

УДК 021.7:316.663:[005.336.6:316.422:004]:021(477)"20"
DOI: 10.31866/2616-7654.16.2025.348068

ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ СУЧАСНОЇ БІБЛІОТЕКИ В УКРАЇНІ: ЧИННИКИ, ФУНКЦІЇ, МЕДІАКОНТЕНТ

Олександр Янчуков,
аспірант,
Київський національний університет
культури і мистецтв
(Київ, Україна)
e-mail: aleksandr943@ukr.net
ORCID ID: 0009-0009-5729-1017

Для цитування:

Янчуков, О. (2025). Формування позитивного іміджу сучасної бібліотеки в Україні: чинники, функції, медіаконтент. *Український журнал з бібліотекознавства та інформаційних наук*, 16, 87–96. <https://doi.org/10.31866/2616-7654.16.2025.348068>

Метою статті є з'ясування внутрішніх і зовнішніх чинників формування позитивного іміджу сучасної бібліотеки в Україні, окреслення його функцій та принципів, а також визначення ролі медіаконтенту як інноваційного засобу підвищення престижу бібліотечного інституту.

Методи дослідження. Стаття ґрунтується на комплексі підходів наукового пізнання, зокрема принципах об'єктивності, взаємозв'язку теорії та практики, єдності досліджуваних процесів із сучасними соціокультурними умовами. Для досягнення поставленої мети застосовано методи аналізу, когнітивний, структурно-функціональний, описовий та синтезу.

Наукова новизна. У статті обґрунтовано необхідність формування позитивного іміджу бібліотек на основі активного використання потенціалу бібліотечного колективу, застосування PR-інструментів, створення якісного медіаконтенту та забезпечення постійної комунікації з користувачами.

Основні висновки. З'ясовано, що дослідження формування іміджу українськими бібліотеками перебуває у центрі уваги науковців, оскільки воно відіграє важливу роль в ефективному функціонуванні книгозбірень, їхньої затребуваності суспільством. Визначено, що імідж бібліотеки – це фактор, який відіграє важливу роль в оцінці ефективності книгозбірні та є наслідком управлінських дій менеджменту, що виражається через сприйняття як користувачів, так і самих працівників бібліотеки. Носієм іміджу може виступати бібліотека як соціальний інститут, бібліотекар як представник цього інституту, бібліотечний сервіс або бібліотечний продукт.

Доведено, що формування ефективного іміджу бібліотеки – це результат продуманої політики бібліотеки, що включає уміле використання потенціалу колективу, залучення PR-інструментів, створення позитивного бібліотечного контенту, постійну комунікацію із користувачами. З'ясовано, що якісний медіаконтент є хорошим засобом залучення ширшої аудиторії користувачів, виступає дійовим інструментом бібліотечного маркетингу, котрий сприяє розповсюдженню інформації про бібліотеку, її продукти і сервіси, заходи, проекти та програми, слугує рекламою для книгозбірні, є креативним доповненням її офіційного вебсайту і сторінок у соціальних мережах.

Ключові слова: бібліотека, бібліотечний медіаконтент, імідж, контент, користувач, якість обслуговування, зв'язки із громадськістю.

ВСТУП

Актуальність вивчення іміджу бібліотеки, його формування та підтримки визначається посиленням впливу бібліотечного інституту на суспільні процеси, що набуває особливого значення у контексті довготривалої російсько-української війни.

Передумовою розбудови і успішного функціонування будь-якої бібліотеки є створений нею імідж у суспільстві. Сьогодні це важливий елемент залучення більшої кількості користувачів і, як наслідок, збільшення авторитету, впливовості та головне – фінансування, адже це одна із провідних цілей. Створення стабільного позитивного іміджу є підтвердженням того, що установа володіє всіма складниками успіху: фахове керівництво, підготовлений персонал та бажання і здатність до позитивних змін. При цьому, на наше переконання, технічне і технологічне забезпечення та сформований бібліотечно-інформаційний ресурс виступають менш важливими.

У сучасних умовах позитивний імідж є надзвичайно важливим фактором конкурентоспроможності бібліотеки. Недостатня увага до його формування і управління з боку бібліотечної спільноти істотно зменшує можливості успішного функціонування української бібліотечної галузі.

