

УДК 027.22:[021:316.7]-044.922:316.77:339.138
DOI 10.32461/2409-9805.2.2026.362095

Цитування:

Горбань Ю. І., Куліш Ю. О., Каракоз О. О. Бібліотеки в контексті концепції «економіки вражень». *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*. 2026. № 2. С. 29–37.

Horban Yu., Kulish Yu., Karakoz O. (2026). Libraries in the Context of the Concept of the «Experience Economy». *Library Science. Record Studies. Informology*, 2, 29–37 [in Ukrainian].

Горбань Юрій Іванович,
кандидат культурології, професор,
завідувач кафедри інформаційної діяльності
та зв'язків з громадськістю
Київського національного університету
культури і мистецтв
<http://orcid.org/0000-0001-5837-4409>
y.i.gorban@gmail.com

Куліш Юлія Олександрівна,
кандидат наук з соціальних комунікацій,
доцент кафедри артменеджменту
та інформаційних технологій
Національної академії керівних кадрів
культури і мистецтв
<http://orcid.org/0000-0002-9612-5216>
yulia3kulish@gmail.com

Каракоз Олена Олександрівна,
кандидат історичних наук, доцент,
доцент кафедри інформаційної діяльності
та зв'язків з громадськістю
Київського національного університету
культури і мистецтв
<http://orcid.org/0000-0002-7772-1530>
karakozolena02@gmail.com

БІБЛІОТЕКИ В КОНТЕКСТІ КОНЦЕПЦІЇ «ЕКОНОМІКИ ВРАЖЕНЬ»

Мета статті полягає в теоретичному обґрунтуванні доцільності застосування концепції «економіки вражень» для аналізу сучасної бібліотечної діяльності, а також у визначенні потенціалу бібліотек як інституцій, здатних створювати цінний користувацький досвід у відповідь на нові суспільні запити. **Методи дослідження.** Застосовано міждисциплінарний підхід, який поєднує теоретичний аналіз концепції «економіки вражень» (Дж. Пайн і Дж. Гілмор) з контекстуальним вивченням трансформацій в бібліотечній сфері. Основними методами є: порівняльно-аналітичний – для зіставлення теоретичних засад економіки вражень із практикою бібліотечної діяльності; контент-аналіз публікацій з українських фахових джерел, присвячених трансформаціям бібліотек у соціокультурному, освітньому та комунікаційному аспектах; метод синтезу – для узагальнення прикладів інституційних змін і їхньої інтерпретації в межах концепції вражень; каузальний аналіз – для встановлення зв'язку між застосуванням елементів «економіки вражень» і зростанням соціального впливу бібліотек у кризовий період. **Наукова новизна** дослідження полягає в тому, що вперше здійснено системне теоретичне обґрунтування доцільності застосування концепції «економіки вражень» для аналізу бібліотечної діяльності в українському соціокультурному контексті; запропоновано інтерпретацію бібліотеки як простору створення немонетарного, але цінного користувацького досвіду в межах міждисциплінарної парадигми; розроблено типологію контекстів застосування економіки вражень у бібліотеках (культурний, соціальний, освітній, психологічний, комунікаційно-маркетинговий, економічний), що дає змогу оцінювати їхній вплив на якість життя громади. **Висновки.** Для публічної бібліотеки концепція «економіки вражень» постає не як бізнес-модель у прямому сенсі, а як метафорична рамка, що дає змогу переосмислити роль установи в контексті сучасної культури споживання, очікувань аудиторії та вимог до публічного простору. Вона орієнтує біб-

ліотечну діяльність на створення значущого, емоційного досвіду як засобу залучення, освіти та соціальної інтеграції. Обґрунтуванням застосування концепції «економіки вражень» у бібліотечній справі постає трансформація ролі бібліотек у сучасному соціокультурному середовищі: вони дедалі частіше виходять за межі традиційного функціоналу зберігання та надання інформації і стають просторами емоційного залучення, культурної взаємодії, психологічної підтримки й соціальної згуртованості.

Ключові слова: економіка вражень, соціокультурна трансформація бібліотек, публічні бібліотеки, комунікаційний потенціал бібліотек, соціальний вплив, інноваційні практики, воєнний стан, соціокультурне середовище, цифрова трансформація, користувач.

