


КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА  
ГРІНЧЕНКА  
ФАКУЛЬТЕТ УКРАЇНСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ, КУЛЬТУРИ ТА  
МИСТЕЦТВА

КАФЕДРА ІНФОРМАЦІЙНИХ КОМУНІКАЦІЙ

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ

Завідувач кафедри

 О. А. Політова

« 13 » травня 2026 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА (БАКАЛАВРСЬКА) РОБОТА

На тему:

ПРОДУКТИ ПОП-КУЛЬТУРИ ТА ГІК-СПІЛЬНОТИ У ВЗАЄМОДІЇ З  
БІБЛІОТЕКАМИ

студента першого (бакалаврського) рівня освіти

*Цим підписом  
засвідчую, що  
поданий на захист  
рукопис та  
електронний  
документ є ідентичними*  
10.06.2026

**Виконав:**

Студент IV курсу, групи ІБАСБ-122-4.0д

спеціальності «Інформаційна, бібліотечна та  
архівна справа»

Луб'яницький Костянтин Русланович

**Науковий керівник:** Доцент кафедри  
інформаційних комунікацій,

кандидат культурології

Малюк Євген Олександрович





Київ – 2026

## ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ СПІЛЬНОТ У БІБЛІОТЕЧНОМУ ПРОСТОРИ	7
1.1. Дослідження формування спільнот на основі спільних інтересів та поняття «субкультури» в інформаційному просторі.	7
1.2. Вплив поп-культури на формування спільнот	14
1.3. Роль бібліотек у створенні спільнот за інтересами	18
Висновки до розділу 1	21
РОЗДІЛ 2. ПРОДУКТИ ПОП-КУЛЬТУРИ ЯК ПРЕДМЕТ СОЦІАЛІЗАЦІЇ	24
2.1. Різновиди друкованих продуктів поп-культури	24
2.2. Цифрові продукти поп-культури	27
2.3. Візуальна та інтерактивна складові як метод зацікавлення	31
Висновки до розділу 2	37
РОЗДІЛ 3. СВІТОВІ ТА ВІТЧИЗНЯНІ БІБЛІОТЕКИ ЯК ЦЕНТРИ ПОП-КУЛЬТУРИ	39
3.1. Насиченість вітчизняних та закордонних бібліотек продуктами поп-культури	39
3.2. Популяризація бібліотечної справи через поп-культуру (міжнародний досвід)	44
3.3. Стан та досвід використання продуктів поп-культури в бібліотеках України	50
Висновки до розділу 3	54
ВИСНОВКИ	56
ВИКОРИСТАНІ ДЖЕРЕЛА	59

## ВСТУП

**Актуальність дослідження** визначається попитом людей на сучасні інформаційні продукти, а також спроможністю бібліотек України до адаптації під сучасні потреби користувачів та реалії мультиформатної подачі інформації. Дослідження даних аспектів впливає на позиціонування бібліотек не лише в якості джерела знань, але й у якості місця для проведення дозвілля.

У XXI столітті бібліотечні установи вже не можуть обмежуватись лише традиційною місією накопичення та передачі знань, а також лише традиційними друкованими виданнями. Вони мають трансформуватися в динамічні, інклюзивні мультифункціональні простори, які здатні поєднувати освітню функцію з можливістю користувачів комфортно провести дозвілля в бібліотечній установі. Особливої гостроти це питання набуло після повномасштабного вторгнення Росії, коли бібліотеки стали не лише осередками інформації, а й важливими елементами збереження культурної ідентичності, психологічної підтримки населення та формування спільнот.

Впровадження продуктів сучасної поп-культури (мальовисів (коміксів, манги тощо), відеоігор, фанфікшену, вебтунів, музики тощо) у діяльність бібліотек дозволяє значно розширити аудиторію, особливо серед молоді, та позиціонувати бібліотеку не тільки як «храм знань», а й як привабливе місце для спілкування, творчості та проведення дозвілля.

**Об'єктом дослідження** є продукти поп-культури та публічні бібліотеки України.

**Предметами дослідження** є впровадження популярних продуктів поп-культури в інформаційну політику бібліотечних установ, технології формування спільнот на основі бібліотечних фондів і послуг, а також

вплив на популяризацію бібліотек серед сформованих спільнот, які можна залучити до бібліотечного простору.

**Метою дослідження** є комплексний аналіз діяльності публічних бібліотек України, впровадження популярних способів інформатизації та кінцевих результатів цієї діяльності.

Реалізація поставленої мети зумовила необхідність вирішення таких **завдань**:

- визначити значення поняття «спільнота за інтересом»;
- проаналізувати теоретичні основи формування спільнот на основі спільних інтересів;
- дослідити світовий досвід використання популярних форматів для заохочення людей користуватися послугами, які надає бібліотечна установа;
- дослідити діяльність публічних бібліотек України (зокрема Києва) з метою порівняння з зарубіжними бібліотеками в аспектах асортименту популярних видань, підходу до каталізації, піар-кампаніях та організації заходів тощо;
- визначити головні переваги та недоліки українських бібліотек у залученні та формуванні спільнот;
- описати методи вдосконалення популяризації бібліотек завдяки продуктам поп-культури.

**Стан дослідження теми.** Найпомітнішою роботою в українському науковому просторі є стаття Д. Белова «Комікс у практичній діяльності бібліотек», у якій автор розглядає комікси не лише як елемент фонду, а й як ефективний інструмент залучення молоді до творчої діяльності. Однак після 2022 року ситуація на українському ринку значно змінилася: значно зріс попит на україномовні переклади манги, маньхви, вебтунів, а також на офіційну локалізацію відеоігор. Ці процеси вимагають нового осмислення та актуалізації попередніх досліджень [38].

Також після повномасштабного вторгнення зріс попит на офіційну українську локалізацію у відеоіграх, фільмах, інтернет-платформах тощо, що посприяло залученню більшої кількості українців до раніше ігнорованих сервісів і продуктів через мовний бар'єр.

Поміж міжнародних досліджень питання продуктів масової культури розкрито сильніше, оскільки в країнах Європейського Союзу та США індустрія мальописів зародилася раніше, а також на ринки цих країн офіційно заходять іноземні видавництва, що спеціалізуються на окремих видах цих інформаційних продуктів. Так колектив науковців з Офера Ашкеназі та Якоба Дітмара у своїй статті «Комікси як історіографія» розкрив питання мальописів у сфері історіографії та коректності використання їх як достовірних джерел інформації [3]

**Джерельна база дослідження** серед основних інформаційних ресурсів включає наукові, статистичні матеріали, офіційні дослідження діяльності київських публічних бібліотек, а також коментарі керівників установ щодо попиту на продукти поп-культури в бібліотечному просторі.

**Методи наукового дослідження.** У роботі використано як загальнонаукові, так і спеціальні методи дослідження, що забезпечують комплексний підхід до аналізу проблематики: аналіз та узагальнення наукових джерел, новинних статей для аналізу сучасних подій, що зачіпають тему дослідження. аналіз викладу інформації в різних видах друкованих та цифрових інформаційних джерелах, статистичних даних постачання сучасних видань до бібліотек; порівняльний аналіз було застосовано для зіставлення зарубіжного та вітчизняного досвіду осучаснення бібліотечних фондів і ставлення до продуктів поп-культури на основі асортименту бібліотек, статистик запозичення книг та їхнього повернення. Деякі джерела були знайдені завдяки технологіям штучного інтелекту, проте були перевірені на достовірність.

**Практичне значення дослідження** полягає у розробці рекомендацій щодо вдосконалення ділових процесів в умовах кризових ситуацій, що може бути використано як в установах вищої освіти, так і в інших організаціях. Положення та матеріали кваліфікаційної роботи можуть бути використані для наукових досліджень суміжних аспектів даної проблематики. Крім того, представлені пропозиції та рекомендації можуть служити основою для вдосконалення роботи ділової служби у закладах вищої освіти.

**Апробація результатів дослідження** відбулася в межах таких конференцій: ІХ всеукраїнська науково-практична онлайн-конференція студентів, аспірантів, докторантів і молодих учених. «Бібліотека, книга та медіа в сучасній культурі» . На конференції було представлено доповідь на тему «Особливості цифрових бібліотек відеоігор» , яку потім було опубліковано в журналі «Молодий дослідник» [51].

**Структура роботи** складається з вступу, основної частини, що включає три розділи, висновки та список використаних джерел. У вступі викладено актуальність теми, мету та завдання дослідження, а також структуру роботи. У першому розділі визначено теоретичні основи ролі бібліотек у соціальному житті людей, досліджено терміни «спільнот за інтересами» , «субкультур», «поп-культури» та «гік-культури», а також проведено ретроспективний опис ролі «поп-культури» до початку епохи глобальної діджиталізації. У другому розділі розглянуто різновиди інформаційних продуктів, що популярні в молоді, досліджено різницю між термінами «жанру» та «формату» в інформаційній сфері, а також причини їхньої популярності. Третій розділ присвячено перспективам розвитку бібліотек в якості комунікаційних хабів, місць для проведення дозвілля, а також центрів творчості.

## РОЗДІЛ 1.

### ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ СПІЛЬНОТ У БІБЛІОТЕЧНОМУ ПРОСТОРИ

#### **1.1. Дослідження формування спільнот на основі спільних інтересів та поняття «субкультури» в інформаційному просторі:**

Інформаційні продукти завжди займали невід’ємну роль у розвитку людства й виступали не лише в якості джерел знань, але й причиною їхніх власників до комунікації.

Перші прототипи спільнот за інтересами, починаючи з античних часів та закінчуючи епохою просвіти, формувалися з інтелектуальних еліт. Центрами зборів цих інтелектуальних еліт виступали навчальні заклади, бібліотеки, а також релігійні культи та братства.

Так першими зі спільнот, що трималася на інтересі до актуальної на свій час інтелектуальної бази, на думку доцента кафедри історії Стародавньої Греції в Ноттінгемському університеті Едмунда Стюарта, є філософська школа Платона [22].

Проте через малу кількість способів збереження інформації спільноти формувалися довкола конкретної особи, яка була генератором популярних у спільноти думок. Це могли бути як філософи, так і релігійні лідери (жерці/понтифіки тощо) або конкретної інтелектуальної діяльності: вивчення певних наукових дисциплін того часу, проведення досліджень в їхніх межах, ознайомлення з носіями інформації тощо.

З розвитком книгодрукарства та доступності знань спільноти почали формуватися з нижчих прошарків суспільства й почало отримувати виразний соціальний характер.

Значні зміни відбулися в XIX–XX століттях у період індустріалізації. У містах США та Європи сформувалися територіальні молодіжні угруповання, які Ф. Трешер вивчав як «банди» в міжзонних районах

Чикаго. У 1970-х роках Бірмінгемська школа культурних досліджень (С. Холл, Т. Джефферсон, Д. Хебдіж) запропонувала теоретичне осмислення молодіжних субкультур (моди, рокери, скінхеди, панки) як форми символічного опору домінуючій культурі через стиль, музику та ритуали. Д. Хебдіж підкреслював, що субкультура — це «значення стилю», тобто свідоме використання візуальних і поведінкових кодів для конструювання ідентичності [27, 11]

Усі раніше описані спільноти важко звести до конкретного терміну «спільноти за інтересами» чи «субкультури», оскільки в них могло бути місце як для елементів першого терміну, так і другого.

Може здатися, що поняття «спільноти за інтересами» та «субкультура» є синонімами, проте це кардинально різні терміни, що підкреслюють соціальну побудову об'єднань.

Обидва терміни активно почали використовуватися в соціології та культурних дослідженнях з другої половини ХХ століття (приблизно 50-ті роки). Теоретичне підґрунтя терміну «спільноти за інтересами» пов'язане з переходом від традиційних консервативних спільнот до відкритіших посттрадиційних або символічних.

Одним із перших, хто системно розглядав спільноти за інтересами, був Г. Рейнгольд, який у своїй книзі «Віртуальна спільнота» описав, як у ранньому інтернеті формувалися спільноти навколо спільних інтересів та смаків людей – від комп'ютерних технологій до побутових речей. Рейнгольд підкреслював, що такі спільноти формують відчуття приналежності до чогось великого, подібне до фізичних спільнот, але без географічних обмежень [10].

Значний внесок зробив Г. Дженкінс у роботі «Культура конвергенції: Де стикаються старі та нові медіа» (2006). Він увів і розвинув концепцію культури співучасті. За Дженкінсом, спільноти за інтересами (фандоми)

представляють з себе об'єднання з активних учасників, які створюють власний контент (фанфіки, фан-арт, модифікації ігор, теорії) [14].

Для таких об'єднань характерні такі риси як:

- Відкритість для всіх бажаючих;
- Неформальна соціальна рівність між усіма членами спільноти, за рахунок якої вибудовується відчуття приналежності;
- Підтримка інших членів об'єднання;
- Неформальне наставництво;

Завдяки роботі Д. Хебіджа «Субкультура: Значення стилю» можна поглянути на поняття «субкультури» можна охарактеризувати даний термін детальніше як «спільноту людей зі схожими смаками, які не задоволені загальноприйнятими соціальними нормами».

Якщо в спільнот за інтересами ці самі смаки (література, музика, кіно, заняття тощо) здебільшого є лише предметом єднання, то представники субкультур роблять з них яскраві атрибути з метою підкреслення своєї соціальної приналежності до певного об'єднання. Саме така філософія надає поняттю субкультури рис мистецтва, оскільки в спільнот формуються характерні впізнавані візуальні риси, проте при цьому дизайн кожної окремої людини, що належить до субкультури, залишається унікальним.

А. Фурман та А. Литвин у своїй роботі «Субкультура» описують найголовніші складові досліджуваного терміну, а саме цими складовими є:

*«-Локальний сегмент або формовияв культури, що прийнятий певною соціальною спільнотою для свого самоствердження і життєреалізування;*

*-Спосіб диференціації і наявності культурних змін у часопросторі регіональних та етнонаціональних ментальних структур повсякдення ;*

*-Особлива форма організації та життєдіяльності людей, основний зміст якої полягає у самобутньому баченні та конструюванні довкілля індивідуальним чи колективним суб'єктом когнітивної мислєдіяльності;*

*-Система настановлень, норм, цінностей і психодуховних форм соціальних груп, організацій чи рухів, що опонує чи є альтернативною традиційній (усталеній) культурі.»[63].*

З даних зазначень можна зрозуміти, що в субкультур важливим аспектом є організованість та відчуття приналежності до конкретної спільноти зі своїми звичаями, традиціями та стилем життя, а також чітким поділом на «своїх» та «чужих». Остання складова в сучасних реаліях є не зовсім актуальною, проте в окремих спільнотах досі практикується подібний поділ.

На відміну від спільнот за інтересами субкультури є сформованішими, структурованішими, проте від цього замкнутішими та не такими універсальними в контексті толерантності до всіх інформаційних продуктів серед членів спільнот.