ТЕОРЕТИЧНЕ ПІДґРУНТЯ

На сучасному етапі розвитку бібліотекознавчої науки питання формування іміджу бібліотеки є предметом уваги багатьох українських дослідників, адже проблематиці присвячені праці В. Білоус, Н. Гайсинюк, Ю. Горбаня, О. Гришка, В. Касьяна, О. Красинського, І. Крохмаль, М. Маранчака, О. Мацей, Н. Пилипенко, Т. Проценко, Ж. Самохіної та інших. У науковій статті Ю. Горбаня, В. Касьяна та Н. Гайсинюк (2025) підкреслюється, що позитивний імідж бібліотеки стрімко трансформується із бажаного компонента бібліотечної діяльності у ключовий нематеріальний актив, який виступає стратегічним ресурсом сучасної бібліотеки. На думку О. Мацей (2013), завдання зі створення позитивного образу бібліотеки мають бути зорієнтовані на інтереси користувачів, що передбачає підвищення якості обслуговування, оптимізацію бібліотечних ресурсів та зростання професіоналізму працівників бібліотеки. О. Гришко (2025) акцентує, що сучасний імідж бібліотеки формується внаслідок її трансформації у багатофункціональний простір, у якому поєднуються традиційні бібліотечні функції з інноваційними формами діяльності.

Т. Проценко (2013) акцентує увагу на тому, що для досягнення успіху бібліотеки як соціально значущої інституції потрібно, щоб вона стала місцем зустрічі влади і громади, тобто сприймалася як установа, котра сприяє стабільності у суспільстві. Н. Пилипенко (2015) зазначає, що бібліотекарям потрібно вчитися сповна використовувати новітні сервіси та обертати на свою користь ті можливості, які сьогодні відкривають соціальні медіа, бути вже тепер готовими до нових тенденцій у комунікації з користувачами, які з кожним роком удосконалюються.

Формування та підтримка позитивного іміджу здатні підвищити не лише конкурентоспроможність бібліотеки, а й престиж професії бібліотекаря у суспільстві, встановлювати і розширювати партнерські зв'язки, залучати додаткове фінансування (Крохмаль, 2022). Компонентами формування іміджу сучасної бібліотеки мають стати: професійна етика бібліотекаря, реклама бібліотечних послуг і сервісів, авторитетний вебсайт, тісні зв'язки із громадськістю, комфортне приміщення

самої книгозбірні (Самохіна, б.д.). Робота над іміджем бібліотеки – це копіткий і систематичний процес, який не дає миттєвий результат, а лише демонструє, що книгозбірня працює над своєю стратегією і думає про своє майбутнє (Білоус, 2012).

Перспективою розвитку бібліотек і підвищення їхнього іміджу в суспільстві О. Красинський (2025) вважає трансформацію бібліотек в інклюзивні простори, орієнтовані на забезпечення рівного доступу до ресурсів для всіх категорій користувачів. У своїй праці він аргументує, що в умовах цифровізації та освітньої трансформації роль бібліотеки варто переглянути: вона повинна стати не лише місцем зберігання інформації, але й середовищем активної взаємодії, освітньої та культурної інклюзії. Таким чином, згідно із Красинським, формування позитивного іміджу сучасної бібліотеки в Україні має невіддільно поєднуватися з її трансформацією в інклюзивні, технологічно забезпечені та освітньо орієнтовані простори, де всі категорії користувачів мають рівний доступ до ресурсів і послуг.

Отже, сучасні наукові публікації репрезентують широкий спектр теоретичних і прикладних досліджень, що охоплюють концептуальні, технологічні та соціальні аспекти формування іміджу сучасної бібліотеки. Ці напрацювання створюють наукове підґрунтя для розуміння самими бібліотекарями своєї місії у суспільстві, розроблення стратегії формування престижу професії у суспільстві та підвищення іміджу бібліотеки як надійної та авторитетної інституції. Але, незважаючи на значні досягнення бібліотечної теорії і практики щодо формування іміджу бібліотек, є питання, які досі залишаються предметом дискусій і обговорень, зокрема про складники, принципи і задачі, які потребують вирішення у складних умовах соціальних перетворень.

Метою статті є з'ясування внутрішніх і зовнішніх чинників формування позитивного іміджу сучасної бібліотеки в Україні, окреслення його функцій та принципів, а також визначення ролі медіаконтенту як інноваційного засобу підвищення престижу бібліотечного інституту.

