

М.А. БЕЛЯЕВА, В.В. АМИРОВА

Мода: случайный или неслучайный гость в библиотеке?

Реферат. Совместимость библиотеки и моды рассматривается в контексте актуальной проблемы — привлечения аудитории. В исследовании применяется метод наблюдения, анализ научной литературы и документов.

Нужна ли мода современной библиотеке? Можно ли рассматривать такую тематику библиотечных событий и информационного контента библиотечных медиа уместной для «храма книги»? Интересны ли эти вопросы читателям (посетителям)? Какие формы и форматы работы применять для освещения моды? Какие преимущества имеет библиотека по сравнению с модным журналом? Авторы предлагают ответы на эти вопросы.

Мода — культурный феномен, обладающий значительным влиянием и потому интересный многим категориям читательской аудитории. Понятие «мода» в тексте статьи чаще всего используется в узком смысле — как искусство создания красивого образа с помощью одежды и аксессуаров. Проведен анализ, в какой мере библиотеки обращаются к данной теме. Для исследования выбраны три главные библиотечные площадки Екатеринбурга (Библиотечный центр «Екатеринбург», Свердловская областная универсальная научная библиотека им. В.Г. Белинского, Муниципальное объединение библиотек Екатеринбурга). Изучены библиотечные медиа этих учреждений. Библиотеки, используя официальный сайт и страницы в социальных сетях, постепенно усиливают диалог с читателем, предлагая статьи, сообщения, видеоролики и другие информационные материалы с широкой культурной тематикой. В дальнейшем библиотечные медиа могут развиваться в тематической нише городских периодических изданий, освещающих стиль жизни и повседневную культуру, в том числе систематически обращаясь к теме моды.

Авторы предлагают создать в корпоративных медиа библиотек (на сайтах) отдельную рубрику, посвященную моде, чтобы придать этому процессу управляемость. В статье представлена модель тематической рубрики о моде, обосновано ее значение, перечислены целевые группы читателей.

Ключевые слова: современная библиотека, мода, привлечение аудитории, библиотечные медиа, социальные медиа, рубрика, библиотечные услуги, библиотечная среда, социокультурная деятельность библиотеки, информационная культура личности.

Для цитирования: *Беляева М.А., Амирова В.В. Мода: случайный или неслучайный гость в библиотеке? // Библиотековедение. 2023. Т. 72, № 6. С. 552–560. DOI: 10.25281/0869-608X-2023-72-6-552-560.*



Мария Алексеевна Беляева,

Екатеринбургская академия современного искусства (институт), кафедра социокультурного развития территории, профессор
Культуры ул., д. 3, Екатеринбург, 620012, Россия
доктор культурологии, доцент
ORCID 0000-0002-0930-3038;
SPIN 5382-6888
E-mail: 2012marysia@mail.ru



Виктория Вячеславовна Амирова,

сетевое издание «Культура-Урала.РФ», корреспондент
8 Марта ул., д. 24, Екатеринбург, 620014, Россия
ORCID 0009-0003-1209-477X
E-mail: victv87vna@gmail.com

Современные региональные и муниципальные библиотеки стремятся быть многофункциональными учреждениями культуры, где проводятся интересные события, где люди собираются для обсуждения актуальных проблем и проведения досуга. Корпоративные средства массовой информации (медиа) библиотек (сайт и официальные страницы в социальных сетях) служат инструментом продвижения этих событий, а также средством культурного просвещения читательской аудитории в целом.

В данной статье взаимосвязь двух культурных феноменов — моды и библиотеки — рассматривается в контексте актуальной проблемы привлечения пользователей, повышения «коэффициента полезного действия» библиотечных ресурсов как оплота книжной культуры во времена расцвета экранной культуры, принципиально иной по природе потребления и хранения информации. Проблема привлечения аудитории освещалась в работах многих отечественных библиотековедов: М.Я. Дворкиной [1], И.К. Елисейкиной [2], Е.А. Кучмуруковой и Ю.С. Ринчиновой [3], Н.В. Лопатиной [4], М.Ю. Нещерет [5], А.В. Соколова [6] и др. Культурологи, осмысливая роль библиотеки как культурной институции, тоже изучают ее отношения с аудиторией и возможности привлечения пользователей (публикации С.С. Араслановой [7], Е.Ю. Путинцевой [8], работа Д.М. Хафизова [9] и др.).