З розвитком цифрових технологій і початком глобальної інформатизації спільноти за інтересами та субкультури набули додаткового соціального характеру завдяки соціальним мережам.

Попри те, що в найпопулярніших соціальних мережах можна знайти спільноти за тими самими інтересами, проте складатимуться вони з кардинально різних людей за поглядами на життя через формування ефекту «лунокамер».

Так колективом науковців на чолі з Маттео Чінеллі було проведено порівняння поміж аудиторіями різних соціальних мереж (деякі з цих результатів можете побачити на Рис. 1.1) [26].

Сенс цих камер полягає в тому, що соціальні мережі завдяки своїм алгоритмам здатні активніше розповсюджувати конкретну інформацію (та, власне, її авторів), а також глушити іншу інформацію, через що певні

спільноти є популярними в одній соціальній мережі, а в іншій можуть мати мінімальні охоплення людей.

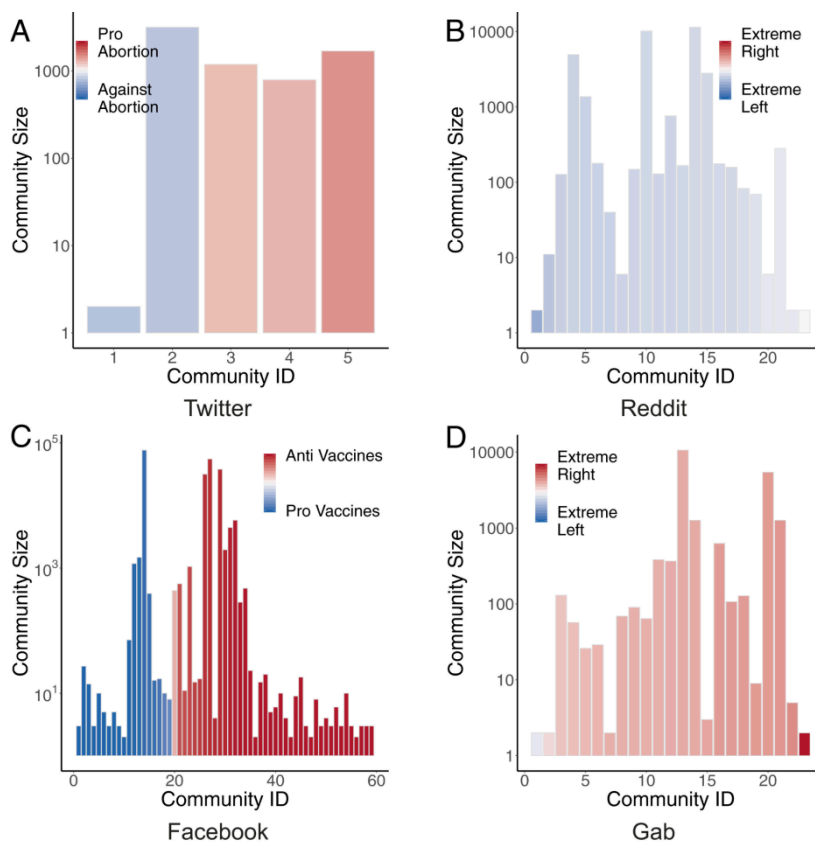


Рис 1.1: Розмір та середня схильність громад, виявлені в різних наборах даних. А та С показують повний спектр схильностей, пов'язаних з темами абортів та вакцинації, стосовно громад у В та D , де політична схильність менш виражена.

Багато цифрових продуктів виступали не лише в якості зручнішої форми збереження, відтворення та передачі інформації, але й інструментами комунікації поміж іншими користувачами цифрової мережі (Інтернету загалом і соціальних мереж та форумів зокрема).

Ці події вплинули на переосмислення сталих визначень спільнот, їхнього значення в інформаційному просторі, а також формування нових – цифрових спільнот.

Формування спільнот на основі спільних інтересів є одним із ключових феноменів сучасного інформаційного суспільства. У цифровому середовищі традиційні соціальні зв'язки трансформуються під впливом нових медіа, що сприяє виникненню віртуальних спільнот, які об'єднуються навколо певних культурних практик, хобі чи продуктів поп-культури. Такі спільноти часто набувають ознак субкультур, характеризуючись власними нормами, цінностями, стилем спілкування та символікою.

Поняття субкультури традиційно пов'язувалося з молодіжними групами, що відрізняються від домінуючої культури за способом життя, зовнішніми атрибутами та ціннісними орієнтаціями, проте в інформаційному просторі це поняття еволюціонувало: субкультури стали фрагментованішими, динамічними та глобальними завдяки мережі Інтернету. На відміну від класичних офлайн-субкультур (хіпі, панки, металісти), віртуальні субкультури (геймерські спільноти, фандоми, косплей-спільноти, ТікТок-субкультури) формуються переважно на основі спільних інтересів і медіа-контенту, а не соціального походження та становища [55].

В. Щербина зазначає, що зокрема геймерські онлайн-спільноти мають чіткі ознаки субкультури: власний сленг, ієрархію, механізми згуртованості та культуротворення в середовищі нових медіа. Такі групи не лише споживають контент, який пропонує інформаційний продукт (у цьому випадку – гра), але й активно створюють його. Таким контентом виступають фанатські модифікації, запис проходження ігор чи стрими, а також створення нових відокремлених інформаційних продуктів на базі готових асетів (цифрові об'єкти з ігор) [66].

Наприклад, сервіс «objection.lol» є окремою платформою, що запозичує візуальні асети з франшизи візуальних новел «Ace Attorney». Цей сервіс є продуктом фанатської творчості, що зберіг основну

концепцію у вигляді засідання суду, проте надає користувачам можливість обрати собі аватара та писати власні репліки в реальному часі, а не відтворювати заготовлені сценаристом слова [18].

Вище описані дії з боку користувачів свідчать про перехід від культури споживання до просьюмеризму (поєднання ролей споживача і виробника).

Важливим теоретичним підґрунтям є концепція культури співучасті. Г. Дженкінса. Дослідник визначає її як культуру з низькими бар'єрами для художньої виразності та громадської активності, сильною підтримкою створення й поширення контенту, неформальним наставництвом та відчуттям, що внесок кожного має значення. За рахунок культури співучасті спільноти за інтересами стають просторами неформального навчання, творчості та соціалізації. Поняття «культури співучасті» у сучасних Fan Studies частково витісняє традиційне поняття «субкультури», підкреслюючи колективний характер творення нового контенту на основі продуктів масової культури (коміксів, серіалів, ігор, аніме тощо) [14].

В українському науковому дискурсі значну увагу приділено віртуальним субкультурам як феномену цифрового суспільства. І. Батарейна та О. Воробйова аналізують їх як стійкі спільноти за інтересами в соцмережах, форумах та месенджерах Discord, Reddit та TikTok та інших, що впливають на ідентичність користувача та його соціалізацію. В. Кухар досліджує неформальні субкультури в інформаційному просторі Інтернету, підкреслюючи їхню роль у конструюванні ідентичності. Геймерські, фанатські та мемні спільноти розглядаються як складові культуротворення в умовах медіатизації [3].

Формування таких спільнот відбувається через кілька механізмів:

- Афілійованість (приєднання до онлайн-спільнот за інтересами);
- Колективне творення (фан-арт, буктрейлери, косплей, моддинг);
- Гейміфікація та інтерактивність контенту;

-Соціальний капітал (обмін знаннями, емоційною підтримкою, ресурсами).

Проте варто зазначити, що дані характеристики можуть стосуватися не лише відеоігор, але й будь-якого інформаційного продукту, що виступає об'єктом, довкола якого формуються фандоми. На вид спільноти (офлайн чи онлайн) впливає не матеріальна чи цифрова оболонка продукту поп-культури, а саме способи комунікації з іншими фанатами цього самого продукту.

У контексті бібліотечної діяльності ці процеси особливо актуальні. Продукти поп-культури (комікси, графічні новели, фан-література) стають катализаторами створення читацьких клубів, об'єднань прихильників певного інформаційного продукту чи його різновиду та просторів для творчості. Д. Белов, досліджуючи комікс у практичній діяльності бібліотек України, підкреслює його потенціал для залучення молоді та формування спільнот навколо візуального наративу.

Таким чином, у інформаційному просторі субкультури еволюціонують від закритих груп до відкритих спільнот, орієнтованих на спільне творення та обмін досвідом. Даний процес створює міцне теоретичне підґрунтя для практичного формування та застосування в бібліотеках спільнот за інтересами, де поп-культура стає інструментом соціалізації та культурного розвитку.

## **1.2. Вплив сучасної поп-культури на формування спільнот**

Перед початком дослідження даного питання необхідно визначити поняття поп-культури та гік-культури як складової інформаційного суспільства. У своїй роботі «Теорія культури та поп-культура: Введення» Джон Стюард описує декілька значень слова «культура»[22].

Найближчими за змістом було обрано визначення культури як «опису життя певного народу, періоду чи групи», а також «означальних практик», за чим маються на увазі продукти інтелектуальної діяльності. Обидва ці

визначення підходять, оскільки перше позначає прояви інтелектуальної та соціальної діяльності, інформація про які може залишитися не задокументована (поведінка, традиції, ритуали тощо), а також ці прояви можуть стати результатом прямих проявів культури у вигляді інформаційних продуктів (літератури, живопису, кіно тощо).

Виходячи з вище описаного, можна зробити висновок, що, якщо брати саме ці визначення, можна зробити висновок що популярна (масова) культура – це прояви інтелектуальної та соціальної активності значної частини соціуму в певний проміжок часу.

Крім терміну «поп-культури» необхідно розглянути суміжне поняття – «гік-культуру». Дана культура характеризується як нова течія поп-культури, що базується на кінематографі, відеоіграх, коміксах тощо. Проте гіками коректно буде називати людей, які, крім споживання продуктів поп-культури, починають аналізувати її та створювати контент присвячений конкретному твору чи прояву. Тобто, всі представники гік-культури є представниками поп-культури, але не всі люди, що споживають продукти масової культури, є гіками.

Зважаючи на вище проаналізовані терміни можна стверджувати, що сучасна поп-культура на даний момент зачіпає всі життєві сфери. Проте завдяки гікам, які є про-активною частиною кожної спільноти, субкультури сприймаються як колоритні об'єднання довкола певного твору, автора тощо зі своїми традиціями та святами.

У цьому плані особливо яскраво вирізняється фанатська база франшиз «Зоряні Війни», що, крім своїх величезних розмірів, має власний міжнародний день, який святкується 4-го травня (дата англійською звучить як «May the 4th», що співзвучно з популярною фразою «May the Force be with you»).

Вплив поп-культури на формування об'єднань людей має як позитивні, так і негативні аспекти. Позитивною стороною питання є

подолання людьми соціальної ізоляції. У великих містах та, навпаки, у віддалених регіонах люди, які відчують себе «іншими», знаходять однодумців через спільне захоплення літературою, мальописами, аніме, рольовими іграми чи певним жанром музики. Це особливо важливо для підлітків і молоді, для яких поп-культура стає простором формування ідентичності в період кризи дорослішання. Дослідження Pew Research Center та Європейського соціологічного огляду показують, що участь у фанатських спільнотах підвищує рівень соціального капіталу, розвиває навички комунікації, креативність і навіть цифрову грамотність.

З іншого боку, надмірна ідентифікація з поп-культурними спільнотами може призводити до «гібридної ідентичності», коли реальне життя відходить на другий план. Феномен «токсичної гік-культури» (хейтспіч щодо «фальшивих фанатів», сексизм і расизм у деяких спільнотах) демонструє, як субкультури здатні перетворюватися на закриті клуби.

В українському контексті вплив сучасної поп-культури на спільноти набуває додаткових вимірів. Після 2014 та особливо після 2022 року українські гік-спільноти активно інтегрували національну тематику: в рази збільшилося україномовних перекладів мальописів, відеоігор, фільмів і серіалів, популярні сервіси (наприклад, Netflix) почали додавати український інтерфейс і субтитри до своїх продуктів, а також стало видаватися більше фанфікшену. Подібні дії вигідні як власникам сервісу, оскільки таким чином вони розширюють базу клієнтів, а також для споживачів, які тепер можуть споживати контент рідною мовою.

Характерним прикладом останнього є комікс «Авантюрія», який заснований на власному досвіді автора Дмитра Гука у грі «Dungeons & Dragons» [41].

Також багато українських інфлюенсерів використовують свої платформи для підтримки ЗСУ, збору коштів і просування української культури.

Найяскравішим прикладом підтримки Збройних Сил України сформованими субкультурами є щорічний конкурс «UKAMI Anime Awards», який проводиться завдяки співпраці українських блогерів, стрімерів та навіть видавництв [31].

Сенс даного заходу був у обранні найкращого аніме 2025 р. Кожен культурний діяч чи колектив таких діячів обирав собі «чемпіона», якого популяризував протягом заходу. На спеціальному сайті при авторизації через месенджер Telegram можна було розподілити 5 балів поміж кандидатами. Загальна сума голосів за конкретне аніме складає 20% від загального результату, а 80% склалися з донатів на допоміжну «банку» (рахунок в Monobank, який прив'язаний до основного). чемпіона, які вираховувалися за формулою «(загальна сума донатів/100)\*80%».

Для збирання грошей на благодійність кожен з учасників проводив агітаційні заходи, розіграші та аукціони, розповсюджував пропаганду, а також організовував інтерактивні заходи (стріми, челенджі тощо).

У результаті за півтора місяці від 14.02.2026р. до 4.04.2026 р. українськими фанатами японської анімації та манги було зібрано майже 5 мільйонів гривень, які були використані для закупівлі дронів-перехоплювачів у межах «Єдинозбору» благодійного фонду Сергія Притули (дивитися рис. 1.2) [30].