МЕТОДИ ТА МАТЕРІАЛИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Методологічну основу статті сформував комплекс підходів наукового пізнання (об'єктивності, зв'язку теорії і практики), принципу єдності взаємозв'язку із сучасними умовами формування ефективного іміджу бібліотеки та методів (аналізу, когнітивного, описового, синтезу, функціонально-діяльнісного). Методологічними засадами є соціокомунікативний, системно-діяльнісний, інформаційний підходи, що уможливило сучасне осмислення підвищення іміджу українських бібліотек.

Необхідність досягнення мети статті зумовило також використання загальнонаукових методів, зокрема аналізу опублікованих документів задля вивчення актуальних питань формування власного позитивного іміджу бібліотеками України. Застосовані джерелознавчий пошук та аналіз профільних публікацій дозволили з'ясувати стан цієї проблеми на сучасному етапі.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

У сучасних умовах випробувань, які переживає Україна, важливе місце у функціонуванні бібліотек та їхньому подальшому розвитку на інформаційному ринку посідає формування позитивного іміджу. Бібліотеки, які розвиваються і працю-

ють на своє позитивне «обличчя», відводять вагому частку своїх зусиль саме на формування іміджу в короткостроковій та довгостроковій перспективах.

Під поняттям «імідж бібліотеки» ми розуміємо уявлення про книгозбірню, її репутацію, що цілеспрямовано формується у суспільстві загалом та конкретним користувачем за допомогою реклами, засобів масової інформації, створюваного бібліотеками медіаконтенту, PR-акцій тощо. Ми погоджуємося із твердженням М. Маранчака (2021), що «престиж та імідж бібліотеки не в останню чергу залежить від рівня та комфортності бібліотечно-інформаційного обслуговування» (с. 60). Необхідність постійного вдосконалення бібліотечної діяльності задля формування і підтримки позитивного іміджу бібліотеки – це вже вимога часу. Адже сучасний користувач потребує і зручного сервісу обслуговування, і налагодженого цифрового підходу щодо комунікації, і якісного контенту.

Отже, єдиного усталеного поняття «імідж бібліотеки» в українському бібліотекознавстві досі не вироблено. Кожен із науковців розкриває певний аспект цього поняття. Ми пропонуємо таке визначення: *імідж бібліотеки* – це комплексний чинник, що суттєво впливає на оцінку ефективності діяльності бібліотеки та формується як результат управлінських рішень менеджменту, відображаючись у сприйнятті як користувачів, так і працівників установ. Носієм іміджу може виступати бібліотека як соціальний інститут, бібліотекар як представник цього інституту, бібліотечний сервіс або бібліотечний продукт.

Імідж може бути позитивним або негативним. Але між цими протилежностями лежить різноманітність підходів, принципів, якостей тощо. Розглядаючи імідж як певну абстракцію, можемо виділити певні характеристики ефективного іміджу бібліотеки, які представимо на рис. 1.

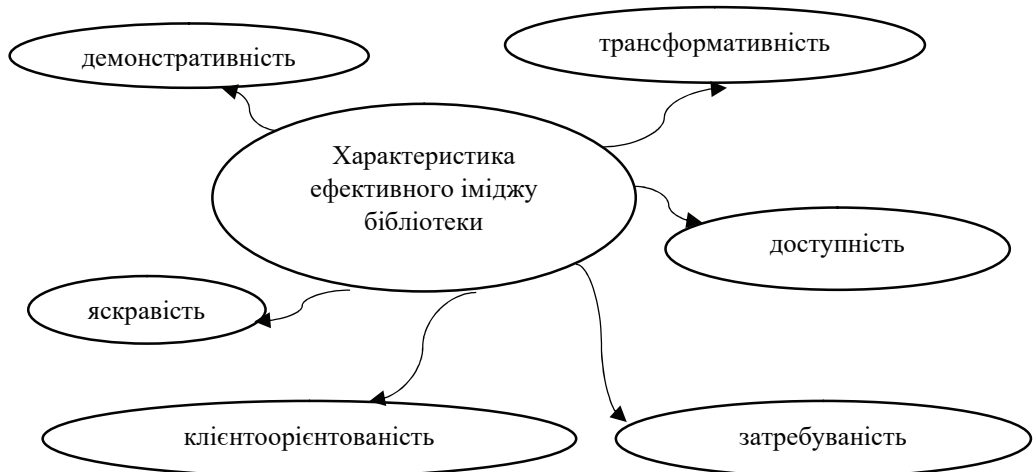


Рис. 1. Характеристика ефективного іміджу бібліотеки
Джерело: розроблено автором

Зазначимо, що імідж бібліотеки має певне функціональне навантаження, зокрема виконує:

1) Демонстративну функцію – позиціонування бібліотеки у суспільстві як соціального інституту. Зазначимо, що усвідомлення своєї місії у суспільстві допомагає бібліотеці у самовизначенні та піднятті самооцінки, а також в утриманні балансу між місією та потребами потенційних користувачів. Успіх залежатиме від чіткості визначених цілей і задач із погляду потреб користувачів. Тим самим поступово буде створюватися корпоративний імідж бібліотек як найсоціального інституту в державі.

2) Функцію стимуляції – постійна взаємодія з користувачами за допомогою різноманітних каналів комунікації, тобто спонукання користувача до дій.

3) Адаптивну функцію – забезпечення «м'якого» входження бібліотеки у певне суспільне середовище (громаду).

4) PR – привернення уваги до бібліотеки з метою залучення як потенційних користувачів, так і збільшення своєї присутності у громаді та впливу на неї.

Таким чином, виділивши основні функції іміджу бібліотеки, можна сформувати структуру іміджу книгозбірні, яка представлена на рис. 2.

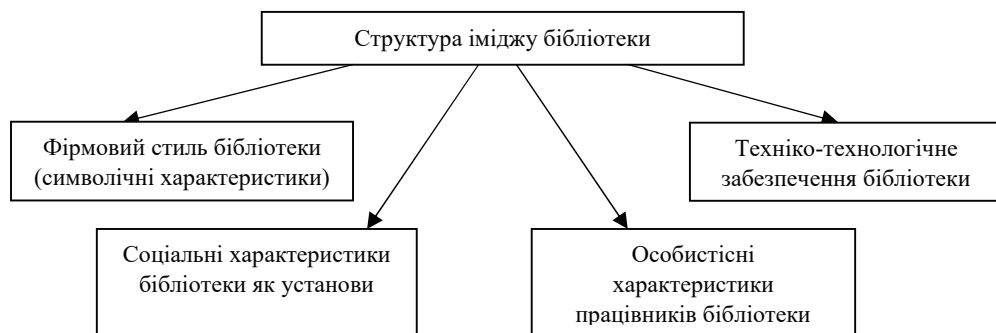


Рис. 2. Структура іміджу бібліотеки

Джерело: розроблено автором

Отже, формування ефективного іміджу – це результат продуманої політики бібліотеки, що включає уміле використання потенціалу колективу, залучення PR-інструментів, створення позитивного бібліотечного контенту, постійну комунікацію із користувачами тощо. Усе це допомагає книгозбірні у досягненні поставлених цілей.

Але треба зазначити, що спеціально розроблена іміджева стратегія може не збігатися з тим іміджем, який уже склався у користувачів і громади у різні моменти функціонування книгозбірні. Саме тому, якщо ретельно створений імідж успішно працює на бібліотеку і виконує на повну свою функцію, надзвичайно важливо підтримувати його постійно на високому рівні, приділяючи увагу як змінам запитів користувачів, так і взагалі внутрішньому і зовнішньому середовищу. Можемо виділити такі чинники внутрішнього середовища бібліотеки, котрі впливають на її імідж:

- зовнішній вигляд працівників;
- мотивація колективу;
- політика бібліотеки щодо організації навчання та підвищення кваліфікації персоналу;
- соціально-психологічний клімат у колективі;
- політика керівництва бібліотеки щодо створення системи заохочень для працівників (кар'єрне зростання, преміювання тощо).

На імідж бібліотеки також впливають чинники зовнішнього середовища:

- дизайн приміщення книгозбірні;
- зручність розташування і доступність самої будівлі бібліотеки;
- змістове наповнення офіційного сайту бібліотеки та належна підтримка бібліотечних сторінок у соціальних мережах;
- організація та участь у благодійних заходах і акціях;
- реклама бібліотеки за допомогою всіх доступних засобів та у зручних форматах;
- якість сформованих ресурсів;
- постійне впровадження нових сервісів та розширення традиційних послуг;
- налагоджена комунікація як із користувачами, так і з місцевими органами та громадськими організаціями.