Мода: просветительский потенциал

Размышляя, как привлечь аудиторию, особенно молодежь, библиотечные сообщества обращаются как к традиционным темам и формам работы, так и пробуют новые.

Тема «мода» для библиотечных лекториев не нова, но в то же время не является типичной. В широком смысле под модой понимается господство или доминирование в определенное время в определенной среде тех или иных признаков, черт, характеристик, вкусов в отношении одежды, предметов быта, видов деятельности, технологий и т. д. Мода является средством постоянного поиска совершенства, отвечающего неким духовным исканиям индивида, группы, сообщества [10, с. 38].

Культурологи исследуют моду, с одной стороны, как символическую систему в контексте производства и потребления, интеракции и коллективного выбора, с другой — как

культурную практику, в которую включены профессионалы различных специализаций [11, с. 52]. Библиотека, выполняя роль информационного посредника, транслирует моду как индустрию, используя механизмы производства текстов и образов. Понятие «мода» в данной статье используется в большинстве случаев в узком смысле — как искусство создания красивого образа с помощью одежды и аксессуаров.

Информация о мире высокой и повседневной моды периодически появляется в корпоративных медиа библиотечных учреждений, и это не случайно. На фоне «заката» модных глянцевого журналов (уменьшения количества наименований профильных периодических изданий и их тиражей) контент о моде широко обосновался в Сети. Полагаем, что библиотеки могут использовать эту тематику для привлечения внимания аудитории. Причем если модные журналы всегда конструировали гламурный образ профессионалов индустрии моды как представителей высших слоев общества, то библиотека способна организовать живой очный диалог с теми, кто «делает» моду (дизайнерами, модельерами, художниками, редакторами модных журналов, амбассадорами брендов и др.). Журналы подают тренд как данность, а библиотеки, преследуя просветительские цели в освещении очередных модных веяний, как правило, базируются на историко-культурном анализе и открывают читателю связь современности с истоками — национальным костюмом или идеями дизайнеров, технологиями создания и обработки новых материалов и т. д.

Исследование триады «мода — библиотека — библиотечные медиа»

На примере библиотечных учреждений Екатеринбурга проанализируем, в какой мере они обращаются к теме моды. Для исследования выбраны местные лидеры отрасли — три главные библиотечные площадки административного центра Уральского федерального округа и Свердловской области. Изучены медиа этих учреждений (официальные сайты и страницы «ВКонтакте»). Рассматриваемый период публикаций — с января по июнь 2023 года. В процессе работы осуществлялся поиск по ключевым словам: мода, модный, дизайн, костюм, имидж, икона стиля и др.

В Библиотечном центре «Екатеринбург» (до 2013 г. — Библиотека Главы Екатеринбурга)

в течение 2023 г. состоялись многочисленные события, связанные с модой. Отметим лекции:

- «Мода как искусство. Создание образа будущего» модели и художницы Ю. Шаркиной;
- «Мода XX века и ее главные достижения» дизайнера Н. Соломеиной;
- «10 экопривычек для каждого» эколога Ю. Колеватых;
- «Бижутерия. Любовь не с первого взгляда» искусствоведа Е. Ратнер.

Циклы лекций о моде (например, «Великие модельеры XX века»¹) являются успешным примером систематического сотрудничества искусствоведческого сообщества и городских библиотек. Лекции «Революция от Шанель», «Мужчины и Великая мадемуазель», «Кристиан Диор как икона стиля XX века» в рамках этого цикла собирали широкую аудиторию слушателей всех возрастов.