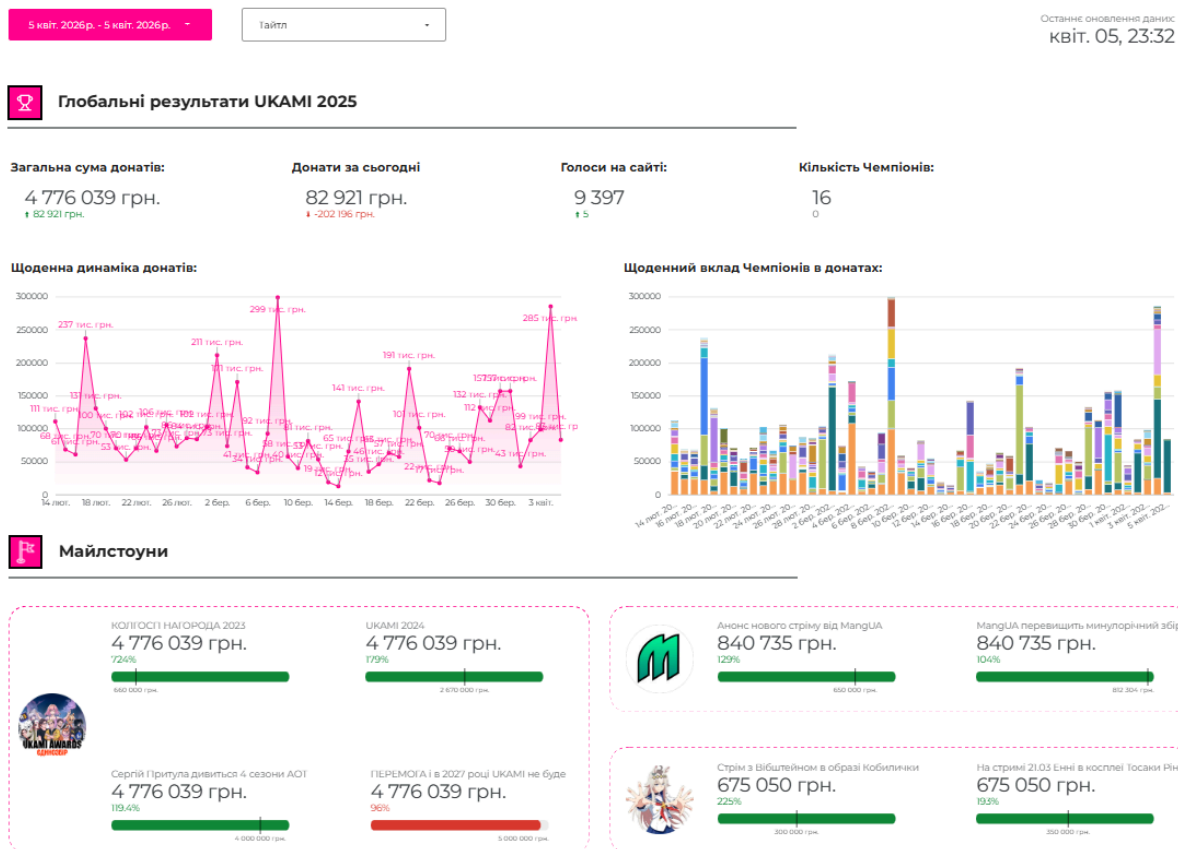


Рис 1.2. Аналітичні дані збору коштів у межах «UKAMI Anime Awards»

Подібні благодійні ініціативи доводять, що масова культура в сучасних реаліях стає інструментом культурної дипломатії, консолідації людей з різними інтересами та збереження ідентичності в умовах повномасштабної війни.

Також результати даного заходу доводять те, що аудиторія фанатів японської культури досить велика та платіжоздатна. Бібліотеки також проводять благодійні аукціони виставляючи в якості призів картини, розфарбовані гільзи від артилерійських снарядів тощо. Тому залучення подібної аудиторії може позитивно вплинути на фінансове становище інформаційних і бібліотечних установ.

### 1.3. Роль бібліотек у створенні спільнот за інтересами

У сучасних реаліях інформаційні та зокрема бібліотечні установи виступають не лише майданчиком, де можна знайти всю необхідну

інформацію, але й соціальним хабом, на базі фондів якого формуються нові об'єднання людей. Згідно із Законом України «Про бібліотеки і бібліотечну справу», бібліотеки виконують не лише інформаційну, але ще й культурно-просвітницьку, освітню та комунікативну функції, що прямо сприяє створенню спільнот.

Спільноти в межах бібліотечного простору зазвичай формуються у вигляді тематичних та читацьких клубів. У сформованих методологічних порадах щодо розробки клубів за інтересами поділяють їх (клуби) на такі види:

-Інформаційно-пізнавальні. Приклад: клуб з медійної грамотності та інформаційної гігієни;

-Клуби прикладної творчості. Приклад: колективна робота над спільною річчю (у контексті повномасштабної війни такими є маскувальні сітки тощо);

-Художньо-мистецькі. Приклад: клуби та гуртки з образотворчого мистецтва, гончарства, проведення окремих майстер-класів з раніше зазначених дисциплін тощо ;

-Естетично-дозвіллеві. Приклад: регулярні колективні зустрічі за переглядом фільму, проведення оздоровчих заходів або іншим способом проведення дозвілля;

-Літературні Приклад: регулярні зібранні у форматі обміну книгами, обговорення прочитаного, новинок, проведення освітніх заходів з літературознавства, сторітейлінгу, сценарної майстерності тощо;

-Екологічні Приклад: колективні садіння рослин, проведення заходів на тему еко-активізму тощо;

-Красзнавчі. Приклади: колективні дослідження історії рідного міста та/або родоводів учасників клубу тощо;

-Ігрові. Приклад: регулярні проведення партій у настільні рольові ігри, організація квестів у межах бібліотечного простору тощо [40].

Таких підхід допомагає користувачам не лише знайти однодумців, але й надає культурне різноманіття у вигляді інших активностей, до яких можна періодично долучатися задля розширення кругозору та та відпочинку від сталих заходів у межах конкретного клубу.

Окремо варто сконцентруватися на інтеграції ігрових практик у бібліотечну діяльність та залученні аудиторії геймерів. Багато сучасних бібліотек (зокрема в США) запроваджують можливість проводити партії в настільні ігри в межах бібліотеки, грати у відеоігри, організовувати кіберспортивні турніри та формують спеціалізовані центри творчості в цифровому просторі.

Подібні ініціативи не лише розважають, а й розвивають соціальні навички, командну роботу, креативність і цифрову грамотність. Це особливо приваблює молодь і підлітків, які часто відчують себе відірваними від традиційних інституцій і цінностей попередніх поколінь.

Продовжуючи тему діджиталізації, необхідно згадати, що бібліотеки також поєднують офлайн- і онлайн-простори завдяки соціальним мережам ( сторінки в Instagram, TikTok, Telegram тощо). Дані практики використовуються для інформування користувачів щодо подій, змін у розкладі роботи, опитувань на різноманітні теми й створення віртуальних спільнот. Українські бібліотеки активно розвивають хаби цифрової освіти, де проводять тренінги з цифрової грамотності, створення контенту та роботи з фан-платформами.

Найяскравішим прикладом використання соціальних мереж у популяризації установи є Публічна бібліотека імені Лесі Українки для дітей, що поєднує в собі усі вище описані активності [46].

Такі нововведення допомагають не лише споживати продукти поп-культури, але ще й монетизувати їх, перетворюючи хобі на частину професійної діяльності.

В українському контексті роль бібліотек як майданчику для соціальної комунікації набуває додаткового виміру. Після 2014 та особливо 2022 року просвітницька діяльність бібліотечних установ стала сприйматися як культурний спротив асиміляції з боку Росії та, навпаки, інструмент коренізації населення. Вони організують заходи у вигляді майстер-класів для дітей і дорослих, літературних вечорів за мотивами сучасної української фантастики (наприклад, твори Світлани Тараторіної). Крім того, працівники бібліотек підтримують психологічне здоров'я користувачів, допомагають подолати отримані внаслідок війни психологічні травми через спільні творчі активності та формують простір для інтеграції ВПО в нове оточення. Вони сприяють формуванню спільнот, об'єднаних не лише інтересами, а й патріотичними цінностями.

Позитивний вплив таких спільнот очевидний: підвищення соціального капіталу, зменшення ізоляції, розвиток толерантності та креативності, а також розширення кругозору. Вище описаними методами бібліотеки забезпечують інклюзивність – доступність для різних вікових, соціальних і регіональних груп, включаючи людей з інвалідністю. Водночас існують виклики: необхідність оновлення фондів поп-культурними матеріалами, різкі адаптації під сучасні молодіжні тренди тощо з метою втримання наявної аудиторії та залучення нової.

Таким чином бібліотеки починають вести діяльність у соціальних мережах на кшталт TikTok/Shorts в Instagram тощо, завдяки чому можуть у форматі коротких відео інформувати людей про проведені заходи. Яскравим прикладом такої політики є Публічна бібліотека імені Лесі Українки, яка, крім основних інформаційних постів викладає короткі відео розважального та просвітницького характеру, які демонструють не лише моменти з проведених заходів, але й деякі тонкощі бібліотечної справи та моменти з робочого життя працівників бібліотечної установи [1].

## Висновки до розділу 1

На основі аналізу, проведеного у розділі 1 кваліфікаційної роботи, було визначено актуальність звертання уваги бібліотечними установами на поп- та гік-культури як вагомими соціальні феномени, а також інформаційні продукти, які генерують представники цих течій.

Після закінчення аналізу можна зробити висновок, що попри схожість термінів «спільнота за інтересами» та « субкультура» ці два слова позначають різні види спільнот. Якщо перший термін описує об'єднання людей на основі схожих смаків, то представники субкультур використовують предмети для об'єднання в якості соціального маркера, що робить їх у даному контексті принциповішими та радикальнішими.

Особливої актуальності тема набуває через те, що соціальні мережі тепер є основоположними способами комунікації поміж людьми.

Основоположним у розгляді було визначення поняття «поп-культури» як узагальненого закономірного об'єднання колективної інтелектуальної діяльності, а також «гік-культури» як індикатора найактивніших представників поп-культури.

Подібну аналогію можна навести й щодо спільнот за інтересами та субкультур: другі види об'єднань є конкретизованішими версіями перших.

Теоретична база дослідження ґрунтується на роботах провідних науковців, задокументованій діяльності бібліотечних установ і організацій, а також соціальних авторитетів.

Аналіз літературних джерел свідчить, що поп-культура як феномен має багаторічну історію розвитку. В епоху цифрових технологій представники популярних течій налагодили соціальну інтеграцію в спільноти за інтересами, а також забезпечили активнішу комунікацію поміж одне одним і ефективніше поширення своїх ідей.

Проаналізований світовий досвід впровадження інновацій у бібліотечній справі можна зробити висновок, що наразі відбувається активна гейміфікація освітнього процесу з метою поєднання просвіти й проведення дозвілля.

Досвід України в даному плані відстає від світових, проте через агресію Росії проти України бібліотечні установи почали активніше позиціонувати себе в якості центру культурної коренізації, а також збереження та поширення традиційних цінностей.

Загалом, узагальнення теоретичних підходів і аналіз світового досвіду підтверджують, що бібліотечним установам варто зважати на сучасні тренди й моду, аби залучати нових користувачів і втримувати старих.

Задokumentовані результати діяльності спільнот, подібні до зібраних коштів у межах конкурсу «Ukami Anime Awards» можуть допомогти бібліотечним установам у формуванні нових стратегій у сфері піару, а також виборі аудиторії, яку необхідно залучати з метою популяризації установи, а також покращення фінансових та репутаційних складових інформаційного центру.

## **РОЗДІЛ 2. ПРОДУКТИ ПОП–КУЛЬТУРИ ЯК ЗАСІБ СОЦІАЛІЗАЦІЇ**

### **2.1.Різновиди друкованих продуктів поп-культури**

Друкована продукція займає домінуючу частину бібліотечних фондів. Книги, брошури, мапи, картки та листівки, мапи – з цього та багато чого ще складається матеріальна складова бібліотеки.

У розумінні друкованих продуктів поп-культури будуть розглянуті твори, а також творчі формати, які користуються популярністю в сучасній молоді.

Проте для детального дослідження першого необхідно розібратися з формулюванням «творчого формату», яке притаманне не лише для фізичних, але й для електронних джерел інформації.

Як було зазначено в курсових роботах «Специфіка формату візуальної новели та інтеграція в інформаційну, бібліотечну та архівну справу», а також «Перспективи інтеграції та адаптації інформаційних продуктів у формат візуальної новели» , «творчий формат», за тлумачним словником української мови, позначає «структуру інформаційного об'єкта, що піддається обробці, зберіганню, передачі». Тобто, це набір елементів, що впливає на подачу інформації користувачу. Таким чином було визначено, що якщо поняття «жанру» відповідає на питання характеру інформації закладеної в продукт, то формат – це про те «як» інформація відтворюється та як користувач з нею взаємодіє.

Хоча це описувалося на прикладі цифрових продуктів, проте дане питання стосується й фізичних примірників.

Наприклад, класичні текстові книги попри деталізацію опису залишають для читача певний простір для фантазії та додумок щодо характеристик об'єкту, коли ілюстрації чітко демонструють вигляд цього самого об'єкту.

У даному контексті графічні романи або мальописи вирізняються через поєднання тексту та малюнку, що іноді призводить до декількох інтерпретацій зображуваної події через порядок читання текстових полів.

Проте навіть у середині мальопису як способу передачі інформації є декілька термінів, які зазвичай сприймається в якості вище описаного формату.

Конкретно це стосується такого виду мальописів як манга. Різниця продуктів, що носять дане найменування, від класичних американських коміксів заключається в розположенні корінця з протилежного боку, що змінює логіку сприйняття зображеного на кардинально протилежну. Тобто, мангу необхідно читати це зліва направо, а справа наліво. Через цю комбінацію європейського та азійського підходів є ймовірність прочитати її «неправильно» і доведеться перечитувати її знову, використовуючи інших порядок читання.

Проте так не завжди. З більшості манг вирізняється твір Мацудзи Джюко «Привид Києва». Дана манга видана за європейською книжковою традицією, де корінець знаходиться звично для європейців зліва. Проте порядок текстових полів залишається незмінним для японців і їх необхідно читати справа наліво згори вниз (дивитися Рис. 2.1). [52]



Рис 2.1: Манга «Привид Києва» та демонстрація зображення сторінок з неї

Про дану особливість зазначено на форзаці, проте цей твір надає новий спосіб споживання інформації через попередній обман очікувань. Через таку особливість варто сприймати даний твір як класичний комікс через матеріальну структуру чи як мангу на основі збереження традиційного для азіатів способу читання?

На думку автора, в даному питанні переважає аспект саме що викладу інформації, а структура видання має менше значення через те, що «Привид Києва» намальований та написаний японцем з дотриманням звичного для нього способом споживання інформації.

Також в контексті походження необхідно розглянути мальописи, які називають себе мангою, проте не є нею. Мова йде про Original English language manga (або OEL-манга). Даний вид є найпопулярнішим з-поміж «міжнародної манги» – офіційного терміну, що використовується до мальописів, натхненних оригінальною мангою, але авторами цих творів є іноземці. Також можна виділити такі види міжнародної манги як манфра (французька), манхва (корейська), маньхва (китайська) тощо. Усі раніше перелічені види повторюють структуру класичної манги як у фізичній структурі, так і у подачі інформації за тим самим алгоритмом (проте є окремі виключення). Якщо для корейців та китайців подібний виклад інформації є рідним, то автори манфри та інших європейських і американських видів міжнародної манги намагаються відтворити джерело натхнення [17].