Horban Yurii,

PhD of Cultural Studies, Professor,
Head of the Department of Information Activities and Public Relations,
Kyiv National University of Culture and Arts

Kulich Yuliia,

PhD in Social Communications,
Associate Professor of the Department of Art Management and Information Technologies
National Academy of Culture and Arts Management

Karakoz Olena,

PhD in History, Associate Professor of the Department of Information Activities and Public Relations,
Kyiv National University of Culture and Arts

LIBRARIES IN THE CONTEXT OF THE CONCEPT OF THE «EXPERIENCE ECONOMY»

*The purpose of this article is to provide a theoretical justification for the applicability of the concept of the “experience economy” to the analysis of contemporary library activities, as well as to determine the potential of libraries as institutions capable of creating valuable user experiences in response to new social demands. **Research methods.** An interdisciplinary approach was used, combining theoretical analysis of the concept of the “experience economy” (J. Pine, J. Gilmore) with a contextual study of transformations in the library sphere. The main methods are: comparative-analytical method – to compare the theoretical foundations of the experience economy with the practice of library activities; content analysis of publications from Ukrainian professional sources devoted to the transformations of libraries in sociocultural, educational, and communicative aspects; the synthesis method – to generalize examples of institutional changes and their interpretation within the concept of impressions; causal analysis – to establish a connection between the application of elements of the “economy of impressions” and the growth of the social influence of libraries during a crisis period. **The scientific novelty** of the study lies in the fact that for the first time a systematic theoretical justification of the feasibility of applying the concept of “experience economy” to the analysis of library activities in the Ukrainian sociocultural context has been carried out; interpretation of the library as a space for creating non-monetary but valuable user experience within the interdisciplinary paradigm; the proposed typology of contexts for applying the experience economy in libraries (cultural, social, educational, psychological, communication and marketing, economic), which allows assessing their impact on the quality of life of the community. **Conclusions.** For a public library, the concept of the “experience economy” is not so much a business model in the strict sense as a metaphorical framework that allows for a rethinking of the institution’s role in the context of contemporary consumer culture, audience expectations, and the demands placed on public spaces. It orients library activities toward creating meaningful, emotional experiences as a means of engagement, education, and social integration. The rationale for applying the concept of the “experience economy” in librarianship lies in the transformation of libraries’ roles within the contemporary sociocultural environment: they are increasingly moving beyond the traditional functions of storing and providing information, instead becoming spaces for emotional engagement, cultural interaction, psychological support, and social cohesion.*

Keywords: experience economy, sociocultural transformation of libraries, public libraries, communication potential of libraries, social impact, innovative practices, martial law, sociocultural environment, digital transformation, user.

Актуальність теми дослідження. Сучасна практика бібліотечної діяльності перебуває у стані динамічної трансформації – реагує на нові суспільні запити, технологічні виклики, адаптується до умов цифрової реальності та актуальних потреб громад. У відповідь на ці процеси бібліотечна наука активно залучається до міждисциплінарного діалогу, інтегруючи концепції з інших галузей знань, що забезпечує оновлення наукових підходів і сприяє розвитку бібліотек як сучасних, адаптивних та суспільно значущих інституцій.

Однією з концепцій, яка описує новий рівень створення цінності в сучасному суспільстві через переживання та досвід і бачиться релевантною діяльністю сучасної бібліотеки, є «економіка вражень». Ця концепція базується на створенні унікальних емоційних, нестандартних досвідів для споживачів, що має на меті не лише задоволення їх потреб, а й створення емоційних зв'язків з брендами, товарами чи послугами. Концепцію запропонували Джозеф Пайн і Джеймс Гілмор у 1998 р. у статті «Ласкаво просимо до економіки вражень» («Welcome to the Experience Economy») [12].

«Економіка вражень» сьогодні розглядається як інтердисциплінарна концепція, яка об'єднує економіку, соціологію, культурологію, маркетинг і психологію. Її значення особливо зростає в умовах креативної економіки та цифрових трансформацій, коли досвід стає ключовим товаром і стратегічним ресурсом для організацій.

Актуальність концепції «економіки вражень» для бібліотечної справи зумовлена трансформацією у суспільстві ролі бібліотек, які постають сьогодні як багатофункціональні соціокультурні простори. У сучасному інформаційному середовищі, де користувач має доступ до величезних за обсягом цифрових ресурсів, факт наявності книги або доступу до даних вже не є вирішальним чинником відвідування бібліотеки. Натомість ключового значення набуває унікальний досвід взаємодії, який бібліотека здатна запропонувати через організацію подій, формування просторової атмосфери, забезпечення емоційної залученості, розвиток креативних послуг та реалізацію індивідуалізованого підходу до користувача. У цьому контексті концепція «економіки вражень» надає методологічну основу для осмислення стратегій розвитку бібліотек – від орієнтації на обслуговування до створення сенсів, культурного досвіду та емоційного зв'язку з користувачем. Такий підхід сприяє підвищенню залученості громади, зміцненню соціального капіталу та розширенню впливу бібліотеки як культурного інституту.

Отже, актуальність пропонованого дослідження зумовлюється низкою суперечностей, що виникають у процесі трансформації бібліотек у соціокультурному середовищі, зокрема між:

- застосуванням концепції «економіки вражень» у різних сферах соціальної практики (від бізнесу до сфери державного управління) та недостатньою розробленістю теоретико-методологічних підходів щодо її імплементації до бібліотечної сфери;

- традиційними функціями бібліотек та новими очікуваннями користувачів, які прагнуть емоційно насиченого, інтерактивного й персоналізованого досвіду.