Запоминаются выставки, проведенные во время модных показов. Весной 2023 г. в Библиотечном центре «Екатеринбург» состоялись выставки, организованные студией «Лоскутный домик»². Заинтересовал посетителей и «Экодевчичник», состоявшийся 21 марта 2023 года. Спикеры рассуждали о проблемах «быстрой» моды и локальных брендах в качестве ее альтернативы.

С января по июнь 2023 г. в Библиотечном центре «Екатеринбург» состоялось 14 событий, тематически связанных с модой.

В Свердловской областной универсальной научной библиотеке (СОУНБ) им. В.Г. Беллинского за тот же период было организовано семь событий. Отметим лекции:

- «Как выглядели жители заводских поселков Урала с середины XIX века» этнографа В. Печняка;
- «Имидж и личный бренд руководителя и эксперта» специалиста по имиджу О. Кириченко.

Помимо разовых событий, в 2023 г. в СОУНБ им. В.Г. Беллинского был запущен цикл лекций «История моды» искусствоведа С. Шубиной («Венецианская мода и стиль XVII века»³, «От мундирных платьев Екатерины Великой до славы русского женского мундира», «Мода и этикет в произведениях русской литературы XIX века», «Мотивы уральских вышивок. Смысл, подтекст, сакральное значение»), в которых мода переплетается с российской и европейской историей, литературой, отмечается уральская специфика декоративно-прикладного творчества.

Многие библиотеки тему моды обходят стороной. На официальных ресурсах Муниципального объединения библиотек (МОБ) города Ека-

теринбурга, в составе которого 37 структурных подразделений⁴, есть упоминание о работе клуба любителей кино о моде и искусстве, замечен анонс книги «Традиционный костюм русского населения Урала» (январь 2023 г.). Центральная городская библиотека им. А.И. Герцена МОБ Екатеринбурга провела лекцию «Кристиан Диор как икона стиля XX века» (июнь 2023). О других событиях, связанных с миром моды, в рассматриваемый период упоминаний найти не удалось. Хотя на официальном сайте учреждения результаты поисковых запросов демонстрируют интересные примеры обращения к теме моды в прошлые годы.

Препятствовать сбору данных могут несовершенство поиска с учетом выбранных ключевых слов и неполное отражение на сайте проделанной работы. Коллектив учреждения может придерживаться других тематических рамок в работе с аудиторией.

Необходимо учитывать и факт неоднозначной оценки организации событий, далеких от книги и других библиотечных ресурсов [1]. Часть библиотечного сообщества на стороне тех читателей, «для которых библиотека — это сакральное место, где в тишине, незримо для нас, переплетаются великие мысли великих людей... в котором хочется ходить на цыпочках, не дышать и перелистывать страницы старых, пожелтевших, но очень умных книг» [3, с. 113]. Представители индустрии моды «на цыпочках» обычно не ходят, а шествуют динамично, цокая каблучками, создавая активную деятельность на подиуме и вокруг него.

И.К. Елисейкина отмечает: «Муниципальные библиотеки города Екатеринбурга живут и развиваются в соответствии со стратегическим проектом “Библиотека XXI века”. Основное направление проекта — модернизация существующих муниципальных библиотек в русле задач национального проекта “Культура”. Его особенность в том, что он предполагает систему реформирования всех муниципальных библиотек Екатеринбурга: небольшие библиотеки — в центры чтения с уютными камерными пространствами для индивидуальной работы с книгой и комфортного чтения, а 14 крупных библиотек, площадью более 300 метров, — в центры культурного взаимодействия горожан» [2, с. 33–34]. Безусловно, для культурного взаимодействия существуют и другие важные темы, помимо моды.