Отже, як справедливо зазначає І. Крохмаль (2022), створення ефективного і позитивного іміджу вимагає від бібліотеки комплексного впровадження всіх складників.

Медіаконтент, над створенням якого нині працюють українські бібліотеки, також підвищує їхній імідж у суспільстві. Книгозбірні використовують різноманітні соціальні сервіси як зручні засоби «неформальної комунікації та способи мотивації розвитку професійної сфери, що реалізуються у різних формах» (Мар'їна, 2012, с. 20). Якісний медіаконтент є хорошим засобом залучення ширшої аудиторії користувачів, виступає дійовим інструментом бібліотечного маркетингу, котрий сприяє розповсюдженню інформації про бібліотеку, її продукти і сервіси, заходи, проекти та програми тощо. Медіаконтент також слугує рекламою для книгозбірні, є креативним доповненням її офіційного вебсайту та сторінок у соціальних мережах.

До прикладу, ресурс «Бібліотечний медіаконтент», котрий створює бібліотека Приватного вищого навчального закладу «Харківський міжнародний медичний університет», містить віртуальні виставки, мистецькі портрети, лонгріди, виставки-вернісажі, бібліомікси та відеофільми про видатних людей (*Бібліотечний медіаконтент*, б.д.). Зазначимо, ця книгозбірня стала лауреатом Всеукраїнського конкурсу «Бібліотека року 2024», який щорічно організовує Українська бібліотечна асоціація до Всеукраїнського дня бібліотек. У номінації «Малі бібліотеки» переміг проєкт «Використання генеративних нейромереж та штучного інтелекту для створення бібліотечного контенту», що стало підтвердженням зусиль бібліотеки щодо впровадження сучасних технологій для покращення інформаційних послуг, розширення доступу до знань, впровадження інноваційних продуктів для користувачів.

На ресурсі «Бібліотечний медіаконтент» опубліковано 42 ролика. Це мотиваційні відео про книги, які змінюють уявлення та надихають не здаватися. Найбільше створено роликів «Віртуальна виставка» – 16, які присвячені певній тематиці. Наприклад:

- віртуальні виставки: «Сила жити. 12 історій боротьби та надії до Всесвітнього дня боротьби із раком»; «Людина у спектрі. Аутизм – це не вирок»; «До Дня Незалежності України»; «Літературний стетоскоп. До Дня медичних працівників»; «Скажи мені, люба. До Всеукраїнського дня психолога і Всесвітнього дня книги та авторського права»; «Періодика. Дайджест нових надходжень» та ін.;
- відеоролики, присвячені визначним подіям і датам: «Бібліотека – серце університету. До Всеукраїнського дня бібліотек»; «Вірш Тараса Шевченка. До дня народження Тараса Шевченка»; «Неспійманий світом. До 300-річчя Григорія Сковороди» та ін.;

– буктрейлери: «Книга, що змінила мільйони. Чоловік на ім'я Уве»; «Колонія. Нові темні віки. Ч. 1. Буктрейлер до книги Макса Кідрука»; «Рустем Халіл. Часу немає» та ін.;

– флешмоби: «З Україною в серці. До Дня Державного Прапора та Дня Незалежності України»; «Наш генетичний код. До Дня вишиванки»; «Читаємо. Мріємо. Гуртуємося. До Всеукраїнського дня бібліотек» та ін.;

– віртуальні портрети: «Андреас Везалій – батько сучасної анатомії. До Всесвітнього дня анатомії»; «Душа України. Мистецький портрет до дня народження Ліни Костенко»; «Оксана Забужко» та ін.;

– мотиваційні відео: «Цитати психолога, що розкривають реальність. До Всеукраїнського дня психолога»; «Пухнасті воїни від Маріанни Пашук»; «Луї Брайль. Винахідник рельєфно-крапкового шрифту для сліпих» та ін.

Зауважимо, що бібліотекарі Харківського міжнародного медичного університету використовують досить новий жанр для бібліотечного вебконтенту – лонгрід, що являє собою глибоко розкриту тему, яка доповнена мультимедійним елементом для створення цілісної історії (*Що таке лонгрід*, 2019). Отже, це не просто велика стаття, а інтерактивна розповідь, яка надає максимум інформації із певної теми. Прикладом бібліотечного лонгріду є ролик «Українська державність: шлях крізь віки» до Дня Української державності (ПВНЗ «Харківський міжнародний медичний університет», б.д.).