Аналіз досліджень і публікацій. У наукових дослідженнях українських бібліотекознавців окреслюються сучасні трансформації бібліотек, зокрема приділяється увага аспектам, що сприяють запровадженню принципів «економіки вражень» у бібліотечній практиці:

- функціональній трансформації – розширення спектра послуг: медіаграмотність, цифрова освіта, психологічна підтримка, простори для спільнот; використання штучного інтелекту, чат-ботів для персоналізації обслуговування користувачів;

- просторово-комунікаційна трансформація – модернізація фізичного простору: відкритість, гнучкість, зони для творчості, дозвілля, навчання; бібліотека як «третє місце», що сприяє соціальній інтеграції;

- соціокультурна трансформація – активна участь у формуванні культурної ідентичності громади; проведення соціальних, інклюзивних та креативних заходів; підтримка вразливих груп;

- комунікативно-медійна трансформація – посилення присутності в цифровому медіасередовищі: соцмережі, онлайн-маркетинг, цифрові комунікації; розвиток бренду бібліотеки як відкритої інституції нової культури споживання інформації;

- інституційна трансформація – децентралізація управління, партнерство з громадськими організаціями, креативними індустріями, бізнесом; орієнтація на користувача як активного учасника формування бібліотечних послуг (user-centered design¹, co-creation²).

Значний масив публікацій з окресленої проблематики, представлений у фахових виданнях, підтверджує її наукову значущість та інтенсивність досліджень, а також засвідчує актуальність та багатовимірність наукових пошуків. З огляду на неможливість представити їх повний аналіз у межах статті, доцільно зосередитися на окремих дослідженнях, опублікованих останніми

роками у фахових виданнях з бібліотекознавства.

Так, у статті Г. Нудишук [9] досліджено публічні бібліотеки як мультифункціональні та інформаційні центри громад, що в багатьох регіонах перетворюються на осередки протидії російській пропаганді. Поряд із наданням психологічної допомоги та активною волонтерською підтримкою публічні бібліотеки України активізують соціально-комунікаційну діяльність, пов'язану із захистом інформаційного простору.

Сутність креативних просторів у бібліотеках та можливості, що ними надаються, охарактеризовано у публікації Ю. Гайдая [2]. Автор зосереджує увагу на окресленні перспективних напрямів удосконалення креативних просторів у дитячих бібліотеках; виявленні основних функцій креативного простору у дитячій бібліотеці як мультифункціональному середовищі, що поєднує освітній, культурний, технологічний та соціальний аспекти; обґрунтуванні потенціалу креативного простору як чинника дитиноцентричної моделі діяльності бібліотеки, що відповідає вимогам сталого соціокультурного розвитку громади.

У публікації А. Ніколайчук [7] розглянуто концепцію «третього місця» в екстраполяції на бібліотечний простір. Проаналізовано інформаційно-комунікаційні запити сучасного суспільства як чинник трансформації традиційного бібліотечного простору, виявлено особливості реалізації концепції «третього місця» в публічних бібліотеках України і з'ясовано тенденції культурно-дозвілєвої діяльності вітчизняних бібліотек.

У статті Т. Новальської та Н. Бойчук [8] виявлено основні тенденції діяльності українських публічних бібліотек як інституцій історичної пам'яті українського народу в умовах воєнного стану. Формування, збереження та організація доступу до джерел історичної пам'яті, які є органічним складником не лише матеріальної, а й духовної сфери суспільства, відіграють важливу соціально-комунікаційну роль у його всебічному розвитку, стабільному емоційно-психологічному стані, сприяють підвищенню морального та інтелектуального потенціалу. Бібліотеки є важливим складником соціально-комунікаційної структури держави, вони реалізують державну політику соціальної, історичної та національної пам'яті, організовують збереження цих джерел.

Розглянуті, а також інші публікації дають змогу окреслити наявні наукові підходи до розуміння сутнісних змін у функціонуванні бібліотечних інституцій і слугують теоретико-методологічною основою для інтегрування у бібліотечну науку сучасних теоретичних підходів і концепцій, запозичених з інших галузей знань.

Мета дослідження полягає у теоретичному обґрунтуванні доцільності застосування концепції «економіки вражень» для аналізу сучасної бібліотечної діяльності, а також у визначенні потенціалу бібліотек як інституцій, здатних створювати цінний користувацький досвід у відповідь на нові суспільні запити.

Виклад основного матеріалу. У бібліотечній практиці поняття «економіка вражень» має, хоча й метафоричний, однак концептуально продуктивний характер. На відміну від комерційних інституцій, бібліотека не прагне монетизації досвіду, проте активно впроваджує підходи, орієнтовані на *створення емоційно насичених, інтерактивних і пам'ятних форматів взаємодії з користувачами*. У цьому контексті «враження» розглядаються як цінність, що підсилює залучення аудиторії, сприяє формуванню соціального капіталу та підвищує суспільну видимість бібліотеки. Концепція «економіки вражень» дає змогу поновому осмислити публічну бібліотеку – як простір досвіду, у якому поєднуються освітні, культурні, розважальні та креативні функції. Такий підхід відкриває нові можливості для планування, партнерських ініціатив і фандрейзингу, навіть якщо основна діяльність установи залишається позаринковою.