Проведенный контент-анализ (по наличию упоминаний о состоявшихся событиях или иных

**Результаты анализа официальных страниц
библиотечных учреждений Екатеринбурга в сети «ВКонтакте»**

Критерии для сравнения	Библиотечный центр «Екатеринбург»	Муниципальное объединение библиотек Екатеринбурга	Свердловская областная универсальная научная библиотека им. В.Г. Белинского
Количество подписчиков	2624	4613	7130
Среднее количество реакций на контент («лайков»)	10	15	25
Количество публикаций, посвященных моде (с января по июнь 2023 г.)	14	2	7

проектах, связанных с темой моды) выявил лидеров по отдельным критериям (см. табл.).

Сравнительный анализ показывает, что две библиотечные площадки Екатеринбурга демонстрируют очевидный интерес к теме моды и предлагают читателям информацию о лекциях, мастер-классах, выставках, модных показах и т. д. Выбирая популярную тематику, библиотеки воплощают на практике концепцию «третьего места» Р. Ольденбурга [12], где горожанин готов провести время между домом и работой. «Библиотека позиционирует себя как часть городского пространства, комфортная площадка для социального взаимодействия» [5, с. 24].

Нами планируется изучение официальных сайтов библиотечных учреждений Екатеринбурга по рассматриваемой тематике на более широком материале.

Широкая тематика библиотечных медиа

За последние три года библиотечные медиа сделали качественный рывок в развитии. Они имеют важное (возможно, первостепенное) значение в диалоге с аудиторией. Дальнейший вектор развития, на наш взгляд, связан с превращением корпоративных библиотечных медиа в полноценные бренд-медиа, т. е. средства массовой коммуникации, продвигающие свою организацию, делающие ее узнаваемой за счет интересного и визуально запоминающегося информационного контента [13].

В 2014 г. Российской библиотечной ассоциацией была организована рабочая группа «Библиотеки и социальные медиа» [14; 15]. Уже почти 10 лет для библиотек остаются актуальными вопросы: о чем писать (снимать)? для кого? как?

зачем? В данной статье они рассматриваются в локальной проекции на тему «мода».

Проанализируем иностранный опыт на примере Национальной библиотеки (НБ) Беларуси. В какой мере потенциал данной темы использует НБ Беларуси?

На официальном сайте учреждения по поисковому запросу «мода» обнаружено два проекта, систематически реализуемых в течение 2023 года.

1. «Мода и время» — электронная коллекция белорусских и иностранных изданий из фондов НБ Беларуси (книги, журналы, издания, статьи и иллюстрации, видеозаписи о моде). Хронологический охват — с XVI по XX век. Проект запущен в мае 2015 г., когда состоялась презентация этой виртуальной коллекции с модным дефиле от молодых белорусских дизайнеров⁵.

2. «Навстречу XXI веку» — музыкальный проект из серии концертов-лекций. Слушателей знакомят с шедеврами академической музыки в исполнении музыкантов-любителей, рассказывают о композиторах, демонстрируют красочные презентации⁶.

Ранее НБ Беларуси проводила масштабные проекты международного уровня в формате художественных выставок с презентациями и встречами (например, «100 лет итальянской моды: обувь и сумки»⁷), но в 2023 г. таких событий не было.

В новостном разделе на официальном сайте НБ Беларуси периодически появляются материалы культурно-просветительского содержания из истории моды. Среди них есть как публикации, подготовленные библиотекой в поддержку проекта «Мода и время», так и перепечатки материалов из сторонних ресурсов⁸.

Сделаем вывод, что НБ Беларуси в работе с читателем уделяет внимание теме «мода» через продвижение виртуального ресурса с богатым информационным контентом, но событийная активность ниже, чем в прежние годы.

Устойчивый интерес к моде как инструменту идентификации личности и освещение моды для широкой аудитории под любым углом (культурологическим, историческим, литературоведческим, эстетическим, этнографическим и др.) свидетельствуют о возможности систематического обращения к данной теме в пространстве библиотечных стен и на страницах библиотечных медиа. В целом библиотечные медиа мы рассматриваем как пример современных корпоративных изданий с широкой культурной тематикой, которые могут развиваться в тематической нише городских изданий, освещающих стиль жизни и повседневную культуру в широком смысле. Библиотечные медиа должны живо реагировать на культурные тренды, избирательно транслируя то, что духовно обогащает аудиторию, способствует формированию национальной и региональной идентичности.