З цього можна зробити висновок, що в плані подачі інформації манга надає новий досвід нестандартного для європейців ознайомлення з інформацією, проте цей термін коректніше позначає походження твору.

Такий самий новаторський досвід дарують книги з інтерактивними елементами, книги-квести з можливістю обирати розвиток сюжету, артбуки, які попри домінуючу візуальну складову часто виступають в

якості художніх енциклопедій, посібники та книги правил для настільних ігор та/або поєднання декількох цих елементів у межах одного видання.

Показовим прикладом поєднання останнього виду (конкретно в цій ситуації – артбуку з інтерактивними елементами) є свіжий інтерактивний альманах по відеогрі «S.T.A.L.K.E.R. 2: Heart of Chernobyl», який поступив у продажі 15.04.2026 і який скупили в перший день проведення акції за співучасті компанії розробника G.S.C. Game World та мережі супермаркетів АТБ.

Такі способи виклади інформації захоплюють популярність у молоді, проте класична текстова подача інформації залишається в більшості представників вище описаних видів. Саме по якості контенту закладеного в твір здебільшого формується враження про інформаційний продукт, коли форма допомагає спростити чи гейміфікувати споживання інформації.

Тому найпопулярнішими в молоді друкованими продуктами поп-культури залишаються текстові книги, згідно з дослідженням Українського Інституту Книги. Згідно з його аналізом купівель книг в межах державної програми «ЄКнига» для громадян 18-річного віку, манга становить 3,5% від загальних продажів та 5,6% зі списку всіх творів, які купляли протягом року. Відсоткові дані з цього списку щодо американських коміксів та інших мальовисів не досліджувалися [55].

Як зазначають у пості з результатами досліджень: *«Тобто, вона (манга) помітна, але не головна. Водночас це стабільний нішевий сегмент. Манга поступається за обсягами продажів іншим жанрам, однак вирізняється серійністю: читачі повертаються до наступних томів, потенційно формуючи довготривалий попит.»*

## **2.2. Цифрові продукти поп-культури**

Цифрові продукти поп-культури становлять в рази меншу частку від друкованих джерел, проте вони є найдинамічнішими і впливовими складовими сучасної гік-культури та інформаційного суспільства. На

відміну від друкованих форм, цифрові продукти існують у віртуальному просторі, що надає їм більшу інтерактивність, швидші способи поширення, а також економію фізичного простору для зберігання. Проте електронні продукти напряду залежать від характеристик пристрою, на якому їх намагаються відтворити.

Крім цього, електронні продукти, як зазначалося раніше, можуть виступати в якості способу комунікації між різними користувачами мережі Інтернет, а також змушувати користувача підлаштовуватися під нього.

Перша характеристика стосується соціальних мереж та всіх продуктів з можливістю спілкування онлайн, а друга вважається особливістю відеоігор через наявні цілі, перешкоди на шляху до них та правила, яких варто дотримуватися під час подолання цих самих перешкод.

Такий підхід змушує користувача (гравця) перевіряти певні свої характеристики (швидкість реакції, кмітливість, моторику рук тощо), за що при вдалій перевірці він отримує винагороду у вигляді інформації (частини сюжету або похвали).

Як було описано у вищезгаданих курсових роботах, візуальні новели часто сприймають як «жанр» відеоігор. Проте при проведеному аналізі термінів було визначено, що дані інформаційні продукти вирізняються своєю подачею інформації через статичні або напівстатичні зображення, текст та звук (останнє опціонально).

Завдяки цьому та механікам, що мають за мету не підлаштовувати споживача під себе, а якомога ефективніше інформувати його за будь-яких обставин, досвід від ознайомлення з візуальними новелами більше подібний до читання книги, ніж проходження відеогри.

Проте ці два види цифрових продуктів формувалися майже паралельно, тому інтерактивні елементи одне одного часто використовуються.

Проте при аналізі різних цифрових продуктів, які так чи інакше використовували чи намагалися використовувати елементи візуальних новел, їх було поділено на певні категорії за функціоналом:

-Ігри, що частково чи повністю імітують візуальні новели;

-Ігри, що використовують окремі елементи візуальних новел (запозичені елементи використовуються для інформування, але основних акцент зроблений на ігрових механіках);

-Візуальні новели в якості додаткової функції (зазвичай представляють з себе сюжетні кампанії в іграх або інтерактивні путівники);

-Візуальні новели, що використовують елементи відеоігор (наявність міні-ігор, що майже не впливають на ознайомлення);

-Оригінальні візуальні новели (без жодних геймплейних елементів).

Даний поділ демонструє, як можна поєднувати два різні способи подачі інформації: через статичний візуал, який не змінюватиметься до першої маніпуляції, а при випадковості дозволяє повернути не прочитану репліку назад, та динамічним ігровим процесом, який був розроблений спеціально для перевірки гравця.

Також такий підхід надає змогу грамотно адаптувати інші цифрові та фізичні інформаційні продукти під необхідний формат.

Крім соціальних мереж, месенджерів, відеоігор та візуальних новел варто згадати інші інтерактивні продукти, як то спеціальні екскурсії, туристичні тури, інформаційні продукти, які спеціально додатково підлаштували під технології доповненої та віртуальної реальностей, а також цифрові версії фізичних документів.

Ці форми інтерактивного контенту суттєво розширюють межі спільнот, переводячи фанатське захоплення з віртуального простору в реальний світ, створюючи гібридні форми досвіду або надаючи доступ до

інформації з примірника, який людина не може отримати у фізичному варіанті.

Спеціальні тематичні екскурсії та туристичні тури, присвячені всесвітам, перетворюють пасивне споживання контенту на цифрове паломництво. Технології доповненої та віртуальної реальності кардинально посилюють ефект занурення. Сьогодні вже існують офіційні VR-досвіди за «Зоряними війнами», «Marvel», «Assassin's Creed» тощо. Особливу увагу цій сфері надає компанія Ubisoft, яка створила інтерактивні тури по Стародавньому Єгипту (Рис. 2.1) та Собору Парижської Богоматері [28, 29].



Рис 2.2: Кадр з інтерактивного туру «Discovery Tour by Assassin's Creed®: Ancient Egypt»

Окрему категорію становлять цифрові версії фізичних документів і артефактів – цифрові копії книг, коміксів, скан-версії рідкісних видань, інтерактивні енциклопедії, фанатські бази даних, як то сервіс «Fandom» . Ці ресурси не просто зберігають інформацію, а роблять її живою та спільно створюваною. Будь-який гік може додати свою статтю чи видозмінити вже існуючу, що перетворює пасивне читання на активну співтворчість. Проте цей ефект працює так само, як і з «Wikipedia» ,

оскільки через активний перепис статті люди губляться в тому, де знаходиться правда.

Таким чином, сучасні інтерактивні продукти стирають межу між споживачем і творцем, між реальним і віртуальним простором. Вони дозволяють спільнотам існувати, комунікувати та творити.

### **2.3. Візуальна та інтерактивна складові як метод зацікавлення**

Передача інформації через зображення та взаємодію зі споживачем не є новітніми технологіями, що прийшли разом з цифровізацією. Ще за часів античності Сократ змушував своїх учнів шукати відповіді до питань, а перша писемність була саме у вигляді малюнків.

Теоретичну основу явища передачі інформації через візуальну складову пояснює Р. Майєр у своїй когнітивній теорії мультимедійного навчання. Він провів низку експериментів і сформулював принципи, які досі залишаються актуальними й донині [17].

Практична основа даної теорії полягає в тому, що людина схильна краще сприймати та запам'ятовувати під час створення ментальних репрезентацій знань з візуальних об'єктів. Дана теорія охоплює не лише предмети мистецтва, але й інфографіків, схем та інших документів, що застосовуються для передачі будь-яких даних.

Візуальна складова відіграє ключову роль у продуктах поп-культури, таких як комікси, манга, графічні романи та артбуки. Поєднання наративу з художнім зображенням дозволяє ефективно передавати емоційний стан персонажів, атмосферу подій та складні концепції без надмірного текстового навантаження.

Або взагалі без текстового навантаження, як це продемонстровано в збірці мальовисів «Катарсис», у якій лише перші дві історії передають змістову складову через текст. Всі інші історії зі збірки використовують лише візуальний сторітелінг [48].

У світлі мистецтва дана теорія підкреслює свою актуальність також випадками створення графічних адаптацій текстових творів, як то «1984», «451 градус за Фаренгейтом», класичних творів Говарда Лавкрафта тощо.

Ідея адаптацій класичних творів та надання їм інтерактивних функцій також не є новою. Існує багато відеоігрових адаптацій світової класики літератури кіно тощо.

Прикладами таких перенесень тексту у відеоігровий простір є VR-оповідь «Дагон», яка присвячена однойменному оповідання Говарда Лавкрафта або ж адаптація графічних романів «Тікопі» за авторства Оксани Ростиславівни [4, 6].

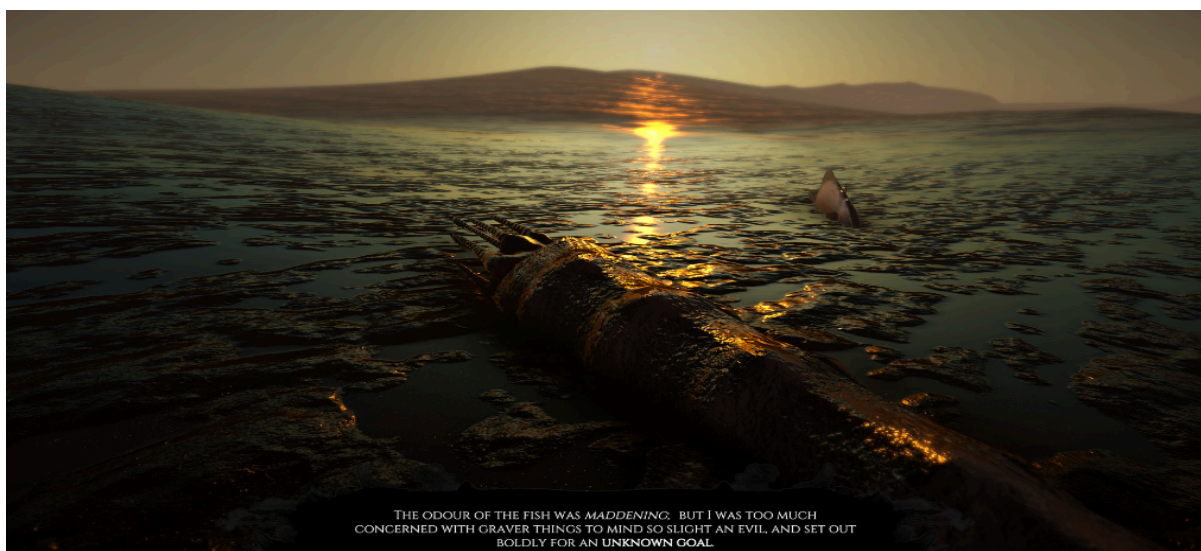


Рис. 2.2 та 2.3. Кадри з відеоігор «Dagon: by H. P. Lovecraft» (угорі) та «Tukoni» (унизу)

Через свою комбінацію усіх видів передачі інформації (через візуал, текст та звук) одночасно, а також завдяки наявній інтерактивній складовій відеоігри та візуальні новели можна вважати найкомплекснішими інформаційними продуктами.

Проте, як раніше було зазначено в курсових роботах, сприймання їх виключно в якості розваги – це урізання практичного потенціалу подібних проявів масової культури.

Хоча багатьма дослідниками вони розглядаються саме в контексті розваг та інколи навчання через ігровий процес, оскільки це 2 види програм з можливостями інтерактивної взаємодії, які являють собою спосіб декодування інформації.

Проте попри різницю поміж інформаційними форматами подібні інформаційні продукти при використанні їх для збереження та відтворення побутової, біографічної та інших видів інформації вони можуть стати невід’ємною частиною повсякденного людського життя.

До прикладу, вони можуть замінити звичні нам підручники, фотоальбоми, щоденники та навіть засоби комунікації тощо.

Особливо це стосується візуальних новел, оскільки їхня структура забезпечує максимальне інформування споживача при мінімальній взаємодії його з продуктом. Це дозволяє споживати інформацію в максимально комфортних умовах.

Проте дана тенденція може стосуватися й відеоігор, які можуть виконувати функції віртуальних екскурсій та месенджерів. Друга особливість здатна привернути до себе ще більше уваги користувачів, оскільки може задовольняти потреби людей у соціалізації.

Прикладами таких інформаційних продуктів є «VR Chat», objection.lol, чат-боти, що імітують спілкування з певним персонажем тощо.

У контексті візуальної складової також варто згадати за мультимедійні франшизи. Зазвичай власники таких наборів різноманітного медіа, що пов'язане одним сюжетом та персонажами, вдаються до розробки адаптацій оригінальної історії з метою піару та реклами основних продуктів шляхом залучення прихильників одного формату до глобальної франшизи. Залучення споживачів до глобальної франшизи відбувається за рахунок розбиття інформації по різних продуктах, які доповнюють одне одного.

Прикладом такої франшизи є так званий «Nasu Verse» , що поєднує в собі всі роботи автора Кіноку Нацу («Fate» , «Tsukihime», «Garden of Sinners» тощо). Особливість його історій (особливо аніме) в тому, що першоджерелом зазвичай виступають візуальні новели, в яких розвиваються й донині різні фінали. Через це сформувався своєрідний культ заплутаності серії «Fate», оскільки глядачам аніме важко зрозуміти порядок споживання інформаційних продуктів (див. рис. 2.4)

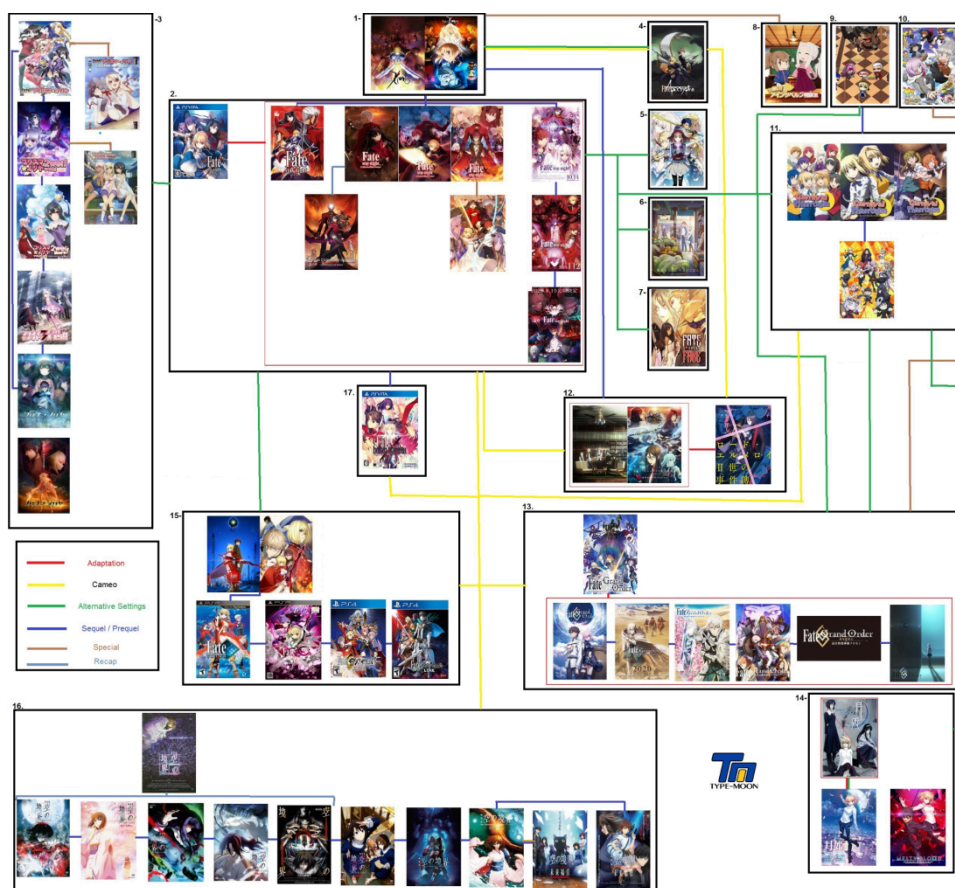


Рис 2.4. Фанатська схема порядку ознайомлення з франшизою «Nasu Verse»

Також франшизою може виступати набір комерційних інформаційних продуктів, які переповідають одну й ту саму історію, але в різних форматах (манзі, аніме, романах тощо).