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження надає підстави стверджувати, що формування позитивного іміджу посідає нині важливе місце у функціонуванні бібліотек та визначає перспективи їхнього розвитку на сучасному інформаційному ринку. Під *«іміджем бібліотеки»* нами пропонується розуміти інтегральний чинник, який суттєво впливає на оцінку ефективності діяльності бібліотеки та є результатом цілеспрямованих управлінських рішень, відображених у сприйнятті як користувачів, так і самих працівників бібліотеки. Носіями іміджу виступають бібліотека як соціальний інститут, бібліотекар як його представник, а також бібліотечні сервіси і продукти.

Виділено ключові характеристики ефективного іміджу бібліотеки: демонстративність, трансформативність, виразність, доступність, клієнтоорієнтованість та затребуваність. Визначено основні функції іміджу: демонстративну, стимулятивну, адаптивну та PR-функцію. Формування позитивного іміджу є наслідком продуманої стратегії бібліотеки, що передбачає раціональне використання потенціалу колективу, активне залучення PR-інструментів, створення якісного бібліотечного контенту та підтримання постійної комунікації з користувачами.

Окрему роль у цьому процесі відіграє медіаконтент, який виступає дійовим інструментом бібліотечного маркетингу, сприяє поширенню інформації про бібліотеку, її ресурси, сервіси, заходи, проекти і програми. Якісний та креативний медіаконтент не лише приваблює широку аудиторію користувачів, але й виконує функцію реклами бібліотеки, органічно доповнюючи її офіційний вебсайт і сторінки у соціальних мережах.

Перспективи подальших наукових студій полягають у вивченні бібліотечного медіаконтенту як важливого ресурсу стратегічного зміцнення іміджу бібліотечного інституту.

СПИСОК БІБЛІОГРАФІЧНИХ ПОСИЛАНЬ

- Бібліотечний медіаконтент*. (б.д.). KHIMU Library. Взято 29 серпня 2025 з <https://media-content-libr-khimu.tilda.ws/home>
- Білоус, В. С. (2012, 15–16 березня). Престиж і привабливість бібліотечної професії та бібліотеки вищого навчального закладу. В *Бібліотека та сучасні тенденції в інформаційному забезпеченні освітньої, науково-дослідної та інноваційної діяльності вищих навчальних закладів* [Матеріали конференції] (с. 79–93). Хмельницький національний університет. https://library.vspu.edu.ua/inform/vidanna_bibliot/statti/bilous_imidj.pdf
- Горбань, Ю., Касьян, В., & Гайсинюк, Н. (2025). Формування іміджу бібліотеки закладу вищої освіти в цифрову епоху. *Український журнал з бібліотекознавства та інформаційних наук*, 15, 68–81. <https://doi.org/10.31866/2616-7654.15.2025.335075>
- Гришко, О. (2025). Формування іміджу бібліотеки в молодіжному середовищі: український та світовий досвід. *Український журнал з бібліотекознавства та інформаційних наук*, 15, 164–174. <https://doi.org/10.31866/2616-7654.15.2025.335088>
- Красинський, О. Д. (2025). Трансформація ролі бібліотек у цифровому освітньому середовищі. *Вісник Харківської державної академії культури*, 67, 138–153. <https://doi.org/10.31516/2410-5333.067.10>
- Крохмаль, І. М. (2022). Імідж сучасної бібліотеки. В *ЛОГОС: Theoretical and empirical scientific research: Concept and trends* [Матеріали конференції] (с. 174–175). European Scientific Platform. <https://doi.org/10.36074/logos-14.10.2022.54>
- Маранчак, М. М. (2021). Онлайн-репутація бібліотеки в період пандемії COVID-19. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*, 3, 58–63. <https://doi.org/10.32461/2409-9805.3.2021.244717>
- Мар'їна, О. (2012). Бібліотеки та соціальні медіа: технологія взаємодії. *Вісник Книжкової палати*, 8, 19–21.
- Мацей, О. О. (2013). Імідж бібліотеки навчального закладу в сучасних умовах (на прикладі НБ ХНУ). В О. Б. Айвазян (Ред.), *Бібліотека в освітньому просторі. Імідж книгозбірні та бібліотечного працівника в сучасному суспільстві* [Інформаційний бюлетень] (№ 15). Хмельницький національний університет. https://lib.khmnu.edu.ua/about_library/naukova_robota/2013/mac_imi1.htm
- Пилипенко, Н. В. (2015, 10–11 вересня). Формування іміджу бібліотеки за допомогою соціальних медіа. В *Сучасні проблеми діяльності бібліотеки в умовах інформаційного суспільства* [Матеріали конференції] (с. 74–78). Видавництво Львівської політехніки. <https://core.ac.uk/download/pdf/132414137.pdf>
- Проценко, Т. (2013). Формування іміджу сучасної бібліотеки. *Бібліотечна планета*, 3, 10–12.
- Самохіна, Ж. В. (б.д.). *Створення іміджу сучасної бібліотеки*. Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського. Взято 2 серпня 2025 з <http://www.nbuv.gov.ua/sites/default/files/msd/1111sam.pdf>
- ПВНЗ «Харківський міжнародний медичний університет». (б.д.). *Українська державність: шлях крізь віки*. Взято 29 серпня 2025 з <https://media-content-libr-khimu.tilda.ws/day-ukr>
- Що таке лонгрід (Longread)?* (2019, 12 листопада). KEBETA. https://kebeta.agency/article/chto_takoe_longrid_longread

