адаптувати свої ресурси до різних груп молоді (з урахуванням їхніх різноманітних потреб). Незважаючи на наявність цифрових продуктів та розгалужену систему електронних ресурсів, роль інноваційних технологій у формуванні іміджу Державної бібліотеки України для юнацтва залишається недостатньо розвиненою.

Водночас, як свідчать результати наукових досліджень, технології віртуальної та доповненої реальності, штучного інтелекту, гейміфікація сприяють підвищенню залучення користувачів і є важливими інструментами для формування позитивного іміджу бібліотеки. В. Загуменна (2024) зазначає, що технології AR, VR та штучного інтелекту можуть не лише розширити місію бібліотек, але й значно розвинути індивідуальний підхід до кожного користувача, збільшити оперативність та якість обслуговування. С. Хрущ (2022) вказує, що AR-технології створюють «оновлений інформаційний простір бібліотеки», який значно цікавіший для молоді та сприяє її залученню.

На ще одному важливому тренді наголошує Н. Вовк (2024), яка у своєму дослідженні підкреслює роль івент-маркетингу у створенні позитивного іміджу бібліотеки, збільшенні цільової аудиторії, зростанні з її боку довіри. На думку науковиці, книгозбірням слід поєднувати використання інструментів інтернет-маркетингу, зокрема сайтів, соціальних мереж, та подієвого маркетингу, що дає змогу збільшити відвідуваність закладу, підвищити його впізнаваність, посилити взаємодію з цільовою аудиторією, залучати як нових користувачів, так і волонтерів та учасників різноманітних заходів, підвищувати репутацію бібліотеки й створювати навколо неї спільноту.

Наприклад, Львівська обласна бібліотека для юнацтва активно створює різноманітні проекти, зокрема «Театр у бібліотеці», «Бібліогніздечко», та організовує події. Значна частина роботи закладу присвячена волонтерській діяльності, підтримці Збройних сил України, внутрішньо переміщених осіб. Варто звернути увагу, що всі заходи книгозбірня висвітлює на своїй сторінці на платформі Facebook та здійснює їх пряму трансляцію, що позитивно впливає на залучення нових користувачів (Вовк, 2024).

Отже, практичний досвід роботи публічних бібліотек України засвідчує необхідність інтеграції традиційних і цифрових маркетингових інструментів для збільшення впливу на молодіжну аудиторію. Використання інструментів цифрового маркетингу передбачає створення якісного контенту для соціальних мереж, проведення онлайн-заходів та застосування інтерактивних форматів взаємодії з цільовою аудиторією.

Порівняльний аналіз зарубіжного й українського досвіду засвідчує, що ключова відмінність полягає не у відсутності цифрових технологій в українських бібліотеках, а в способах їх іміджевого використання. Якщо у провідних закордонних бібліотеках цифрові сервіси інтегровані в цілісну бренд- та імідж-стратегію, то в українських закладах вони переважно виконують допоміжну або інформаційну функцію. Це зумовлює необхідність переходу від фрагментарного використання цифрових інструментів до стратегічного управління бібліотечним іміджем у цифровому середовищі.

На підставі проведеного дослідження особливостей теоретичних засад проблеми створення бібліотечного іміджу та специфіки формування в українських та закордонних публічних бібліотеках образу серед молодіжної аудиторії доходимо висновку, що наразі ключовими трендами, які створюють образ книгозбірні, є такі: використання соціальних мереж; перетворення бібліотеки на багатофункціональний простір; створення інтерактивного контенту, освітніх ресурсів; розширення співпраці з громадськими організаціями, фахівцями з різних галузей знань; посилення візуальної привабливості закладу у цифровому просторі.

Водночас перспективними напрямками розвитку публічних бібліотек є: створення чіткої імідж-стратегії, розширення творчої та освітньої діяльності, більш активна робота мобільних застосунків і впровадження чатботів. Не менш важливо забезпечити регулярний моніторинг іміджу книгозбірні, зокрема за допомогою опитувань, проведення аналізу активності користувачів на цифрових платформах.

Узагальнення результатів дослідження дає змогу умовно згрупувати технології формування іміджу бібліотеки за їх функціональним призначенням: комунікаційні (соціальні мережі, чатботи), візуально-інтерактивні (VR/AR, віртуальні

тури), персоналізаційні (штучний інтелект, рекомендаційні системи), мотиваційні (гейміфікація), а також просторово-цифрові (онлайн-презентація коворкінгів і творчих просторів). Така класифікація дає змогу розглядати імідж бібліотеки як результат комплексної цифрової стратегії, а не сукупності розрізнених ініціатив.

Слід зазначити, що на сьогодні публічні бібліотеки України вже реалізують значну частину сучасних підходів до формування іміджу, однак подальший розвиток у сфері використання цифрових технологій дасть змогу їм покращити образ бібліотеки серед молоді та утвердитися як провідний центр культурного й громадського життя.