Проте під час створення адаптації автор може з власного бажання видозмінити певні деталі, які згодом почав вважати помилками під час створення першоджерела або з метою глобального переосмислення його.

Прикладом такого виду франшизи є «Neon Genesis Evangelion». Повнометражні фільми з серії «ребілдів» представляють з себе не просто переоповідання історії Шінджі Ікарі з оновленою графікою, а кардинально видозмінюють мораль твору. При цьому ці повнометражні фільми можна спокійно дивитися без ознайомлення з оригінальною мангою чи аніме 1995–го року.

Другий тип франшиз є привабливим для кінцевого споживача, оскільки перед ним немає інформаційного бар'єру у вигляді ознайомлення з великою кількістю адаптацій чи відгалужень для споживання того чи іншого інформаційного продукту. Проте якщо йому сподобається перше знайомство з франшизою, то інші адаптації нададуть йому нову інформацію, яка може справити позитивне враження.

Проте перший варіант більше схиляє людей до дослідження щонайменше хронології виходу творів, а також соціалізації як можливого способу дослідження: прохань порад у людей, які розбираються в тонкощах франшизи, ознайомлення з посібниками, обговорення тощо.

Для бібліотечних установ франшизи є не лише можливістю залучити нову аудиторію за рахунок наявних нових видань улюбленої серії прихильників, але й способом розвиватися в мультимедійному векторі.

Для бібліотек розуміння різновидів та кількості франшиз відкриває великі можливості. Бібліотечні установи при обізнаності працівників можуть створювати тематичні фонди та заходи навколо популярних франшиз, робити тематичні кутки, що присвячені конкретній франшизі, проводити перегляди серіалів та фільмів, що є доповненнями чи адаптаціями знайомих користувачам творів тощо. Це дозволяє залучати молодь, формувати спільноти за інтересами та підвищувати відвідуваність.

Таким чином, сучасні медіа-франшизи можуть стати для бібліотек дечим більшим за низку різноманітних комерційних інформаційних (і не тільки) продуктів. Вони представляють з себе потужні культурні системи, що формують ідентичність, спільноти та способи споживання контенту в XXI столітті. Їхня типологія допомагає зрозуміти, як саме поп-культура та окремі твори зокрема захоплюють аудиторію на десятиліття.

Популярні серії на кшталт «Гаррі Поттера», «Наруто» та інші вплинули на формування не одного покоління й встигли стати класикою свого жанру. Подібні еталонні серії різних жанрів і форматів у комбінації з

подібними до них новинками можуть позитивно вплинути на популярність бібліотечних установ та спонукати читачів різних вікових категорій.

Мінусом таких серій є те, що для реалізації подібної стратегії необхідно залучити достатню кількість матеріальних ресурсів (зокрема грошей) для закупівлі інформаційних продуктів, можливого обладнання для відтворення інформації (програвачі, консолі) тощо.

### **Висновки до розділу 2**

Проведений у розділі 2 кваліфікаційної роботи аналіз дозволив підтвердити декілька тез:

1. Попри розвиток цифрових технологій, основою бібліотечних фондів залишають фізичні примірники, і в межах продуктів масової культури вони так само домінують над цифровими.

2. Поняття «жанру», що вказує на характер закладеної в продукт інформації чи то художньої літератури, чи то науково-методологічної, та «формату», який вказує на структуру інформаційного продукту та способи викладу інформації, мають величезну різницю.

3. Мальописи, поєднують у собі візуальну та текстову складову, мають декілька кардинально різних підвидів, що надають споживачу досвід нової для себе логіки споживання інформації.

3. Термін «манга», крім того, що позначає інформаційні продукти, побудовані за трохи інакшою структурою ніж класичні американські комікси, ще й напряду інформує про національність автора, як і інші види «міжнародної манги» (манхва, маньхва, манфра тощо).

4. Попри спрощений виклад інформації манга є помітною, але не домінуючою нішею в Україні;

5. Відеоігри відрізняються від інших інтерактивних продуктів формуванням випробування для гравця в межах цифрового простору для перевірки певних навичок гравця;

6. Друковані продукти поп-культури мають високу матеріальну цінність для спільнот: колекціонування, обмін, підписані видання та лімітовані тиражі стають способом демонстрації статусу всередині культурного об'єднання;

7. Спрощення інформатизації завдяки візуалізації та гейміфікації – не мода, а перевірена часом технологія;

Дані результати доводять, що на даний момент молодь більше цікавлять не стільки сам зміст (хоча і він теж), способи споживання інформації. Продукти масової культури вирізняються не лише глибокими сюжетами, але й різноманіттям підходів до викладу інформації, завдяки чому кожна людина може підібрати для себе зручний формат ознайомлення з історією.

## **РОЗДІЛ 3. СВІТОВІ ТА ВІТЧИЗНЯНІ БІБЛІОТЕКИ ЯК ЦЕНТРИ ПОП-КУЛЬТУРИ**

### **3.1. Насиченість вітчизняних та закордонних бібліотек продуктами поп-культури**

Популяризація бібліотек напряму залежить від кількості продуктів поп-культури в її фондах, а також виділення акценту на них. У світі використовують практику формування окремих стендів з тими ж мальописами, а також ведення окремої статистики щодо різних інформаційних форматів і жанрів.

Особливо це проявляється в США, де мальописи та інші продукти поп-культури можна знайти в будь-якій бібліотеці, починаючи від шкільних і закінчуючи установами для дорослих.

Дана тема є дуже спекулятивною в межах українських бібліотечних установ. Якщо світові бібліотеки намагаються якомога яскравіше виділяти мальописи та інші продукти поп-культури серед інших, то українські бібліотеки позиціонують їх як частину художньої літератури.

Було проведено експеримент в межах якого було обійдено 5 бібліотек міста Києва: бібліотеку Київського столичного університету імені Бориса Грінченка, Бібліотеку імені Петра Панча, Бібліотеку ім. Валі Котика для дітей, Центральна публічна районна бібліотека «Почайна» та Національну бібліотеку імені Ярослава Мудрого. До кожної з них при відсутності відкритих даних про літературу поступало прохання в межах кваліфікаційної роботи дослідити статистику активності позичення продуктів поп-культури.

У результаті лише університетська бібліотека змогла надати приблизні дані щодо запозичень на базі програми для подарованих книг, більшість з яких становить мальописи:

№	Назва	Кількість позичень
1	Bloodborne. Том 2. Жага зцілення / сценарій А. Кот ; художник П. Ковальський ; перекладач Р. Гардашук; колір Б. Сімпсон, 2021. - 112 с.	2 (2024)
2	Bloodborne. Том 3. Вороняча пісня / сценарій А. Кот ; художник П. Ковальський ; переклад Р. Гардаш, 2023. - 112 с.	3 (2024)
3	Bloodborne. Том 4. Запона, роздерта на ключчя / автор сценарію А. Кот ; художник П. Ковальський ; редактор О. Чабанова ; перекладач Р. Гардашук, 2024. - 112 с.	1 (2024) та 2 (2025)
4	Інша. Перша чверть /сценарій А. Юкіто ;малюнки К. Хіро ; переклад А. Скотар ; редактор Н. Коваль, 2019. - 150 с.	6 (2024) та 2 (2025)
5	Інша. Друга чверть / сценарій А. Юкіто ; перекладач А. Скотар, 2020. - 150 с.	4 (2024) та 2 (2025)
6	Інша. Третя чверть / сценарій А. Юкіто ; малюнок К. Хіро ; переклад А. Скотар, 2023. - 189 с.	1 (2024) та 2 (2025)
7	Інша. Четверта чверть / сценарій А. Юкіто ; малюнок К. Хіро ; переклад А. Скотар, 2022. - 180 с.	1 (2024) та 2 (2025)
8	Ідзумі, Міцу. Чарівник бібліотеки. Том 1 / Міцу Ідзумі ; переклад Т. Сандрович, 2022. - 150 с.	11(2024)

9	Ідзумі, Міцу. Чарівник Бібліотеки. Том 2 / Міцу Ідзумі ; переклад Т. Сандрович, 2022. - 160 с.	1 (2024)
10	Ідзумі, Міцу. Чарівник Бібліотеки. Том 3 / Міцу Ідзумі ; переклад О. Беліков, 2023. - 180 с.	1 (2024)
11	Ідзумі, Міцу. Чарівник Бібліотеки. Том 4 / Міцу Ідзумі ; переклад О. Беліков, 2024. - 232 с.	11 (2024) та 6 (2025)
12	Асано, Інію. Саланін. Том 1 / Інію Асано ; редактор О. Горло ; відповідальний редактор І. Олешко коректор М. Гнатюк ; верстка Д. Зайцев ; директор проекту Г. Перон, 2023. - 206 с.	6 (2024) та 6 (2025)
13	Асано, Інію. Соланін. Том 2 / Інію Асано ; перекладач О. Горло ; літературний редактор О. Лісевич ; відповідальний редактор І. Олешко ; логотип Є. Чепугова ; верстка Д. Зайцев ; директор проекту Г. Перон, 2023. - 264 с.	1 (2024)
14	Цуцуї, Тецуя. Пророцтво. Том 1 / Тецуя Цуцуї ; переклад О. Макарова, 2022. - 226 с.	1 (2024)
15	Цуцуї, Тецуя. Пророцтво. Том 2 / Тецуя Цуцуї ; перекладачка О. Макарова ; редакторка В. Пасічна, 2022. - 205 с.	1 (2024)
16	Цуцуї, Тецуя. Пророцтво. Том 3 / Тецуя Цуцуї ; перекладач О. Макарова, 2024. - 226 с.	12 (2024) та 5 (2025)

17	Туалетний привид Ханакo: манга : літературно-художнє видання для аудиторії від 12 років : пер. з яп. Том 1 / перекладач В. Трущак, 2023. - 184 с.	6 (2024) та 2 (2025)
18	Тобосо, Яна. Темний дворкецький : пер. з яп. Том 1 / Яна Тобосо ; перекладач Ю. Саржан, 2023. - 194 с.	5 (2024) та 2 (2025)
19	Суу Морішіта Кохання на кінчиках пальців. Том I / суу Морішіта ; відп. редактор І. Олешко ; перекладач О. Горло, 2024. - 150 с.	5 (2025)
20	Хірако, Вака. Моя зломлена Маріко : пер. з яп. / Вака Хірако ; перекладач А. Омельченко ; редактор І. Олешко, 2024. - 202 с.	6 (2025)
21	Bleach The death and the Strawberry. Volume 1 / Bleach, 2008. - 190 p.	1 (2025)
22	ふめつのやらぼ 鬼滅の刃. 1 / ふめつのやらぼ, 2020. - 160 p.	3 (2025)
23	小早川ハルヨシ ブレイブルー キメリカルコンプレックス / 小早川ハルヨシ, 2022. - 260 p.	1 (2025)
24	石田 スイ 東京喰種. Vol. 1 / 石田 スイ, 2021. - 225	1 (2025)
25	駒尾真子 BLAZBLUE. ブレイブル / 駒尾真子, 2011. - 262 p.	1 (2025)

Таблиця 3.1 показує, скільки разів студенти Київського столичного університету імені Бориса Грінченка позичали мальописи протягом певних

років в університетській бібліотеці, що дозволяє зробити висновок про популярність певних видів видань в залежності від мови, формату тощо.

Повна статистика має в собі аналіз понад сотні примірників, проте в даній кваліфікаційній роботі було виділено найпопулярніші серії. Інші бібліотеки або не мають подібних даних, або ж вона присутня завдяки фізичним формулярам, у яких ставляться відмітки під час позичання та повернення книги.

Дана статистика демонструє зацікавленість членів студентства у вищезазначених виданнях і формування невеликої, проте активної споживацької аудиторії. Видання іноземними мовами користуються меншою популярністю за твори українською, проте їх також читають.

Такий відносно невеликий попит на кожен книгу окремо може бути через те, що в бібліотеці налічується понад 300 графічних видань (манги, коміксів, артбуків тощо разом узяті).

У закордонних бібліотеках асортимент популярних видань значно вищий. Дана тенденція просліджується не лише через помітну різницю виданої літератури, але й через наявність необхідного обладнання та інфраструктури, а також ставлення працівників бібліотек до різних форм інформації.

Для прикладу було досліджено міську бібліотеку Інсбруку (Німеччина) [16]. Крім вже зазначених раніше манги та коміксів (від 446 до 627 видань), у бібліотеці представлені аудіо-книги, можливість оренди фільмів, серіалів і музики на прокат тощо.

Також як приклад спеціалізованої установи було розглянуто Бібліотеку історії розробки відеоігор [32]. Дана некомерційна організація представлена у вигляді цифрової бібліотеки та архіву з тисячами відцифрованих матеріалів, присвячених відеоіграм. Серед них є як промо-матеріали, так і спеціалізована література, інтерв'ю з розробниками тощо.

Дана ініціатива має за мету дослідити історію розробки відеоігор та формування індустрії інтерактивних цифрових розваг, а також надати можливість іншим користувачам вільно досліджувати історію їхньої улюбленої відеоігри.

Подібні приклади демонструють те, що в інших країнах краще розвинута медіаграмотність, завдяки чому інформаційні продукти чітко поділяються на конкретні категорії, яким присвячують окремі дослідження та інформаційні установи та ресурси.