Рубрика о моде «Красота» (медиапроект)

В поддержку данной идеи мы разработали концепцию регулярной рубрики о моде под названием «Красота» для корпоративного медиаресурса муниципального библиотечного центра. Характерное название рубрики учитывает высокую миссию библиотеки обеспечить «гуманистический путь в ноосферу» [6, с. 7, 12, 14], а мы верим в то, что красота спасет мир, тем более что Ж. Бодрийяр ставит моду на первое место, подчинив ей идеалы красоты [16].

Медиапроект (рубрика) создан с учетом потребностей Библиотечного центра «Екатеринбург», который в настоящее время активно преобразует форматы офлайн-работы с жителями и гостями города и свою медийную активность. Один из последних крупных медиапроектов учреждения, посвященных 300-летию Екатеринбурга в 2023 г., — «Екатеринбург — город людей». Он представляет собой серию интервью с жителями города, равнодушными к его судьбе и умножающими благополучие и славу Екатеринбурга достижениями в профессиональной деятельности. Один из героев этого проекта — лектор по истории искусства и истории моды Е. Ратнер [17].

Учитывая опыт работы Библиотечного центра «Екатеринбург», считаем, что наличие тематических рубрик и продолжительных медиапроектов на официальных ресурсах улучшает навигацию и обеспечивает удобную архивацию созданных материалов. Кроме того, наличие рубрик облегчает медиапланирование.

Главные тематические разделы разработанной рубрики «Красота»:

- история моды и печатных изданий о моде;
- биографии известных дизайнеров;
- настоящее моды: текущие тренды, практические советы на каждый день;
- ключевые события в мире моды в России и за рубежом;
- модные показы, выставочные проекты и фестивали в Уральском федеральном округе, в том числе в Екатеринбурге;
- коллекции уральских дизайнеров, в том числе начинающих;
- коллекции клубных объединений муниципальных учреждений культуры Екатеринбурга и Свердловской области.

Рубрика должна пополняться дважды в неделю и распространять культурно-познавательную информацию об истории моды, биографиях дизайнеров, содержать анонсы мероприятий о моде. Для обратной связи с аудиторией полезны интерактивные тесты на проверку знаний и онлайн-конкурсы. К публикации материалов логично, помимо библиотечных сотрудников, привлекать как экспертов, так и студентов профильных специальностей, молодых журналистов, освещающих события из мира моды, дизайнеров для презентации их творчества.

Возможные форматы размещаемых материалов: тексты (анонсы, обзоры, репортажи, интервью, очерки), фото-, аудио-, видеоматериалы.

Рубрика, посвященная моде, призвана решать следующие задачи, стоящие перед современной библиотекой:

- культурное просвещение аудитории;
- повышение востребованности библиотечных услуг, увеличение посещаемости событий учреждения и количества просмотров корпоративных медиа;
- расширение партнерских связей библиотеки;
- формирование позитивного общественного мнения об учреждении за счет распространения (перепоста) контента о моде в социальных сетях и региональных средствах массовой информации;

- создание имиджа библиотеки как современного культурного пространства.

Может ли такая рубрика быть «продающей»? В отношении библиотечных услуг — да, но не в отношении моды как искусства одеваться. Когда создается информационный контент о моде, в большей степени потребляется идея, а не вещь. Присутствие темы «мода» в офлайн- и онлайн-пространстве библиотеки не предполагает прямых продаж каких-либо предметов одежды и др.

Перечислим группы целевой аудитории проекта.