**Висновки.** Дослідження сучасних технологій формування іміджу бібліотеки в молодіжному середовищі показує, що підхід до вдосконалення бібліотечних послуг має передбачати поєднання традиційних функцій з одночасним упровадженням інноваційних технологічних рішень. Проведений аналіз теоретичних засад проблеми формування іміджу бібліотеки та практичного досвіду дає змогу визначити ключові тренди створення іміджу: активне використання бібліотечних сайтів і соціальних мереж, застосування технологій віртуальної та доповненої реальності, використання штучного інтелекту, гейміфікація бібліотечних послуг, а також створення в книгозбірнях коворкінгу й творчих просторів.

Проведене дослідження засвідчило, що цифрові технології є ключовими інструментами формування іміджу бібліотеки в молодіжному середовищі. Їх ефективність визначається не фактом наявності, а ступенем інтеграції в цілісну іміджеву та комунікаційну стратегію бібліотеки. Соціальні мережі, штучний інтелект, чатботи, VR- / AR-технології та гейміфікація безпосередньо впливають на сприйняття бібліотеки молоддю як сучасного, відкритого й технологічно орієнтованого соціокультурного простору.

Зарубіжний досвід, зокрема робота Центральної бібліотеки Гельсінкі Oodi та Національної бібліотеки Сингапуру, демонструє важливість трансформації бібліотек у багатофункціональні простори, які виходять за межі традиційного уявлення про них як сховища книг. Зазначені заклади успішно впроваджують інновації, використовують креативний підхід, розробляють освітні програми та стимулюють активну соціальну взаємодію в книгозбірнях, що особливо приваблює молодіжну аудиторію.

Публічні бібліотеки України, такі як Київська молодіжна бібліотека та Державна бібліотека України для юнацтва, перебувають на етапі поступової модернізації та впроваджують сучасні підходи до роботи з молодіжною аудиторією. Однак потенціал українських бібліотек для подальшого розвитку та формування позитивного іміджу залишається значним. Під час проведення дослідження виявлено потребу в посиленні цифрової присутності бібліотек, покращенні візуальної привабливості їхніх онлайн-ресурсів та в більш активному використанні інтерактивних форм взаємодії з цільовою аудиторією.

На сьогодні імідж публічної бібліотеки формується не лише завдяки наданню якісних послуг, але й передусім через спосіб їх цифрової презентації. Тому важливе значення мають інноваційні технології, здатні перетворити бібліотеку в молодіжний цифровий простір. До таких технологій належать мобільні застосунки, чатботи, гейміфікація, технології віртуальної та доповненої реальності. Проведений аналіз досвіду роботи українських бібліотек свідчить, що весь потенціал

цих технологій ще не реалізовано, що зумовлює потребу у формуванні цифрової імідж-стратегії бібліотек, утілення якої має спиратися на цифровий маркетинг, персоналізовану взаємодію та інтерактивні форми інформування. Такий підхід здатний підвищити довіру користувачів і привабливість публічних бібліотек серед молоді.

Перспективи подальших досліджень пов'язані з оцінкою ефективності конкретних цифрових технологій формування іміджу бібліотеки, зокрема через аналіз показників залученості молодіжної аудиторії, цифрової репутації та рівня довіри користувачів. Окремого наукового інтересу потребує розробка моделей цифрової імідж-стратегії бібліотек, адаптованих до умов українського соціокультурного простору та викликів цифрової трансформації.

Формування привабливого іміджу бібліотек у молодіжному середовищі потребує постійної адаптації до змін у цифрових технологіях, поведінці й комунікації молодого покоління. Лише інноваційний і творчий підхід, готовність до експериментів дозволять бібліотекам зберегти свою актуальність і продовжити виконувати важливу роль у формуванні культури й інтелектуального розвитку суспільства.

## СПИСОК ПОСИЛАНЬ

Бріксанов, В., 2024. 10 ключових кроків до створення сильного бренду. *Brander*, [online] 04 жовтня. Доступно: <<https://brander.ua/blog/10-klyuchovykh-krokov-do-stvorennya-sylnoho-brendu>> [Дата звернення 18 січня 2026].

Вовк, Н., 2024. Роль івент-менеджменту як бібліотечної інновації в підвищенні привабливості публічних бібліотек: аналіз тенденцій та успішних практик. *Вісник Книжкової палати*, [e-journal] 7, с.32-38. [https://doi.org/10.36273/2076-9555.2024.7\(336\).32-38](https://doi.org/10.36273/2076-9555.2024.7(336).32-38)

Горбань, Ю., Касьян, В. та Гайсинюк, Н., 2025. Формування іміджу бібліотеки закладу вищої освіти в цифрову епоху. *Український журнал з бібліотекознавства та інформаційних наук*, [e-journal] 15, с.68-81. <https://doi.org/10.31866/2616-7654.15.2025.335075>

Державна бібліотека України для юнацтва, б.д.-а. *Головна*. [online] Доступно: <<http://4uth.gov.ua/>> [Дата звернення 18 січня 2026].