REFERENCES

- Bibliotechnyi mediakontent* [Library media content]. (n.d.). KHIMU Library. Retrieved August 29, 2025, from <https://media-content-libr-khimu.tilda.ws/home> [in Ukrainian].

- Bilous, V. S. (2012, March 15–16). Prestyzh i pryvablyvist bibliotechnoi profesii ta biblioteky vyshchoho navchalnogo zakladu [Prestige and attractiveness of the library profession and the library of a higher educational institution]. In *Biblioteka ta suchasni tendentsii v informatsiinomu zabezpechenni osvithoi, naukovo-doslidnoi ta innovatsiinai diialnosti vyshchykh navchalnykh zakladiv* [Library and modern trends in information support for educational, research and innovative activities of higher educational institutions] [Conference proceedings] (pp. 79–93). Khmelnytskyi National University. https://library.vspu.edu.ua/inform/vidanna_bibliot/statyi/bilous_imidj.pdf [in Ukrainian].
- Horban, Yu., Kasian, V., & Haisnyiuk, N. (2025). Formuvannia imidzhu biblioteky zakladu vyshchoi osvity v tsyfrovi epokhu [Formation of a library image of a higher education institution in the digital epoch]. *Ukrainian Journal on Library and Information Science*, 15, 68–81. <https://doi.org/10.31866/2616-7654.15.2025.335075> [in Ukrainian].
- Hryshko, O. (2025). Formuvannia imidzhu biblioteky v molodizhnomu seredovyshchi: ukrainskyi ta svitovy dosvid [Forming library image in youth environment: Ukrainian and world experience]. *Ukrainian Journal on Library and Information Science*, 15, 164–174. <https://doi.org/10.31866/2616-7654.15.2025.335088> [in Ukrainian].
- Krasynskyi, O. D. (2025). Transformatsiia roli bibliotek u tsyfrovomu osvithnomu seredovyshchi [Transformation of the role of libraries in the digital educational environment]. *Visnyk of Kharkiv State Academy of Culture*, 67, 138–153. <https://doi.org/10.31516/2410-5333.067.10> [in Ukrainian].
- Krokhmal, I. M. (2022). Imidzh suchasnoi biblioteky [The image of the modern library]. In *ΑΙΟΓΟΣ: Theoretical and empirical scientific research: Concept and trends* [Conference proceedings] (pp. 174–175). European Scientific Platform. <https://doi.org/10.36074/logos-14.10.2022.54> [in Ukrainian].
- Maranchak, M. M. (2021). Onlain-reputatsiia biblioteky v period pandemii COVID-19 [Online reputation of library in terms of COVID-19 pandemic]. *Library science. Record Studies. Informology*, 3, 58–63. <https://doi.org/10.32461/2409-9805.3.2021.244717> [in Ukrainian].
- Marina, O. (2012). Biblioteky ta sotsialni media: tekhnolohiia vzaiemodii [Libraries and social media: Interaction technology]. *Bulletin of the Book Chamber*, 8, 19–21 [in Ukrainian].
- Matsei, O. O. (2013). Imidzh biblioteky navchalnogo zakladu v suchasnykh umovakh (na prykladni NB KhNU) [The image of an educational institution's library in modern conditions (on the example of the National Library of KhNU)]. In O. B. Aivazian (Ed.), *Biblioteka v osvithnomu prostori. Imidzh knyhozhbirni ta bibliotechnoi pratsivnyka v suchasnomu suspilstvi* [Library in educational space. The image of the library and library worker in modern society] [Fact sheet] (No. 15). Khmelnytskyi National University. https://lib.khmnu.edu.ua/about_library/naukova_robota/2013/mac_imi1.htm [in Ukrainian].
- Private Institution of Higher Education "Kharkiv International Medical University". (n.d.). *Ukrainska derzhavnist: shliakh kriz viky* [Ukrainian statehood: A path through the ages]. Retrieved August 29, 2025, from <https://media-content-libr-khimu.tilda.ws/day-ukr> [in Ukrainian].
- Protsenko, T. (2013). Formuvannia imidzhu suchasnoi biblioteky [Formation of the image of a modern library]. *Bibliotechna planeta*, 3, 10–12 [in Ukrainian].
- Pylypenko, N. V. (2015, September 10–11). Formuvannia imidzhu biblioteky za dopomohoiu sotsialnykh media [Library image formation by social media using]. In *Suchasni problemy diialnosti biblioteky v umovakh informatsiinoho suspilstva* [Modern problems of library activity in the information society] [Conference proceedings] (pp. 74–78). Publishing House of Lviv Polytechnic National University. <https://core.ac.uk/download/pdf/132414137.pdf> [in Ukrainian].
- Samokhina, Zh. V. (n.d.). *Stvorennia imidzhu suchasnoi biblioteky* [Creating the image of a modern library]. V. I. Vernadskyi National Library of Ukraine. Retrieved August 2, 2025, from <http://www.nbuv.gov.ua/sites/default/files/msd/1111sam.pdf> [in Ukrainian].
- Shcho take lonhrid (Longread)* [What is Longread]? (2019, November 12). KEBETA. https://kebeta.agency/article/chto_takoe_longrid_longread [in Ukrainian].