### **3.2. Популяризація бібліотечної справи через поп-культуру (міжнародний досвід)**

У сучасному світі поп-культура є впливовим інструментом, який може радикально змінити образ бібліотек. Якщо раніше бібліотеки були «пристанцем з пилом на полицях і суворим бібліотекарем в окулярах», то сьогоднішня поп-культура схильна ідеалізувати бібліотеку як магічну, авантюрну, романтичну, інтелектуально плідну. Фільми, серіали, книги, відеоігри та анімація роблять бібліотеки привабливими для молодого покоління, підвищують видимість установи та залучають нових відвідувачів, а також віддають дань пошани професії [25].

Так, з міжнародним досвідом бібліотеки, коли вони з'являються в улюблених наративах мільйонів, більше не залишаються нудними, а стають інтегрованими в сучасну культуру. Однією з популярних репрезентацій бібліотекарів у поп-культурі є фільм 1996 року «Матильда» (адаптованому з книги Роальда Даля). Маленький геній тікає з дисфункціонального дому до місцевої бібліотеки, де годинами читає. Бібліотека здається місцем свободи, мудрості, особистісного зростання.

Руперт Джайлз – один з найпопулярніших бібліотекарів завдяки поп-культурному серіалу «Баффі – винищувачка вампірів», де шкільна бібліотека стає епіцентром битви зі злом, серцем знань про демонів, магію та зло. Джайлз розумний, інтелектуальний, начитаний, але досить

архаїчний, проте цілком здатний. Його образ ілюструє бібліотекаря не як охоронця тиші, а як героя, наставника та детектива.

У серії «Гаррі Поттер» бібліотека Гогвортсу є джерелом істини, яку зазвичай намагаються приховати. Багато фанатів зізналися, що після цих книг вони мріяли про роботу в бібліотеці. У фільмі «Мумія» (1999) головна героїня Евелін Карнахан – неохочий бібліотекар, яка стає героїнею пригод. У серіалі «Пісочний чоловік» від Netflix бібліотекарка Люс'єн наглядає за величезною Бібліотекою Снів [1; 25].

Про образ бібліотекаря не забувають і в Азії. Проте автори деяких творів не просто додають бібліотеку чи бібліотекаря в сюжет, а розгортають окремі сюжети довкола бібліотечної справи та її аспектів.

Яскравими прикладами подібних продуктів поп-культури є манга «Чарівник Бібліотеки» за авторства Міцу Ідзумі [53-58] , а також «Сходження Буквоїжки. Я зроблю все, щоби стати бібліотекаркою», яку написала Мія Кадзуї [45-47] .

Дані твори, хоча й розрізняються тим, що перша манга зосереджена виключно на бібліотечній справі, а друга – на синтезі бібліотечної та видавничої справ, проте в них є спільна мораль у вигляді висвітлення бібліотек як місця доступу до знань, куди можуть звернутися по допомогу всі пригноблені та ті, хто за певних обставин не може собі дозволити книги.

Проте також дані твори («Чарівник Бібліотеки» зокрема) порушують питання расизму, релігії, інклюзивності, толерантності, ставлення до бібліотечної справи з боку суспільства, не бояться підкреслювати проблемні моменти бібліотек. Таким чином казкове фентезі з елементами реальної бібліотечної справи розкриває актуальні проблеми сьогодення в легкій для сприйняття візуально-текстовій формі.

«Сходження Буквоїжки» в свою чергу підкреслює цінність кожної з книг не лише через інформацію, що в неї закладена, але й з точки зору

складності виробництва та як наслідку помітного дефіциту (події відбуваються у світі, натхненному європейським Середньовіччям). У кінцевому результаті дана манґа не лише на теорії, але й на практичних прикладах переповідає історію книгознавства.

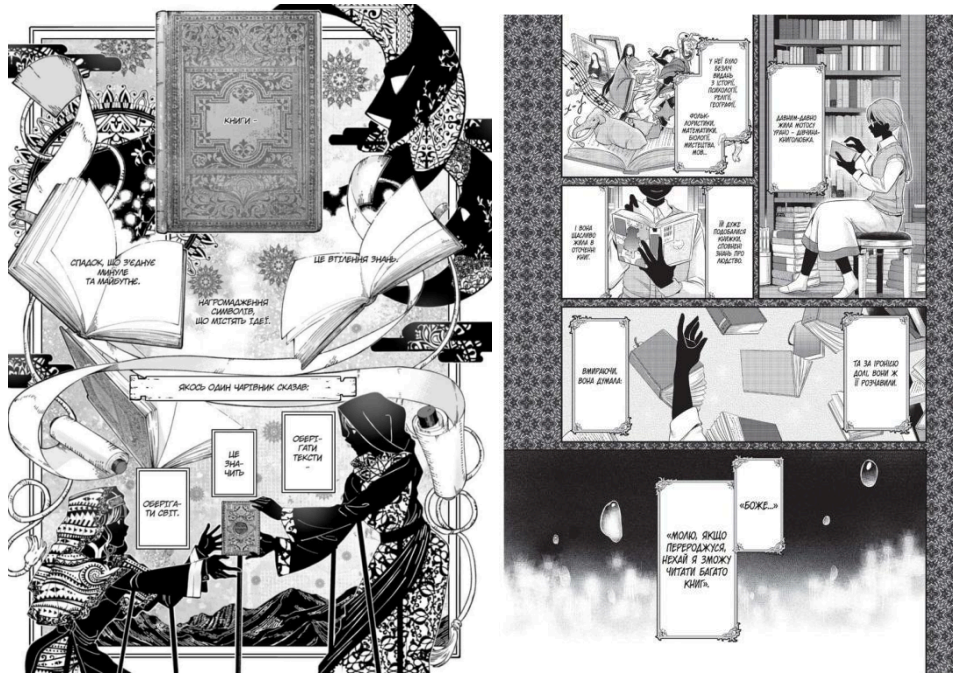


Рис 3.1 та 3.2 Зображення з манґи «Чарівник Бібліотеки». Том 1 (ліворуч) та «Сходження Буквоїжки. Я зроблю все, щоби стати бібліотекаркою» (праворуч)

Подібні твори можуть популяризувати бібліотечну справу не лише середньостатистичних споживачів контенту, але й студентів, які тільки почали своє навчання за даним фахом.

Ці образи працюють, коли вони переносять бібліотеку з пасивного простору в активний простір – простір для трансформації, романтики та пригод.

Відеоігри також активно використовують бібліотеки як локації. У рольових іграх бібліотеки є джерелами відповідей на всі або більшість питань, якими задається головний герой та гравець під час проходження.

Прикладом інтерпретації бібліотек у відеоіграх є друга частина серії ігор «Darksiders», у якій головний герой на ім'я Смерть змушений в певний момент дістатися до янгольської бібліотеки, аби очистити світ від порчі [9].

Крім цього, американські бібліотеки видають відеоігри (включаючи з рейтингом «М» для дорослих), щоб залучити нову аудиторію. Бібліотеки проводять ігрові клуби, турніри, а також є приклади створення та реконструкцій бібліотечних установ всередині гри та інтеграції частини бібліотечних фондів у віртуальний простір (дивитися рис. 3.3 та 3.4) [12].

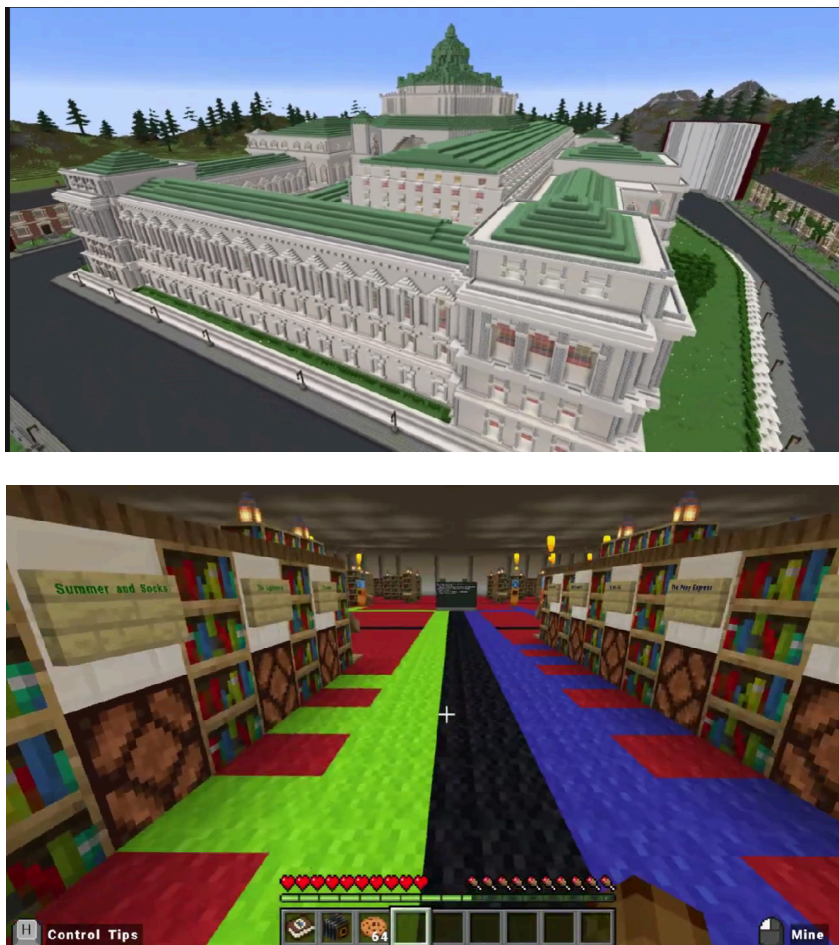


Рис. 3.3 та 3.4. Відтворення бібліотеки

Подібні практики виділяють бібліотеки не лише в межах країни, але й усього світу, оскільки в наш час завдяки цифровим технологіям люди практично не обмежені в інформації та здатні доєднуватися до проєктів у віртуальному просторі.

Це сприяє активній міжнародній соціалізації, вивченню мов, а також обміну досвідом поміж споживачами з різних країн.

Також сприянню інформування про діяльність бібліотеки сприяє офіційне відвідування представників установи тематичних заходів, фестивалів, конвенцій та конгресів та їхня активна участь у них.

Прикладом подібної активної громадської діяльності в сфері поп-культури є Меморіальна бібліотека та архів Кушинга в Техаському університеті А&М, яка спеціалізується на збиранні, збереженні та дослідженні інформаційних продуктів жанру наукової фантастики [2].

За словами працівників закладу, подібні ініціативи позитивно впливають на впізнаваність бібліотеки по обличчям. Крім цього, такі заходи допомагають налагоджувати зв'язки з іншими бібліотечними, архівними установами, а також у збиранні колекцій, до чого долучаються небайдужі відвідувачі.

В Україні також відбуваються подібні співпраці поміж бібліотечними установами та організаторами публічних заходів. Прикладом такої співпраці є програма «Книжковий Арсенал у твоїй бібліотеці», суть якої полягала в організації просвітницьких онлайн-лекцій та вебінарів у межах фестивалю «Книжковий Арсенал». Заходи відбувалися за ініціативи Української Бібліотечної Асоціації, а також інших бібліотечних установ [50].

### **3.3. Стан та досвід використання продуктів поп-культури в бібліотеках України**

Попри вище описану критику українських бібліотек у розділі 3.1, варто віддати належне, що вони поступово перетворюються на сучасний культурний та педагогічний простір, який може конкурувати з зарубіжними установами.

Найменш розвинена та активна сфера українських бібліотек — видача фізичних відеоігор (консолі + диски). Це все ще рідкість в Україні, на відміну від багатьох світових бібліотек.

Найяскравішим задокументованим прикладом (і майже єдиним) надання у використання відеоігор в межах українського бібліотечного простору є стаття Євгена Забіянова «Бібліотечний театр та відеогеймінг», у якій зазначається, що користувачі в межах одного заходу мали доступ до відеоігрових консолей Atari, Famicom та подібних до них [44]

Якщо відеоігри й з'являються в бібліотечних установах, то у фізичному варіанті: на дисках, картриджах, попередньо завантажених на консолях тощо.

Подібна тенденція спричинена тим, що наразі фізичні носії простіше систематизувати та вести їхній облік, що напряду впливає на протидію піратству. Електронні копії ж мають недолік у вигляді того, що користувачі більшості цифрових платформ отримують не сам інформаційний продукт у вигляді візуальної новели чи відеоігри, а лише ліцензію на користування, через що власник платформи може обмежувати доступ тих чи інших користувачів до продукту. Виключенням з цього правила є платформа GOG, де покупці отримують копію гри в повноцінну власність.

Вирішенням цього питання може стати використання бібліотечними та архівними установами програмного забезпечення, що розраховане на сучасні кіберклуби та інтернет-кафе.

Прикладами такого програмного забезпечення є SENET [20] та iCafeCloud [13]. Ці програми надають змогу контролювати процеси на комп'ютерах в закладі та надають доступ до захищених акаунтів офіційних цифрових платформ відеоігор з наповненою бібліотекою ігор.

Подібне програмне забезпечення розповсюджується за платною підпискою й своїм функціоналом є подібним до баз даних.

Таким чином при наявності фінансових ресурсів інформаційна, бібліотечна чи архівна установа здатна надавати своїм клієнтам захищені цифрові бібліотеки з відеоіграми й візуальними новелами на основі вже готових сервісів або власного новоствореного програмного забезпечення, що наближене до бібліотечного програмного забезпечення.

Проте відсутність відеоігор на даному етапі ще не означає, що гейміфікація українських бібліотек не відбувається. Українські бібліотеки надають інтерактивні послуги, проте ще не використовують для цього цифрові технології.

Періодично в читальних залах проходять тематичні квести та ігри на основі популярних франшиз (наприклад, за мотивами «Гаррі Поттера»), де команді з певної кількості учасників надається низка задач чи загадок, які необхідно вирішити в конкретному порядку для отримання винагороди [39].

Подібні заходи організовуються не лише з розважальною метою, але й для того, щоб діти навчилися користуватися послугами бібліотеки, краще вивчали бібліотечні фонди та розвивали інтелектуальні та комунікативні навички.

Також в бібліотечні фонди українських бібліотек додаються настільні ігри, а також формуються спеціалізовані підрозділи.

Таким чином у Центральній бібліотеці м. Києва імені Тараса Шевченка була відкрита перша бібліотека настільних ігор в Україні в межах експериментального формату. При демонстрації позитивних результатів досвід гейміфікації бібліотечного простору має розповсюдився на інші бібліотечні установи.

Крім цього, в Україні фіксуються приклади співпраці відомих брендів з культурними установами.