Державна бібліотека України для юнацтва, б.д.-б. [Facebook]. Доступно: <<https://www.facebook.com/4uth.gov.ua>> [Дата звернення 18 січня 2026].

Загуменна, В., 2024. Перспективи застосування імерсивних технологій у діяльності бібліотек України. *Український журнал з бібліотекознавства та інформаційних наук*, [e-journal] 14, с.66-75. <https://doi.org/10.31866/2616-7654.14.2024.318314>

Київська молодіжна бібліотека, б.д.-а. *Головна*. [online] Доступно: <<https://msmb.org.ua/>> [Дата звернення 18 січня 2026].

Київська молодіжна бібліотека, б.д.-б. [Facebook]. Доступно: <<https://www.facebook.com/MSMB.lib>> [Дата звернення 18 січня 2026].

Кот, О.В., 2019. Бібліотека об'єднує молодь: нові форми і методи роботи. В: *Бібліотека в системі соціалізації особистості та соціального розвитку громад*. Матеріали обласної науково-практичної конференції, м. Хмельницький, 25 вересня 2019 р. Хмельницький: Стрихар А.М., с.175-180.

- Маринич, Т.О., 2020. Бібліотеки у цифровому середовищі: виклики та можливості. In: *University Library at a new stage of social communications development*. V International scientific and practical conference, Dnipro, Ukraine, October 8–9, 2020 p. [online]. Dnipro: Ukrainian State University of Science and Technologies. Available at: <[http://conflib.diit.edu.ua/Conf\\_univ\\_Library2020/paper/viewFile/22325/11406](http://conflib.diit.edu.ua/Conf_univ_Library2020/paper/viewFile/22325/11406)> [Accessed 18 January 2026].
- Хрущ, С., 2022. Використання технологій доповненої реальності в сучасних медіатеках. *Цифрова платформа: інформаційні технології в соціокультурній сфері*, [e-journal] 5 (1), с.144-150. <https://doi.org/10.31866/2617-796X.5.1.2022.261298>
- Helsinki Central Library Oodi, n.d. *Home*. [online] Available at: <<https://oodihelsinki.fi/en/>> [Accessed 18 January 2026].
- National Library Board Singapore, 2024. *New Children's Biodiversity Library to Open in January 2024*, [online] 2 February. Available at: <<https://www.nlb.gov.sg/main/about-us/press-room-and-publications/media-releases/2023/New-Childrens-Biodiversity-Library-to-Open-in-January-2024>> [Accessed 18 January 2026].
- National Library Board Singapore, 2025. *Programmes for Children and Teens*, [online] 27 February. Available at: <<https://www.nlb.gov.sg/main/whats-on/events/ChildrenAndTeens>> [Accessed 18 January 2026].

## REFERENCES

- Briksanov, V., 2024. 10 ključovykh krokiv do stvorennia sylnoho brendu [10 key steps to creating a strong brand]. *Brander*, [online] 04 October. Available at: <<https://brander.ua/blog/10-ključovykh-krokv-do-stvorennia-sylnoho-brendu>> [Accessed 18 January 2026].
- Helsinki Central Library Oodi, n.d. *Home*. [online] Available at: <<https://oodihelsinki.fi/en/>> [Accessed 18 January 2026].
- Horban, Yu., Kasian, V. and Haisyniuk, N., 2025. Formuvannia imidzhu biblioteki zakladu vyshchoi osvity v tsyfrovu epokhu [Formation of a Library Image of a Higher Education Institution in the Digital Epoch]. *Ukrainian Journal on Library and Information Science*, [e-journal] 15, pp.68-81. <https://doi.org/10.31866/2616-7654.15.2025.335075>
- Khrushch, S., 2022. Vykorystannia tekhnolohii dopovnenoi realnosti v suchasnykh mediatekakh [Use of Augmented Reality Technologies in Modern Media Libraries]. *Digital Platform: Information Technologies in Sociocultural Sphere*, [e-journal] 5 (1), pp.144-150. <https://doi.org/10.31866/2617-796X.5.1.2022.261298>
- Kot, O.V., 2019. Biblioteka obiednuie molod: novi formy i metody roboty [The library unites young people: new forms and methods of work]. In: *Biblioteka v systemi sotsializatsii osobystosti ta sotsialnoho rozvytku hromad* [Library in the system of individual socialization and social development of communities]. Materials of the regional scientific and practical conference, Khmelnytskyi, September 25, 2019. Khmelnytskyi: Strykhar A.M., pp.175-180.
- Kyivska molodizhna biblioteka, n.d.-a. *Holovna* [Home]. [online] Available at: <<https://msmb.org.ua/>> [Accessed 18 January 2026].
- Kyivska molodizhna biblioteka, n.d.-b. [Facebook]. Available at: <<https://www.facebook.com/MSMB.lib>> [Accessed 18 January 2026].
- Marynych, T.O., 2020. Biblioteki u tsyfrovomu seredovishchi: vyklyky ta mozhlyvosti [Libraries in the digital environment: challenges and opportunities]. In: *University Library at a new stage of social communications development*. V International scientific and practical conference, Dnipro, Ukraine, October 8–9, 2020 r. [online]. Dnipro: Ukrainian State University of Science