Концепцію «економіки вражень» щодо бібліотеки можна розглядати в кількох ключових контекстах, що підкреслюють різні функції бібліотеки в сучасному суспільстві:

1. Культурний контекст:

- бібліотека як простір культурного досвіду – літературні вечори, виставки, зустрічі з авторами, мистецькі події;
- створення емоційно насичених подій, що залишають глибокі враження та сприяють культурній ідентичності громади;
- формування унікального культурного продукту – наприклад, локальні історії, етнографічні ініціативи, культурні проекти опору.

2. Соціальний контекст:

- бібліотека як місце соціальної інтеграції, де відвідувачі переживають позитивні враження від взаємодії та спільної діяльності;
- організація заходів для вразливих груп (дітей, внутрішньо переміщених осіб, людей похилого віку), де враження мають терапевтичний і реабілітаційний ефект;
- створення простору безпеки та підтримки, особливо в умовах війни.

3. Освітній контекст:

- економіка вражень у навчанні: інтерактивні форми роботи, які застосовують концепцію навчання, що поєднує освіту і

розважальні методи, використовуючи ігрові й інтерактивні технології для передавання знань та навичок;

- освітні програми, які запам'ятовуються не лише змістом, а й емоційним супроводом: квести, ігрові формати, творчі майстерні;

- бібліотека як середовище формування мотиваційних вражень у процесі неформальної та інформальної освіти.

4. Психологічний контекст:

- використання вражень як інструменту підтримки психічного здоров'я (арттерапія, казкотерапія, антистресові події);

- роль бібліотеки як «третього місця», де люди можуть відчувати комфорт, прийняття та відновлення.

5. Комунікаційно-маркетинговий контекст:

- побудова бренду бібліотеки через позитивні враження користувача (user experience);

- враження як механізм залучення і лояльності: сучасні інтер'єри, клієнтоорієнтовані сервіси, івенти;

- перетворення бібліотеки на емоційний центр громади.

6. Економічний контекст:

- бібліотека не є бізнесовою структурою, однак може генерувати соціальну та символічну цінність, яка має економічний вимір – через підвищення якості життя, привабливість середовища, розвиток туризму;

- аргументація доцільності інвестицій у публічні простори через ефект «повернення вражень» (return on experience).

Узгодження бібліотечної діяльності з парадигмою «економіки вражень» передбачає переосмислення ролі користувача як активного учасника культурного досвіду. У центрі уваги перебуває користувач як учасник події, а не пасивний споживач послуг. У цьому контексті бібліотека постає не лише як джерело інформаційних послуг, а як простір користувацького досвіду, що формується через емоційне залучення, інтерактивність, персоналізацію та естетичний складник. Цінність такого досвіду не підлягає прямій монетизації, а вимірюється через соціальний вплив, залученість громади та зростання відвідуваності. Відповідно до концепції Д. Пайна та Д. Гілмора [12] саме переживання стає новою формою економічної цінності, а отже – й основою для розробки інноваційних бібліотечних сервісів.

Хоча бібліотека не є ринковим суб'єктом, врахування очікувань і поведінкових моделей відвідувачів дає змогу підвищити її соціальну ефективність, конкурентоспроможність у сфері

культури та релевантність у цифрову епоху. У публічних бібліотеках це проявляється у трансформації середовища (зонування, дизайн) та форматів роботи (події, квести, мейкерспейси), а також у переході від пасивного споживання до створення *користувацького досвіду* (experience co-creation).

Згаданий підхід Return on Experience (RoX) – «віддача від досвіду» – акцентує не на фінансових показниках, а на якості взаємодії користувача з бібліотекою та набуває у сучасній бібліотечній практиці дедалі більшої актуальності. На відміну від традиційних метрик ефективності, RoX оцінює емоційне залучення, глибину користувацького досвіду, готовність повертатися, брати участь у спільних проєктах або рекомендувати бібліотеку іншим.

У Таблиці 1 окреслено ціннісні та якісні метрики «віддачі від досвіду» (Return on Experience). Таблицю укладено на основі адаптації положень «економіки вражень», державних стандартів України [4, 5], документів IFLA [14] та практик бібліотечного оцінювання користувацького досвіду [**Ошибка! Источник ссылки не найден.**3].

Згадане у таблиці словосполучення «якість користувацького досвіду» (*user experience quality*) базується на визначенні терміна «*досвід користувача*», *UX* (або користувацький досвід), який відповідно до стандарту ДСТУ EN ISO 9241-210:2022 визначається як *сприйняття та реакції користувача, що виникають у результаті фактичного або очікуваного використання системи, продукту чи послуги*. Користувацький досвід охоплює емоції, переконання, уподобання, фізичні та психологічні реакції, поведінку та досягнення користувача, що виникають до, під час і після використання системи, а також залежить від контексту використання.