УДК 021.7:316.663:[005.336.6:316.422:004]:021(477)"20"

Oleksandr Yanchukov,
PhD Student,
Kyiv National University of Culture and Arts
(Kyiv, Ukraine)
e-mail: aleksandr943@ukr.net
ORCID ID: 0009-0009-5729-1017

FORMATION OF A POSITIVE IMAGE OF A MODERN LIBRARY IN UKRAINE: FACTORS, FUNCTIONS, MEDIA CONTENT

The aim of the article is to identify internal and external factors forming a positive image of a modern library in Ukraine, to outline its functions and principles, as well as to determine the role of media content as an innovative tool for enhancing the prestige of a library institution.

Research methods. The article is based on a complex of scientific approaches, in particular, principles of objectivity, interrelation of theory and practice, unity of the studied processes with current socio-cultural conditions. To achieve the set goal, the study employs analysis, cognitive, structural-functional and descriptive methods, synthesis.

Scientific novelty. The article substantiates the necessity of forming a positive image of libraries through the active use of the library staff's potential, application of PR tools, creation of high-quality media content and maintenance of constant communication with users.

Main conclusions. It is found that the study of image formation by Ukrainian libraries is in the focus of attention of scientists, since it plays an important role in the effective functioning of book collections and their demand by society. It is determined that the image of the library is a factor that plays an important role in assessing the book collection's effectiveness and is a consequence of management activities, which is expressed via the perception of both users and library employees. The image carrier can be a library as a social institution, a librarian as a representative of this institution, library service or library product.

It is proven that the formation of the effective library image is a result of a well-thought-out library policy, which includes skillful use of the staff's potential, involvement of PR tools, creation of positive library content, constant communication with users. It is found that high-quality media content is a good means of attracting a wider audience of users and is an effective tool for library marketing, which helps disseminate information about the library, its products, services, events, projects, programmes, and also serves as advertising for the library, as a creative addition to its official website and social media pages.

Keywords: library, library media content, image, content, user, quality of service, public relations.

Надійшла 11.09.2025

Прийнята 06.11.2025

Стаття була вперше опублікована онлайн 29.12.2025



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