and Technologies. Available at: <[http://conflib.diit.edu.ua/Conf\\_univ\\_Library2020/paper/viewFile/22325/11406](http://conflib.diit.edu.ua/Conf_univ_Library2020/paper/viewFile/22325/11406)> [Accessed 18 January 2026].

National Library Board Singapore, 2024. *New children's biodiversity library to open in January 2024*, [online] 02 February. Available at: <<https://www.nlb.gov.sg/main/about-us/press-room-and-publications/media-releases/2023/New-Childrens-Biodiversity-Library-to-Open-in-January-2024>> [Accessed 18 January 2026].

National Library Board Singapore, 2025. *Programmes for children and teens*, [online] 27 February. Available at: <<https://www.nlb.gov.sg/main/whats-on/events/ChildrenAndTeens>> [Accessed 18 January 2026].

State Library of Ukraine for Youth, n.d.-a. *Holovna* [Home]. [online] Available at: <<http://4uth.gov.ua/>> [Accessed 18 January 2026].

State Library of Ukraine for Youth, n.d.-b. [Facebook]. Available at: <<https://www.facebook.com/4uth.gov.ua>> [Accessed 18 January 2026].

Vovk, N., 2024. Rol event-menedzhmentu yak bibliotechnoi innovatsii v pidvyshchenni pryvabyvosti publichnykh bibliotek: analiz tendentsii ta uspishnykh praktyk [The role of event management as a library innovation in increasing the attractiveness of public libraries: analysis of trends and successful practices]. *Bulletin of the Book Chamber*, [e-journal] 7, pp.32-38. [https://doi.org/10.36273/2076-9555.2024.7\(336\).32-38](https://doi.org/10.36273/2076-9555.2024.7(336).32-38)

Zahumenna, V., 2024. Perspektyvy zastosuvannya imersyvnnykh tekhnolohii u diialnosti bibliotek Ukrainy [Prospects of Applying Immersive Technologies in the Activities of Ukrainian Libraries]. *Ukrainian Journal on Library and Information Science*, [e-journal] 14, pp.66-75. <https://doi.org/10.31866/2616-7654.14.2024.318314>

**UDC 02:17.022.1:316.346.32-053.6]:004.77**

**Oleh Hryshko,**

*PhD Student,*

*Kyiv National University of Culture and Arts*

*Kyiv, Ukraine*

*gelo@ukr.net*

*<https://orcid.org/0009-0005-7780-4343>*

## **TECHNOLOGIES FOR FORMING THE IMAGE OF LIBRARIES IN THE YOUTH ENVIRONMENT: CURRENT TENDENCIES AND PERSPECTIVES**

**The purpose of this research** is to identify effective technologies aimed at creating an attractive image of libraries for the younger generation.

**The research methodology** grounds on the systematic approach and involves the use of a comparative method in order to analyse foreign and Ukrainian experience in the work of public libraries, as well as content analysis to identify the characteristics of contemporary library practice.

**Scientific novelty.** Modern trends in shaping the image of foreign and Ukrainian libraries among young people have been identified, and the main trends in their activities and digital technologies have been clarified, the use of which in library practice corresponds to the interests, needs and expectations of the youth audience.

**Conclusions.** This study shows that the successful formation of a library's image in the youth environment requires a combination of traditional library services and the introduction of innovative technologies. The key tendencies in shaping the image of libraries among young people are: active use of social networks and other digital platforms, introduction of virtual and augmented reality technologies, chatbots, use of artificial intelligence, gamification of library services, as well as the creation of co-working and creative spaces in libraries. Promising areas for the development of public libraries include the formation of a clear image strategy, the activation of creative and educational activities, and the use of regular image monitoring through surveys and analysis of user activity in the digital environment. It is emphasised that libraries should not only meet information needs, but also adapt their services to the communication and behaviour patterns of the younger generation, thereby creating a modern image.

**Keywords:** library image; youth; digital technologies; social networks; innovations; library services; multifunctional space.

Надійшла 23.11.2025

Прийнята 09.03.2026

Стаття була вперше опублікована онлайн 29.05.2026



This is an open access journal, and all published articles are licensed under a Creative Commons Attribution 4.0.