1. Подростки (12+). Рубрика в сетевых ресурсах библиотеки может привлечь подростков аудиозаписями (подкастами) и видеосюжетами, где занимательно рассказывается история, представляются различные тенденции моды, способствуя развитию вкуса и чувства стиля. П. Бурдые называл вкус «социальным умением ориентироваться на местности» [цит. по: 11, с. 49]. Подбор продуманного образа на каждый день и по особым поводам — это очень актуальная для подростков форма социальной адаптации. Для этой аудитории будет актуальна и профориентационная составляющая контента о моде.

2. Студенческая молодежь (18+). Современная библиотека становится центром притяжения студентов, открытых для творческого общения. Исследователи отмечают, что по результатам проведенных опросов студентов больше всего привлекают в библиотеках встречи с интересными людьми (22% общего числа респондентов) [18, с. 10], в том числе с дизайнерами. Студенческой молодежи интересно участие в активных форматах: дефиле, мастер-классах, проектах по демонстрации своих работ и идей, встречах и интервью со специалистами в различных областях, квизах [19]. Важно быть не только зрителем, но и чему-то научиться, что-то примерить, найти, сделать оригинальную фотографию и т. д.

3. Трудоустроенные взрослые люди (35+). Рубрика о моде может стать развлекательным и образовательным ресурсом (лекции, мастер-классы, дискуссии) для самосовершенствования и саморазвития, понимания тонкостей дресс-кода в межличностных и деловых коммуникациях, символических смыслов разных элементов и их сочетаний в одежде и аксессуарах. Главное, она может помочь в понимании своих потребностей, чтобы научиться отражать собственную идентичность, а не создавать фальшивый имидж.

4. Исследователи. Рубрика на сайте о моде способна заинтересовать серьезных исследователей моды и проблематики стиля жизни,

предлагая качественные обзоры, аннотированные библиографические списки научных работ о моде и другие исследовательские ресурсы.

5. Лица с ограниченными возможностями здоровья. Разный формат материалов усиливает инклюзивность библиотечных услуг с помощью данной рубрики и в целом библиотечных медиа, особенно если визуальные материалы снабжены субтитрами. Некоторые темы могут быть адресованы определенным группам лиц с ограниченными возможностями здоровья, учитывая их пожелания.

Все перечисленные целевые группы могут быть участниками онлайн- и офлайн-конкурсов, различных мероприятий для оценки эрудиции в мире книг и знаний о моде, авторами тестов, размещаемых в рубрике «Красота».

Эволюция культуры: библиотека и мода

С культурологических позиций мода понимается как механизм получения социального признания и идентификации. Мода активно влияет на повседневную жизнь, поддерживая и развивая культуру потребления. Библиотека может в своей работе опереться на такое явление, как мода.

Считать моду в библиотеке случайным гостем — значит возвращаться в те времена, когда в ней видели поверхностное явление культуры, недостойное глубоких (философских, культурологических и др.) размышлений. Мода — коллективный выбор, заданный информационным полем, который формирует сферу приемлемого и наделяет определенными значениями актуальные модные стандарты. Библиотека, играющая важную роль в эволюции культуры как универсальная база новых знаний, сохраняющая и передающая семантические конструкты, не может оставаться в стороне от этого смыслового поля.

Примечания

¹ Великие модельеры XX века: революция от Шанель // Библиотечный центр «Екатеринбург» : офиц. сайт. URL: https://events.bgekb.ru/xx_chanel (дата обращения: 26.10.2023).

² Показываем... дефиле нарядов в стиле пэчворк от мастеров студии «Лоскутный домик» // Библиотечный центр «Екатеринбург» : ВКонтакте : офиц. страница. URL: https://vk.com/wall-22597945_2734 (дата обращения: 25.10.2023).