Отже, *якість користувацького досвіду* можна трактувати як інтегральну характеристику взаємодії користувача із системою, продуктом або послугою, що відображає ступінь позитивного сприйняття, задоволеності та ефективності використання відповідно до очікувань, потреб і контексту діяльності користувача (користувачі, завдання, обладнання (апаратне забезпечення, програмне забезпечення та матеріали), а також фізичне та соціальне середовище, в якому використовується продукт).

У контексті «економіки вражень» підхід Return on Experience дає змогу обґрунтувати доцільність інвестицій у просторові трансформації, креативні програми, цифрові сервіси та культурні ініціативи навіть за відсутності прямої комерційної вигоди. Застосування RoX дає змогу біб-

ліотекам позиціонувати себе як інституції нового типу, орієнтовані на створення цінного досвіду для громади в умовах соціальних змін і війни.

Таблиця 1

Метрики Return on Experience (RoX) для бібліотек

<i>Сфера досвіду</i>	<i>Кількісні метрики</i>	<i>Якісні метрики</i>
Залученість користувачів	<ul style="list-style-type: none"> - кількість відвідувань (офлайн/онлайн) - тривалість перебування - кількість зареєстрованих користувачів - частота повторних відвідувань 	<ul style="list-style-type: none"> - мотиви відвідування - оцінка зручності отримання послуг
Якість користувацького досвіду	<ul style="list-style-type: none"> - швидкість доступу до ресурсів - кількість успішних пошукових запитів у каталозі - відсоток використання електронних сервісів 	<ul style="list-style-type: none"> - рівень задоволеності (через опитування) - легкість навігації та доступності ресурсів
Емоційна цінність та лояльність	<ul style="list-style-type: none"> - кількість учасників клубів/гуртків - відсоток повторних звернень 	<ul style="list-style-type: none"> - рівень довіри до бібліотеки - готовність рекомендувати бібліотеку іншим
Освітній і культурний ефект	<ul style="list-style-type: none"> - кількість освітніх та культурних заходів - кількість учасників програм - відсоток користувачів, що підвищили цифрові навички 	<ul style="list-style-type: none"> - відчуття користі від заходів - якість опанованих знань/навичок
Інноваційність сервісів	<ul style="list-style-type: none"> - кількість впроваджених нових сервісів - відсоток користувачів, які їх використовують - кількість нових користувачів завдяки інноваціям 	<ul style="list-style-type: none"> - оцінка зручності інновацій - сприйняття бібліотеки як сучасної інституції
Соціальна взаємодія та спільнотність	<ul style="list-style-type: none"> - кількість партнерських проєктів - рівень активності в соцмережах (лайки, поширення, коментарі) - відвідуваність громадських заходів 	<ul style="list-style-type: none"> - відчуття належності до бібліотечної спільноти - вплив бібліотеки на розвиток громади
Цифрова присутність	<ul style="list-style-type: none"> - кількість завантажень електронних ресурсів - унікальні відвідувачі сайту - перегляди контенту в соцмережах 	<ul style="list-style-type: none"> - оцінка корисності онлайн-контенту - враження від цифрових сервісів бібліотеки

Численні приклади з бібліотечної практики демонструють, що у період війни бібліотеки стають для громади не лише інформаційними або культурними центрами, а й просторами емоційної стійкості та підтримки. У межах концепції «економіки вражень» вони створюють середовища, у яких користувачі можуть відчути психоемоційне полегшення, приналежність до спільноти, турботу та надію.

Особливо актуальним цей підхід є у роботі з дітьми, які зазнали травм війни, переселення або втрати. Через організацію інтерактивних читань, творчих майстерень, театралізованих вистав, арттерапевтичних заходів бібліотека створює позитивні враження, які сприяють стабілізації емоційного стану дитини. Цей досвід не є розважальним у вузькому сенсі, а радше виконує психотерапевтичну функцію, яка відповідає міждисциплінарній галузі наукового знання «бібліотерапія» у системі бібліотекознавчої науки, сприяє відновленню відчуття безпеки, довіри та радості. Так, бібліотека, впроваджуючи практики «економіки вражень», відіграє ключову роль у

психоемоційній реабілітації дітей і водночас – у збереженні гуманітарного потенціалу громади.

Враження, що виникають у відвідувачів під час участі у бібліотечних подіях, творчих майстернях, арттерапевтичних сесіях, зустрічах із письменниками чи волонтерами, формують емоційну пам'ять, що зміцнює зв'язок людини з інституцією та громадою загалом.