Свіжим та характерним прикладом схожої співпраці авторів популярної вітчизняної франшизи з закладами культури є відкриття зали,

присвяченої відеогрі «S.T.A.L.K.E.R.» у Національному музеї «Чорнобиль», що відбулося на честь 40-ї роковини з трагедії на ЧАЕС. Як зазначається в статті, співпраця не обмежується лише інформаційним куточком. У межах співпраці з музеєм компанія GSC посприяла збору історій жертв аварії на ЧАЕС. [64].

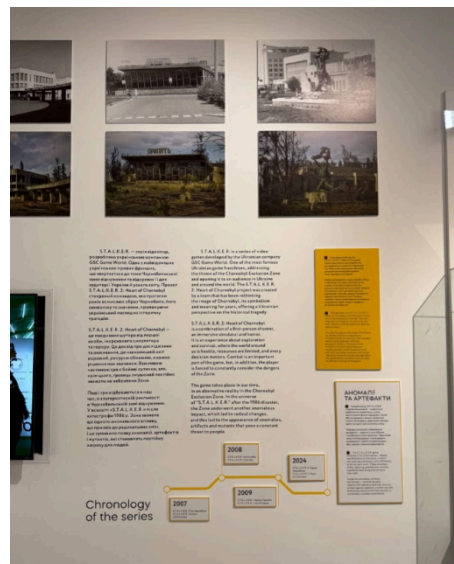


Рис. 3. 3 та 3.4 Зображення з присвячені серії ігор «S.T.A.L.K.E.R.» у музеї «Чорнобиль»

Подібні ініціативи вкотре демонструють те, наскільки сильно індустрії певних інформаційних продуктів інтегровані в загальну (та навіть національну) культуру людей.

### Висновки до розділу 3

Проведений у розділі 3 кваліфікаційної роботи аналіз дозволив визначити:

1. Світові бібліотеки не лише інтегрують продукти поп-культури в своє середовище, але й самі намагаються стати частиною фанатських спілок;

2. Бібліотеки Києва здебільшого не ведуть статистики зацікавленості користувачів у продуктах поп-культури;

3. Хоча українські бібліотеки комунікують з видавництвами для поповнення фондів сучасною літературою, проте більшість книг досі приходять від читачів;

4. Студентство Київського столичного університету імені Бориса Грінченка зацікавлене в продуктах поп-культури (мальовисів зокрема);

5. Документальні мальовиси, візуальні новели, відеогри, а також інтерактивні екскурсії чи посібники можуть стати причиною нового погляду на відомі факти, а також унікальним елементом піару бібліотечних і архівних установ;

6. Працівники закордонних бібліотек чітково ділять медіа на певні групи, а деякі установи присвячують свою діяльність конкретним з них;

7. Бібліотеки та бібліотекарі – не просто джерело поп-культури, але і його елемент, який проявляється в художній літературі, мальовисах тощо;

8. Гейміфікація українських бібліотек відбувається, проте здебільшого поки що не стосується відеоігор;

9. Прослідковуються колаборації культурних установ з творцями продуктів масової культури, що впливає на осучаснення фізичного простору установи.

Таким чином, можна стверджувати, що, попри не найкраще порівняння українських бібліотек зі світовими в галузі залучення та

розповсюдження продуктів поп-культури, при наявності та/чи залученні компетентних спеціалістів у сфері мультимедійних технологій, українські бібліотеки можуть не лише залучити нових клієнтів, але й популяризувати бібліотечну справу як цікаву та перспективну дисципліну серед споживачів.

Попри помітне відставання українських бібліотек від закордонних, вітчизняна бібліотечна справа не стоїть на місці та готова до експериментів, які при досягненні успіху можуть розповсюдитися по всій країні.

## ВИСНОВКИ

Сучасна бібліотечна справа в Україні та світі перебуває на етапі глибокої трансформації, зумовленої цифровізацією, зміною інформаційних потреб суспільства та впливом глобальної поп-культури. Проведене в даній кваліфікаційній роботі комплексне дослідження теоретичних засад формування спільнот за інтересами, ролі продуктів поп-культури в соціалізації та практичного досвіду їх використання в бібліотеках підтверджує, що поп-культура була, є та буде одним із ефективних інструментів модернізації бібліотечної діяльності в XXI столітті.

Аналіз теоретичних основ показав, що спільноти за інтересами (субкультури) еволюціонували від традиційних офлайн-груп, які зародилися ще в стародавні часи, до динамічних цифрових об'єднань, члени яких можуть навіть не побачити одне одного вживу. У сучасному інформаційному просторі вони формуються навколо продуктів поп-культури (книги, відеоігри, манга, комікси, візуальні новели, серіали), поєднуючи споживання контенту з активною співтворчістю (фан-арт, модифікації, косплей, стріми). Концепція культури співучасті Г. Дженкінса, теорія мультимедійного навчання Р. Майєра та дослідження українських і зарубіжних вчених (Д. Белов, В. Щербина, І. Батарейна та ін.) підтверджують, що поп-культура не лише задовольняє інформаційні та розважальні потреби, але й розвиває креативність, соціальні навички, цифрову грамотність, а також сприяють соціалізації. Особливо це актуально для молоді, яка часто відчуває себе відірваною від традиційних інституцій [36].

Дослідження продемонстрували, що для зацікавлення нової аудиторії форма подачі інформації відіграє не меншу роль за сам зміст.

Дослідження друкованих та цифрових продуктів масової культури продемонструвало їхню високу соціалізуючу силу. Друковані форми (манга, графічні новели, комікси, артбуки, інтерактивні видання)

поєднують візуальну привабливість з текстовим нарративом, створюючи новий досвід споживання інформації. Цифрові продукти (відеоігри, візуальні новели) додають інтерактивність і гейміфікацію, перетворюючи споживання на активну взаємодію.

Візуальна та інтерактивна складові, відповідно до принципів Р. Майера, значно підвищують залученість і запам'ятовування. В Україні спостерігається стабільний попит на україномовні переклади манги та коміксів, хоча їхня частка в загальних продажах і бібліотечних фондах ще залишається нішевою.

Порівняльний аналіз міжнародного та вітчизняного досвіду виявив суттєві відмінності. У світі (США, Європа) бібліотеки активно інтегрують поп-культуру: видають відеоігри для консолей, створюють великі колекції коміксів і манги, проводять квести, турніри та поп-ап виставки. Яскравим прикладом є Бібліотека історії розробки відеоігор, яка стала першим спеціалізованим цифровим архівом історії розробки ігор. Бібліотека Конгресу США зберігає тисячі ігор як культурну спадщину. В Україні такий підхід лише набирає обертів. Найпоширенішими є тематичні квести за мотивами «Гаррі Поттера», ігротеки з настільними іграми, бібліотечний театр та окремі заходи з відеогеймінгом. Статистика позичань у бібліотеках Києва (на прикладі Київського столичного університету ім. Б. Грінченка) підтверджує зацікавленість студентства в манзі та коміксах, а також певне не розуміння працівників бібліотек самотності та унікальності графічних видань. Водночас видача фізичних відеоігор і систематичне формування великих тематичних фондів ще не набули масового характеру та залишаються разовими проявами ініціативи окремих людей.

Отримані результати дозволяють стверджувати, що впровадження продуктів поп-культури в діяльність бібліотек має значний потенціал для вирішення ключових завдань сучасної бібліотечної справи:

- Залучення нової аудиторії, особливо молоді та підлітків;
- Формування читацької культури через знайомі та емоційно привабливі формати;
- Підвищення соціальної значущості бібліотек як культурних і комунікаційних хабів громади;
- Психологічна підтримка населення в умовах воєнного стану (заходи для ВПО, терапевтичний ефект читання та ігор);
- Збереження та популяризація української культурної ідентичності через україномовні переклади та локальні проєкти.

Разом з тим, дослідження виявило низку проблем, які стримують ширше використання поп-культури: обмежене фінансування, недостатня матеріально-технічна база (особливо для видачі ігор), брак спеціалізованої підготовки кадрів та консервативне сприйняття «несерйозних» форматів деякими працівниками. Статистика позичань і відсутність системного обліку тематичних фондів у більшості бібліотек Києва свідчать про необхідність удосконалення управлінських підходів.

Перспективи розвитку напряму пов'язані з реалізацією концепції Нової української школи, де бібліотека має стати ресурсним центром з акцентом на інтерактивність і компетентнісний підхід. Подальше впровадження гейміфікації, створення повноцінних ігротек, розширення фондів коміксів, манги та графічних новел, активне використання соціальних мереж, співпраця з видавництвами та геймерською спільнотою, а також системне вивчення попиту користувачів дозволять українським бібліотекам не лише наздогнати міжнародні стандарти, а й запропонувати власні інноваційні моделі.

Усі вище описані дії можуть залучити не просто нову аудиторію, а платіжоздатних людей, що може позитивно вплинути на фінансове становище бібліотечних установ в Україні.

Таким чином, поп-культура – це не тимчасова тенденція, а стратегічний інструмент модернізації бібліотечної справи. Її грамотна інтеграція дозволяє бібліотекам залишатися актуальними в цифрову епоху, виконувати просвітницьку місію та формувати активні, творчі спільноти. Подальші дослідження та практична робота в цьому напрямку сприятимуть підвищенню суспільного статусу бібліотек, зміцненню їхньої ролі в культурному та соціальному житті України, а також забезпечать ефективну адаптацію бібліотечних установ до викликів сучасності.

Отже, кваліфікаційна робота довела, що комплексний підхід до продуктів масової культури різних форматів не варто обходити стороною. Дослідження сучасних трендів та популярних творчих форм викладу інформації можуть впливати на залучення до бібліотечного простору конкретних споживачів та сформувати індивідуальну особливість, що може перерости в нову політику та стратегію бібліотеки.

Подальші перспективи в даному напрямку в Україні полягають у обміні досвідом поміж авторами різних ініціатив, перейманні корисних знань та інтеграції та/чи адаптації новітніх інформаційних послуг у бібліотечну установу. Реалізація даних дій можлива за умови переосмислення ставлення до розважального контенту та адаптації його під буденні, соціальні, меморіальні потреби тощо, залученні молоді до роботи в бібліотеках, розширенні офіційної присутності інформаційних установ на популярних заходах та фестивалях, колаборації з відомими франшизами та брендами, а також постійних експериментів з викладом інформації для споживачів. Більшість вище

перелічених дій не є інновацією для світових бібліотек, проте вони здатні виокремити українські бібліотеки та інші культурні установи в порівнянні з іншими вітчизняними закладами.

З розгляду всіх вищеописаних критеріїв можна стверджувати, що всі зазначені завдання були повністю виконані, а тема кваліфікаційної роботи

«Продукти поп-культури та гiк-спiльноти у взаємодiї з бiблiотеками» детально вивчена, проте має потенцiал для подальшого практичного розвитку, який несе в собі практичний характер реалiзацiї запропонованих рiшень описаних у роботi проблемних моментiв.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. A History of Magic: A Children's Librarian Reflects on Harry Potter, and Offers a Post-Hogwarts Syllabus [Електронний ресурс] // The Millions. – Режим доступу: <https://themillions.com/2007/07/history-of-magic-children-librarian.html> (дата звернення: 01.05.2026).
2. A Sci-Fi Collection that Stretches Beyond the Known World [Електронний ресурс] // University Libraries. – Режим доступу: [https://library.tamu.edu/news/2025/12/beyond\\_the\\_known](https://library.tamu.edu/news/2025/12/beyond_the_known) (дата звернення: 02.06.2026).
3. Ashkenazi O. Comics as Historiography / O. Ashkenazi, J. Dittmar // ImageText: Interdisciplinary Comics Studies. – 2019. – Vol. 11, Iss. 1. – P. 1–35. – Режим доступу: <https://imagetextjournal.com/comics-as-historiography/> (дата звернення: 20.04.2026).
4. Dagon: by H. P. Lovecraft [Електронний ресурс] / Bit Golem. – 2021. – Режим доступу: [https://store.steampowered.com/app/1481400/Dagon\\_by\\_H\\_P\\_Lovecraft/](https://store.steampowered.com/app/1481400/Dagon_by_H_P_Lovecraft/) (дата звернення: 02.05.2026).
5. Carvalho L. de F. Exploring the psychological landscape of geek culture: associations with personality dimensions and Star Wars interests / L. de F. Carvalho, V. R. Franco, G. Pianowski // Current Psychology. – 2026. – Vol. 45. – Article 647. – DOI: 10.1007/s12144-026-09178-3. – Режим доступу: <https://doi.org/10.1007/s12144-026-09178-3> (дата звернення: 02.06.2026).
6. Tukoni: Prologue [Електронний ресурс] / Dream Operator ; Oksana Bula. – 2020. – Режим доступу: [https://store.steampowered.com/app/1419860/Tukoni\\_Prologue/](https://store.steampowered.com/app/1419860/Tukoni_Prologue/) (дата звернення: 02.05.2026).

7. Fandom [Электронный ресурс] // American Library Association.  
– Режим доступа: <https://www.ala.org/future/trends/fandom> (дата  
звернения: 16.04.2026).

8. Goodrich M. Random Fandom: Pop Culture's Place in the Library /  
M. Goodrich, M. Profitt // Paraprofessional. – 2024. – Режим доступа:  
[https://lib.ecu.edu/paraprofessional/pdf/2024/Random\\_Fandom\\_Pop\\_Culture's\\_Place\\_in\\_the\\_Library.pdf](https://lib.ecu.edu/paraprofessional/pdf/2024/Random_Fandom_Pop_Culture's_Place_in_the_Library.pdf) (дата звернения: 16.04.2026).

9. Darksiders II Deathinitive Edition [Электронный ресурс] /  
Gunfire Games, Vigil Games ; THQ Nordic. – 2015. – Режим доступа:  
[https://store.steampowered.com/app/388410/Darksiders\\_II\\_Deathinitive\\_Edition/](https://store.steampowered.com/app/388410/Darksiders_II_Deathinitive_Edition/) (дата звернения: 02.05.2026).

10. Hall S. Resistance through Rituals: Youth Subcultures in Post-War  
Britain / S. Hall, T. Jefferson (eds.). – London : Hutchinson, 1976. – 288 p. –  
Режим доступа:  
<https://s3.amazonaws.com/arena-attachments/86067/6733d02c7f7b76933f978fb3fbf0c795.pdf> (дата звернения: 18.04.2026).

11. Hebdige D. Subculture: The Meaning of Style / D. Hebdige. –  
London : Routledge, 1979. – 195 p.

12. Library Land – Lesson Overview [Электронный ресурс] / i2e  
EDU. – 2025. – YouTube. – Режим доступа:  
<https://www.youtube.com/watch?v=6oXIWxC2Ads> (дата звернения:  
02.05.2026).

13. iCafeCloud – Billing Solution for eSports and Game Center  
[Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.icafecloud.com/>  
(дата звернения: 30.04.2026).