- 3 Венецианская мода и стиль XVIII века. Вероника Франко — поэтесса, «икона стиля», яркая представительница венецианского ренессанса // Свердловская областная универсальная научная библиотека им. В.Г. Белинского : офиц. сайт. URL: http://book.uraic.ru/news_topic/2023/03 (дата обращения: 25.10.2023).
- 4 Библиотеки МОБ // Муниципальное объединение библиотек г. Екатеринбург : офиц. сайт. URL: <https://mob.ekaterinburg.pf/546/727> (дата обращения: 25.10.2023).
- 5 Мода и время // Национальная библиотека Беларуси : офиц. сайт. URL: https://www.nlb.by/content/news/national-library-of-belarus/moda-i-vremya_16924/ (дата обращения: 30.11.2023).
- 6 Концерт-лекция «Навстречу XXI веку» // Национальная библиотека Беларуси : офиц. сайт. URL: <https://www.nlb.by/content/news/national-library-of-belarus/tsikl-kontsertov-lektsiy-progulki-skvozveka7901/> (дата обращения: 30.11.2023).
- 7 100 лет итальянской моды: обувь и сумки // Национальная библиотека Беларуси : офиц. сайт. URL: https://www.nlb.by/content/news/khudozhestvennye-vystavki/100-let-italyanskoymody-obuv-i-sumki_158234/ (дата обращения: 30.11.2023).
- 8 *Егорова С.* Последний рыцарь парижской моды: как аристократ Рене Грюо стал культовым модным иллюстратором // Национальная библиотека Беларуси : офиц. сайт. URL: <https://www.nlb.by/content/news/library-news/posledniy-rytsarparizhskoy-mody-kak-aristokrat-rene-gryuo-stalkultovym-modnym-illyustratorom/> (дата обращения: 30.11.2023). Оригинальная публикация размещена на сайте «Культурология.РФ». НБ Беларуси дает ссылку на источник.
4. *Лопатина Н.В.* Библиотека в культуре информационного общества // Обсерватория культуры. 2015. № 5. С. 27–31. DOI: 10.25281/2072-3156-2015-0-5-27-31.
5. *Нещерет М.Ю.* Социальные функции публичной библиотеки в трудах отечественных библиотековедов // Библиотековедение. 2019. Т. 68, № 1. С. 18–29. DOI: 10.25281/0869-608X-2019-68-1-18-29.
6. *Соколов А.В.* Ноосферный человек в библиотеке будущего // Библиотековедение. 2019. Т. 68, № 1. С. 7–17. DOI: 10.25281/0869-608X-2019-68-1-7-17.
7. *Арасланова С.С.* Феномен библиотеки в пространстве элитарной и массовой культуры // Ярославский педагогический вестник. 2019. № 2 (107). С. 220–224. DOI: 10.24411/1813-145X-2019-10375.
8. *Путинцева Е.Ю.* Аксиосфера библиотеки в контексте формирования и трансляции ценностей культуры // Человек и его ценности в современном мире : IX Международная научно-практическая конференция, Чита, 15–16 ноября 2017 г. Чита : Забайкальский государственный университет, 2017. С. 95–100.
9. *Хафизов Д.М.* Социокультурные практики повышения читательской активности молодежи: стимулирующие возможности моды : дис. ... канд. культурологии. Челябинск, 2018. 202 с.
10. *Беляева М.А., Самкова В.А.* Азы имиджологии. Имидж личности, организации, территории : учебное пособие для вузов. Москва : [б. и.] ; Екатеринбург : Кабинетный ученый, 2017. 227 с.
11. *Конева А.В.* Проблемы теории и практики моды в контексте культуры постпотребления // Вестник Ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкина. 2019. № 1. С. 48–61.
12. *Ольденбург Р.* Третье место: кафе, кофейни, книжные магазины, бары, салоны красоты и другие места «тусовок» как фундамент сообщества / [пер. А. Широкановой]. 2-е изд. Москва : Новое литературное обозрение, 2018. 454 с.
13. *Чемякин Ю.В., Тяпкина Т.Ю.* Особенности бренд-медиа в сфере культуры // Культурные индустрии в пространстве открытого города : материалы VIII Всероссийской (с международным участием) научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых, Екатеринбург, 24–25 ноября 2022 г. Екатеринбург : Екатеринбургская академия современного искусства, 2022. С. 293–298.
14. *Шибалева Е.А.* Рабочая группа «Библиотеки и социальные медиа» // Информационный бюллетень РБА. 2015. № 74. С. 85.