Прикметною подією є оголошений Bibliothèques Sans Frontiers BSF (Libraries Without Borders, Бібліотеки без кордонів), Національною бібліотекою імені Ярослава Мудрого та ВГО «Українська Бібліотечна Асоціація» європейський проєкт «Бібліотеки емоцій заради добра» [1], спрямований на співпрацю бібліотек, недержавних організацій і дослідників з усієї Європи у всебічній підтримці бібліотерапії – інструменту підвищення інклюзії, добробуту та соціального зв'язку.

На сторінках блогу Національної бібліотеки імені Ярослава Мудрого «Публічна бібліотека територіальної громади» у дописі «Ментальне здоров'я: бібліотека як простір психосоціальної

підтримки та відновлення» представлено приклади діяльності бібліотек на підтримку проєкту «Мистецтво допомагати» [3].

Молодіжна секція Української бібліотечної асоціації запропонувала поетичний флешмоб «Автори у пікселі», метою якого є читання поезії військових, що перебувають чи перебували в ЗСУ [11]. У Хмельницькій обласній бібліотеці для молоді у 2022 р. в межах реалізації волонтерських проєктів бібліотеки з підтримки ЗСУ, їх популяризації серед жителів міста та області й патріотичного виховання молоді функціонує Музей-майстерня «Бібліотечний спротив» [6]. Крім того, оголошено молодіжний проєкт-конкурс «Розповідь про Героя», умовами якого передбачено створення та поширення у соцмережах відеороликів про воїнів із відповідних громад із додаванням розповіді про них.

Публічна бібліотека імені Лесі Українки започаткувала проєкт «Бібліотерапія: твоя книга щастя», метою якого є сприяння подоланню складних емоційних станів (нудьги, депресії, ностальгії та відчаю) за допомогою книги і читання, а також підтримка соціального включення та ресоціалізації громадян через взаємодію з українською книжкою. Одним з завдань проєкту є підтримання зв'язку співвітчизників, які перебувають за кордоном, із Батьківщиною [10].

Таким чином, бібліотеки у кризовий час виконують не лише освітню та інформаційну функцію, а й стають просторами емоційного протистояння, де кожен користувач отримує досвід, що формує відчуття людяності та стабільності в умовах суспільної нестабільності.

Концепція «економіки вражень» може бути використана як переконливий аргумент у діалозі бібліотеки з владою, коли йдеться про обґрунтування її ролі, необхідності фінансування та стратегічного значення для громади. У цьому контексті бібліотека постає не просто як інфраструктурний об'єкт чи освітній заклад, а як публічний простір, що формує суспільну згуртованість, підтримує психологічну стабільність громади, сприяє культурному опору в умовах війни, генерує позитивні емоції та відчуття безпеки. Ці елементи мають безпосередній зв'язок із якістю життя громади – важливим складником сучасної державної політики.

Отже, використання концепції «економіки вражень» дає змогу бібліотеці обґрунтувати перед органами державної влади:

- необхідність інвестицій у простори, події та персонал, які створюють унікальний користувацький досвід;

- свою роль у громаді як «м'якої сили»³, де через емоційно значущі події формується довіра до інституцій;

- перевагу перед іншими сервісами, які не забезпечують таких глибоких вражень і соціального впливу.

У такий спосіб бібліотека перестає сприйматися як «видаткова стаття бюджету», а стає інвестицією у стійкість, згуртованість і добробут громади, що може бути оцінене органами влади як стратегічно важливий напрям суспільного розвитку. Крім того, формування унікального користувацького досвіду підвищує престиж бібліотеки, зміцнює її позиції в культурному й освітньому середовищі та сприяє інтеграції інноваційних практик у діяльність громади, створюючи додаткову цінність для суспільства.

Наукова новизна дослідження полягає в тому, що вперше здійснено системне теоретичне обґрунтування доцільності застосування концепції «економіки вражень» для аналізу бібліотечної діяльності в українському соціокультурному контексті; запропоновано інтерпретацію бібліотеки як простору створення немонетарного, але цінного користувацького досвіду в межах міждисциплінарної парадигми; розроблено типологію контекстів застосування економіки вражень у бібліотеках (культурний, соціальний, освітній, психологічний, комунікаційно-маркетинговий, економічний), що дає змогу оцінювати їхній вплив на якість життя громади.

Висновки. Для публічної бібліотеки концепція «економіки вражень» постає не як бізнес-модель у прямому сенсі, а як метафорична рамка, що дає змогу переосмислити роль установи в контексті сучасної культури споживання, очікувань аудиторії та вимог до публічного простору. Вона орієнтує бібліотечну діяльність на створення значущого, емоційного досвіду як засобу залучення, освіти та соціальної інтеграції.