14. Jenkins H. Convergence Culture: Where Old and New Media  
Collide / H. Jenkins. – New York : New York University Press, 2006. – 368  
p.

15. Laddusaw S. Convergence: Bringing Libraries and Popular-Culture Conventions Together / S. Laddusaw, J. Brett // Journal of Library Outreach & Engagement. – 2020. – Vol. 1, No. 1. – P. 66–81. – DOI: 10.21900/j.jloev.v1i1.350. – Режим доступа:

<https://www.ideals.illinois.edu/items/116933/bitstreams/384012/data.pdf>

(дата звернення: 16.04.2026).

16. Medienangebot [Електронний ресурс] // Stadtbibliothek Innsbruck. – Режим доступу:

<https://stadtbibliothek.innsbruck.gv.at/de/ausleihe/medienangebot/55-0.html>

(дата звернення: 01.05.2026).

17. A New Look at Cultural Diplomacy: A Call to Japan's Cultural Practitioners [Електронний ресурс] : speech by Minister for Foreign Affairs Taro Aso at Digital Hollywood University // Ministry of Foreign Affairs of Japan ; Wayback Machine. – Режим доступу:

<https://web.archive.org/web/20071015034618/http://www.mofa.go.jp/announce/fm/aso/speech0604-2.html> (дата звернення: 20.04.2026).

18. objection.lol [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

<https://objection.lol/> (дата звернення: 18.04.2026).

19. Pelletier C. Review of: The Cambridge Handbook of Multimedia Learning / C. Pelletier // Information Design Journal. – 2008. – Vol. 16, No. 1. – P. 81–83. – DOI: 10.1075/idj.16.1.12pel. – Режим доступу:

<https://doi.org/10.1075/idj.16.1.12pel> (дата звернення: 01.05.2026).

20. SENET [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

<https://senet.cloud/> (дата звернення: 30.04.2026).

21. Sewell A. Creating a Choose-Your-Own-Adventure Library Orientation: The Process of Using a Text-Based, Interactive Storytelling Tool to Take Your Orientation Virtual / A. Sewell // Journal of New Librarianship. – 2021. – Vol. 6, No. 1. – P. 23–32. – DOI: 10.33011/newlibs/10/3. – Режим

доступу: <https://doi.org/10.33011/newlibs/10/3> (дата звернення: 16.04.2026).

22. Steward E. The First Universities? Ancient Greek Philosophical Schools [Електронний ресурс] / E. Steward // Antigone Journal. – 2025. – Режим доступу: <https://antigonejournal.com/2025/02/first-universities-greek-philosophy/> (дата звернення: 18.04.2026).

23. Storey J. Cultural Theory and Popular Culture: An Introduction / J. Storey. – 10th ed. – London ; New York : Routledge, 2024. – 320 p.

24. Survey Says Manga Hit in Libraries! [Електронний ресурс] // Kodansha. – Режим доступу: <https://kodansha.us/2023/10/23/survey-says-manga-hit-in-libraries/> (дата звернення: 20.04.2026).

25. The Best Fictional Librarians from Popular Culture [Електронний ресурс] // KQED. – Режим доступу: <https://www.kqed.org/pop/73941/the-best-fictional-librarians-from-popular-culture> (дата звернення: 28.04.2026).

26. Cinelli M. The Echo Chamber Effect on Social Media / M. Cinelli та ін. // Proceedings of the National Academy of Sciences. – 2021. – Vol. 118, No. 9. – Article e2023301118. – DOI: 10.1073/pnas.2023301118. – Режим доступу: <https://doi.org/10.1073/pnas.2023301118> (дата звернення: 02.05.2026).

27. Thrasher F. M. The Gang: A Study of 1,313 Gangs in Chicago / F. M. Thrasher. – Chicago : University of Chicago Press, 1927. – 571 p. – Режим доступу: <https://archive.org/details/gangstudyofi313g0000unse> (дата звернення: 18.04.2026).

28. Notre-Dame de Paris: Journey Back in Time [Електронний ресурс] / Ubisoft. – 2020. – Режим доступу:

[https://store.steampowered.com/app/1341280/NotreDame\\_de\\_Paris\\_Journey\\_Back\\_in\\_Time/](https://store.steampowered.com/app/1341280/NotreDame_de_Paris_Journey_Back_in_Time/) (дата звернення: 20.04.2026).

29. Discovery Tour by Assassin's Creed®: Ancient Egypt

[Електронний ресурс] / Ubisoft Montreal. – 2018. – Режим доступу:

[https://store.steampowered.com/app/775430/Discovery\\_Tour\\_by\\_Assassins\\_Creed\\_Ancient\\_Egypt/](https://store.steampowered.com/app/775430/Discovery_Tour_by_Assassins_Creed_Ancient_Egypt/) (дата звернення: 20.04.2026).

30. UKAMI 2025 Daily Results [Електронний ресурс] // Looker

Studio. – Режим доступу:

<https://datastudio.google.com/u/1/reporting/bfb648ab-20b8-4da2-91af-e1bce8b132f0/page/Wf5oF> (дата звернення: 19.04.2026).

31. UKAMI Anime Awards 2025 [Електронний ресурс]. – Режим

доступу: <https://www.ukami.site/> (дата звернення: 19.04.2026).

32. Video Game History Foundation Library [Електронний ресурс]. –

Режим доступу: <https://library.gamehistory.org/> (дата звернення:

20.04.2026).

33. Virtual Formats: How Museums of Ukraine Open a New

Dimension of Culture [Електронний ресурс] // eMuseum.ua. – Режим

доступу:

<https://emuseum.ua/en/blog/v-rtualn-formati-yak-muze-ukra-ni-v-dkrivayut-noviy-vim-r-kulturi> (дата звернення: 20.04.2026).

34. VRChat [Електронний ресурс] / VRChat Inc. – 2017. – Режим

доступу: <https://store.steampowered.com/app/438100/VRChat/> (дата

звернення: 02.05.2026).

35. Why Have Games in Libraries? [Електронний ресурс] // ALA

Games and Gaming Round Table ; American Library Association. – Режим

доступу: <https://games.ala.org/why-have-games-in-libraries/> (дата

звернення: 20.04.2026).

36. Батарейна І. Віртуальні субкультури як феномен сучасного

цифрового суспільства [Електронний ресурс] / І. Батарейна, О.

Воробйова // Науковий вісник Мелітопольського державного педагогічного університету. Серія: Педагогіка. – 2025. – Режим доступу: <https://magazine.mdpu.org.ua/index.php/nv/article/download/3400/3872/> (дата звернення: 16.04.2026).

37. Бачення майбутнього українських бібліотек для післявоєнного відновлення, розвитку людського капіталу та економічно сильної і демократичної України [Електронний ресурс] // Українська бібліотечна асоціація. – Режим доступу: <https://ula.org.ua/novyny-ta-podii/novyny/5262-bachennia-maibutnoho-ukrainskykh-bibliotek-dlia-pisliavoiennoho-vidnovlennia-rozvytku-liudskoho-kapitalu-ta-ekonomichno-sylnoi-i-demokratychnoi-ukrainy> (дата звернення: 19.04.2026).

38. Белов Д. Комікс у практичній діяльності бібліотек України / Д. Белов // Український журнал з бібліотекознавства та інформаційних наук. – 2021. – Вип. 7. – С. 42–56. – DOI: 10.31866/2616-7654.7.2021.233276. – Режим доступу: <https://librinfosciences.knukim.edu.ua/article/view/233276> (дата звернення: 16.04.2026).

39. Квест «Harry Potter у бібліотеці» [Електронний ресурс] // Бібліознайки. – Режим доступу: <https://drbd-library.blogspot.com/2023/08/harri-potter.html> (дата звернення: 01.05.2026).

40. Бібліотечні клуби за інтересами: методичні поради бібліотекарю в організації творчих об'єднань користувачів : метод. рек. / Управління культури і туризму Харківської облдержадміністрації, Харківська обласна універсальна наукова бібліотека ; ред.-уклад. В. С. Ручка. – Харків : ХОУНБ, 2018. – 25 с.

41. Великий тлумачний словник сучасної української мови / уклад. і голов. ред. В. Т. Бусел. – Київ ; Ірпінь : Перун, 2005. – Режим доступу: <https://archive.org/details/velykyislovnyk> (дата звернення: 04.04.2026).

42. Волкова Н. П. Інтерактивні технології навчання у вищій школі : навч.-метод. посіб. / Н. П. Волкова. – Дніпро : Університет імені Альфреда Нобеля, 2018. – 360 с.

43. Гук Д. Авантюрія. Книга некроманта. № 1 : мальопис / Дмитро Гук ; RER Studio. – Київ : RER Studio, 2024. – 24 с. : іл.

44. Забіянов Є. В. Бібліотечний театр та відеогеймінг [Електронний ресурс] / Є. В. Забіянов, Д. Антонюк // Бібліотечний форум: історія, теорія і практика. – 2022. – № 3. – С. 2–4. – Режим доступу: <https://biblioteka.od.ua/wp-content/uploads/2022/07/Zabiyanov-YE.-Bibliotечnyj-teatr-ta-videogejming-.pdf> (дата звернення: 16.04.2026).

45. Кадзукі М. Сходження Буквоїжки. Я зроблю все, щоби стати бібліотекаркою. Частина перша. Якщо у вас немає книжки – створіть її! Т. 1 / Мія Кадзукі ; худож. Судзука ; пер. з яп. А. Андрійцевої. – Київ : Лабораторія, 2025. – 160 с.

46. Кадзукі М. Сходження Буквоїжки. Я зроблю все, щоби стати бібліотекаркою. Частина перша. Якщо у вас немає книжки – створіть її! Т. 2 / Мія Кадзукі ; худож. Судзука ; пер. з яп. А. Андрійцевої. – Київ : Лабораторія, 2025. – 176 с.

47. Кадзукі М. Сходження Буквоїжки. Я зроблю все, щоби стати бібліотекаркою. Частина перша. Якщо у вас немає книжки – створіть її! Т. 3 / Мія Кадзукі ; худож. Судзука ; пер. з яп. А. Андрійцевої. – Київ : Лабораторія, 2025. – 192 с.

● Tori • Lisa Cloud : збірка мальованих історій / Катарсис ; сценарій Т. Курдило ; худож. Т. Воложаніна. – Київ : Вовкулака, 2022. – 248 с. : іл.

- Кравчук Є. В. Просьюмеризм як новий різновид медіадіяльності / Є. В. Кравчук, С. В. Коваль // Актуальні проблеми природничих та гуманітарних наук у дослідженнях молодих учених «Родзинка – 2018» : матеріали XX Всеукр. наук. конф. молодих учених. – Черкаси, 2018. – С. 73–76.
- Книжковий Арсенал у твоїй бібліотеці [Електронний ресурс] // Мистецький арсенал. – Режим доступу: <https://artarsenal.in.ua/povidomlennya/knyzhkovyj-arsenal-u-tvoyij-biblioteti/> (дата звернення: 28.05.2026).
- Луб'яницький К. Р. Особливості цифрових бібліотек відеоігор [Електронний ресурс] / К. Р. Луб'яницький // Молодий дослідник. – 2024. – №3 – С. 63-67 – Режим доступу: <https://mold.kubg.edu.ua/index.php/journal/article/view/37> (дата звернення: 02.05.2026).
- Мацуда Д. Привид Києва / Джюко Мацуда ; пер. з яп. Т. В. Сандровича. – Харків : Ранок, 2022. – 16 с.
- Міцу І. Чарівник бібліотеки. Т. 1 / Ідзума Міцу ; пер. з яп. Т. Сандровича. – Дніпро : Наша Ідея, 2022. – 232 с. : іл.
- Міцу І. Чарівник бібліотеки. Т. 2 / Ідзума Міцу ; пер. з яп. О. Белікова. – Дніпро : Наша Ідея, 2023. – 256 с. : іл.
- Міцу І. Чарівник бібліотеки. Т. 3 / Ідзума Міцу ; пер. з яп. О. Белікова. – Дніпро : Наша Ідея, 2023. – 308 с. : іл.
- Міцу І. Чарівник бібліотеки. Т. 4 / Ідзума Міцу ; пер. з яп. О. Белікова. – Дніпро : Наша Ідея, 2024. – 232 с. : іл.
- Міцу І. Чарівник бібліотеки. Т. 5 / Ідзума Міцу ; пер. з яп. О. Белікова. – Дніпро : Наша Ідея, 2025. – 240 с. : іл.
- Міцу І. Чарівник бібліотеки. Т. 6 / Ідзума Міцу ; пер. з яп. О. Белікова. – Дніпро : Наша Ідея, 2026. – 240 с. : іл.

- Про бібліотеки і бібліотечну справу : Закон України від 27 січ. 1995 р. № 32/95-ВР : станом на 28 серп. 2025 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/32/95-вр#Text> (дата звернення: 19.04.2026).
- Публічна бібліотека ім. Лесі Українки [Електронний ресурс] // Instagram. – Режим доступу: <https://www.instagram.com/luk.library/reels> (дата звернення: 02.06.2026).
- Сіткар В. І. Віртуальна субкультура сучасних дітей у контексті піраміди потреб А. Маслоу [Електронний ресурс] / В. І. Сіткар // Освіта та розвиток обдарованої особистості. – 2021. – № 2. – Режим доступу: <http://otr.iod.gov.ua/images/pdf/2021/2/05.pdf> (дата звернення: 16.04.2026).
- Український інститут книги [Електронний ресурс] // Facebook. – Режим доступу: [https://www.facebook.com/story.php?story\\_fbid=954800213607761&id=100072333730499](https://www.facebook.com/story.php?story_fbid=954800213607761&id=100072333730499) (дата звернення: 18.04.2026).
- Фурман А. В. Субкультура / А. В. Фурман, А. Литвин // Психологія і суспільство. – 2011. – № 3 (45). – С. 187–192.
- Чередник Л. Бібліотеки України як центри цифрових мистецьких подій: трансформація функцій та нові формати культурної комунікації [Електронний ресурс] / Л. Чередник, Н. Ткаченко, В. Добровольська та ін. // CEUR Workshop Proceedings. – 2025. – Vol. 4107. – Режим доступу: <https://ceur-ws.org/Vol-4107/paper8.pdf> (дата звернення: 18.04.2026).
- Шадріна С. У Національному музеї «Чорнобиль» відкрили зал, присвячений S.T.A.L.K.E.R. [Електронний ресурс] / С. Шадріна // ІТС.ua. – Режим доступу: <https://itc.ua/ua/novini/u-natsionalnomu-muzeyi-chornobyl-vidkryly-zal-prysvyacheniy-s-t-a-l-k-e-r/> (дата звернення: 01.05.2026).

- Щербина В. Субкультура геймерських онлайн-спільнот — складова культуротворення в середовищі нових медіа / В. Щербина // Культурологічна думка. – 2015. – № 8. – С. 164–167.