Обґрунтуванням впровадження концепції «економіки вражень» у бібліотечній справі є трансформація ролі бібліотек у сучасному соціокультурному середовищі: вони дедалі частіше виходять за межі традиційного функціоналу зберігання та надання інформації й постають просторами емоційного залучення, культурної взаємодії, психологічної підтримки та соціальної згуртованості. Застосування концепції «економіки вражень» дає змогу по-новому осмислити внесок бібліотек у формування нематеріальної цінності для громади, зокрема в умовах соціальних потрясінь, війни чи кризових ситуацій. Такий підхід також відкриває перспективи для переосмислення стратегій комунікації між бібліотеками, органами влади та громадянським суспільством, за-

безпечуючи ефективніше планування культурних, освітніх та соціальних ініціатив, що зміцнюють стійкість і взаємодію громади.

Примітки

¹ User-centered design (UCD) – дизайн, орієнтований на користувача, підхід до проектування послуг, просторів, систем чи інтерфейсів, у якому ключовим орієнтиром є потреби, мотивації, досвід і контекст користувача.

² Co-creation – стратегія, за якої користувачі, працівники бібліотеки, партнери та громада стають співавторами контенту, послуг і політик бібліотеки; відповідає ідеї «бібліотека як платформа», де знання, події та рішення генеруються у співпраці.

³ М'яка сила (англ. soft power – м'яка сила, м'яка влада, м'яка міць) – концепція, розроблена Джозефом Наєм, що описує можливості отримати бажане через співробітництво та привабливість, на відміну від «твердої сили», яка базується на примусових заходах або прямій оплаті.

Список використаних джерел

1. Бібліотеки емоцій заради добра. Facebook. 2025. URL: <https://www.facebook.com/groups/repository.ukrintei/permalink/2578709922470024/?rclid=ta0xM9djMyhCTHca#> (дата звернення: 10.02.2026).

2. Гайдай Ю. Креативні простори у дитячих бібліотеках: сутність, можливості та український досвід реалізації. *Український журнал з бібліотекознавства та інформаційних наук*. 2025. Вип. 15. С. 154–163. DOI: <https://doi.org/10.31866/2616-7654.15.2025.335087>.

3. Горчинська В. Ментальне здоров'я: бібліотека як простір психосоціальної підтримки та відновлення. Публічна бібліотека об'єднаної територіальної громади. Блог Національної бібліотеки України ім. Ярослава Мудрого. 2024. URL: <https://oth.nlu.org.ua/?p=9737> (дата звернення: 09.03.2026).

4. ДСТУ EN ISO 9241-210:2022 Ергономіка взаємодії людина-система. Частина 210. Людиноорієнтоване проектування інтерактивних систем (EN ISO 9241-210:2019, IDT; ISO 9241-210:2019, IDT) : Наказ від 28.12.2022 № 285 Про пакетне прийняття європейських нормативних документів CEN/CENELEC. БУДСТАНДАРТ Online. URL: https://online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page.html?id_doc=112500 (дата звернення: 05.01.2026).

5. ДСТУ ISO 11620:2016 Інформація та документація. Показники функціонування бібліотек (ISO 11620:2014, IDT) : Наказ від 22.08.2016 № 244 Про прийняття національних нормативних документів України, гармонізованих з міжнародними та європейськими нормативними документами, та скасування національних стандартів України. БУДСТАНДАРТ Online. URL: https://online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page.html?id_doc=66003 (дата звернення: 11.01.2026).

6. Музей-майстерня «Бібліотечний спротив». Хмельницька обласна бібліотека для юнацтва. URL: http://www.oub.com.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=1458:2022-12-12-08-49-44&catid=1:2009-06-18-22-36-14&Itemid=26 (дата звернення: 16.02.2026).

7. Ніколайчук А. Концепція «третього місця» в контексті модернізації бібліотечного простору. *Український журнал з бібліотекознавства та інформаційних наук*. 2024. Вип. 13. С. 20–28. DOI: <https://doi.org/10.31866/2616-7654.13.2024.307112>.

8. Новальська Т., Бойчук Н. Публічні бібліотеки як інституції історичної пам'яті українського народу. *Український журнал з бібліотекознавства та інформаційних наук*. 2024. Вип. 13. С. 222–232. DOI: <https://doi.org/10.31866/2616-7654.13.2024.307253>.

9. Нудишук Г. Публічні бібліотеки України як осередки протидії російській пропаганді в умовах війни. *Український журнал з бібліотекознавства та інформаційних наук*. 2024. Вип. 14. С. 177–188. DOI: <https://doi.org/10.31866/2616-7654.14.2024.318335>.

10. Публічні бібліотеки Києва у 2024 році / уклад. І. М. Іванова. Київ, 2025. 55 с. URL: <https://surl.li/icbifa> (дата звернення: 09.03.2026).

11. Флешмоб до Національного тижня читання 2025! Молодіжна секція УБА. 2025. URL: <https://molod.ula.org.ua/novini/item/832-fleshmob-do-natsionalnogo-tizhnya-chitannya-2025> (дата звернення: 17.01.2026).

12. Gilmore J. H., Pine J. Welcome to the experience economy. *Harvard business review*. 1998. Vol. 76(4). P. 97–105. URL: <https://hbr.org/1998/07/welcome-to-the-experience-economy> (дата звернення: 09.03.2026).

13. LibQUAL 2024 Survey Results – ARL. Washington : Association of Research Libraries, 2023. 91 p. URL: https://www.libqual.org/documents/LibQual/notebooks/309_6.pdf (дата звернення:

15.01.2026).

14. Poll R., Boekhorst P. te. Measuring quality: performance measurement in libraries. 2nd ed. Munchen : K. G. Saur, 2007. 269 p. URL: <https://repository.ifla.org/rest/api/core/bitstreams/dfdc2aad-9500-4e30-8be8-8d382393af22/content> (дата звернення: 15.01.2026)

References

1. Libraries of emotions for the sake of good. (2025). Facebook. Retrieved from: <https://www.facebook.com/groups/repository.ukrintei/permalink/2578709922470024/?rdid=ta0xM9djMyhCThca#> [in Ukrainian].
2. Haidai, Yu. (2025). Creative Spaces in Children's Libraries: Essence, Opportunities and Ukrainian Experience of Implementation. *Ukrainian Journal on Library and Information Science*, 15, 154–163. DOI: <https://doi.org/10.31866/2616-7654.15.2025.335087> [in Ukrainian].
3. Horchynska, V. (2024). Mental health: the library as a space for psychosocial support and recovery. Public library of the united territorial community. Blog of the National Library of Ukraine named after Yaroslav Mudryi. Retrieved from: <https://oth.nlu.org.ua/?p=9737> [in Ukrainian].
4. DSTU EN ISO 9241-210:2022 Ergonomics of human-system interaction. Part 210. Human-centered design of interactive systems (EN ISO 9241-210:2019, IDT; ISO 9241-210:2019, IDT): Order of 28.12.2022 No. 285 On the batch adoption of European regulatory documents CEN/CENELEC. BUDSTANDART Online. Retrieved from: https://online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page.html?id_doc=112500 [in Ukrainian].
5. DSTU ISO 11620:2016 Information and documentation. Indicators of library functioning (ISO 11620:2014, IDT): Order of 22.08.2016 No. 244 On the adoption of national regulatory documents of Ukraine, harmonized with international and European regulatory documents, and the cancellation of national standards of Ukraine. BUDSTANDART Online. Retrieved from: https://online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page.html?id_doc=66003 [in Ukrainian].
6. Museum-workshop "Library Resistance". (n.d.). Khmelnytskyi Regional Library for Youth. Retrieved from: http://www.oub.com.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=1458:2022-12-12-08-49-44&catid=1:2009-06-18-22-36-14&Itemid=26 [in Ukrainian].
7. Nikolaichuk, A. (2024). The Concept of "The Third Place" in the Context of Modernising the Library Space. *Ukrainian Journal on Library and Information Science*, 13, 20–28. DOI: <https://doi.org/10.31866/2616-7654.13.2024.307112> [in Ukrainian].
8. Novalska, T., & Boichuk, N. (2024). Public Libraries as Historical Memory Institutions of the Ukrainian People. *Ukrainian Journal on Library and Information Science*, 13, 222–232. DOI: <https://doi.org/10.31866/2616-7654.13.2024.307253> [in Ukrainian].
9. Nudyshchuk, H. (2024). Public Libraries of Ukraine as Centres of Countering Russian Propaganda in War Conditions. *Ukrainian Journal on Library and Information Science*, 14, 177–188. DOI: <https://doi.org/10.31866/2616-7654.14.2024.318335> [in Ukrainian].
10. Ivanova, I. M. (Comp.). (2025). *Publichni biblioteki Kyieva u 2024 rotsi*. Kyiv. Retrieved from: <https://surl.li/icbifa> [in Ukrainian].
11. Flashmob for the National Reading Week 2025! (2025). Youth Section of the ULA. Retrieved from: <https://molod.ula.org.ua/novini/item/832-fleshmob-do-natsionalnogo-tizhnya-chitannya-2025> [in Ukrainian].
12. Gilmore, J. H., & Pine, J. (1998). Welcome to the experience economy. *Harvard business review*, 76(4), 97–105. Retrieved from: <https://hbr.org/1998/07/welcome-to-the-experience-economy> [in English].
13. LibQUAL 2024 Survey Results – ARL. (2023). Washington: Association of Research Libraries. Retrieved from: https://www.libqual.org/documents/LibQual/notebooks/309_6.pdf [in English].
14. Poll, R., & Boekhorst, P. te. (2007). Measuring quality: performance measurement in libraries. 2nd ed. Munchen: K. G. Saur. Retrieved from: <https://repository.ifla.org/rest/api/core/bitstreams/dfdc2aad-9500-4e30-8be8-8d382393af22/content> [in English].

Стаття надійшла до редакції 09.03.2026
Отримано після доопрацювання 10.04.2026
Прийнято до друку 21.04.2026
Опубліковано 25.05.2026