Список источников

1. *Дворкина М.Я.* Как библиотеки привлекают пользователей // Библиотековедение. 2016. Т. 65, № 3. С. 345–351. DOI: 10.25281/0869-608X-2016-65-3-345-351.
2. *Елисейкина И.К.* Екатеринбург — город молодых: библиотеки открывают пространства и возможности // Библиотека и молодежь: территория возможностей : материалы межрегиональной межведомственной научно-практической конференции (23–24 мая 2023 г.). Омск, 2023. С. 33–38.
3. *Кучмурукова Е.А., Ринчинова Ю.С.* Трансформация библиотечного пространства: мнение горожан // Библиотековедение. 2018. Т. 67, № 1. С. 110–116. DOI: 10.25281/0869-608X-2018-67-1-110-116.

15. Никонова Е.В., Шibaева Е.А. Совместное заседание : секция по издательской и книгораспространительской деятельности, рабочая группа «Библиотеки и социальные медиа» // Информационный бюллетень РБА. 2015. № 74. С 56–59.
16. Бодрийяр Ж. Мода, или Феерия кода // Символический обмен и смерть / [пер. с фр. С.Н. Зенкина]. Москва : Добросвет, 2000. С. 167–189.
17. Амирова В.В. Екатеринбург — город людей : Елена Ратнер // Библиотечный центр «Екатеринбург» : офиц. сайт. URL: https://events.bgekb.ru/ekb_ratner (дата обращения: 25.10.2023).
18. Булдакова А.А. Возможности библиотеки для студента: итоги анкетирования // Библиотека и молодежь: территория возможностей : материалы межрегиональной межведомственной научно-практической конференции (23–24 мая 2023 г.). Омск, 2023. С. 5–14.
19. Костина В.А. Квиз как форма интеллектуального досуга студентов (на примере ежегодного университетского квиза библиотеки ОмГТУ) // Библиотека и молодежь: территория возможностей : материалы межрегиональной межведомственной научно-практической конференции (23–24 мая 2023 г.). Омск, 2023. С. 43–49.

Fashion: an Occasional or Non-Occasional Guest at the Library?

Maria A. Belyaeva ^{1a}, Viktoriya V. Amirova ^{2b},

¹ Ekaterinburg Academy of Modern Art (Institute), 3 Kultury Str., Ekaterinburg, 620012, Russia

² Kultura Urala: online publication, 24 8 Marta Str., Ekaterinburg, 620014, Russia

^a ORCID 0000-0002-0930-3038; SPIN 5382-6888

^b ORCID 0009-0003-1209-477X

E-mail: ^a 2012marysia@mail.ru, ^b victv87vna@gmail.com

Abstract. The compatibility of library and fashion is examined in the context of the current problem — audience engagement. The study uses the method of observation, analysis of scientific literature and documents. Does a modern library need fashion? Can such topics of library events and information content of library media be considered appropriate for the “temple of the book”? Are these issues of interest to readers (visitors)? What forms and formats of work to apply for fashion coverage? What advantages does a library have over a fashion magazine? The authors offer answers to these questions. Fashion is a cultural phenomenon that has a significant influence and is therefore of interest to many categories of readers. The concept of “fashion” in the text of the article is most often used in a narrow sense, as the art of creating a beautiful image with the help of clothes and accessories. The extent to which libraries address this topic is analyzed. Three main library sites of Yekaterinburg (Library Center “Yekaterinburg”, Sverdlovsk Regional Universal Scientific Library named after V.G. Belinsky, Municipal Association of Libraries of Yekaterinburg) were chosen for the study. The library media of these institutions were studied. Libraries, using the official website and social media pages, are gradually enhancing the dialogue with the reader by offering articles, reports, videos and other information materials with a broad cultural theme. In the future, library media can develop in the thematic niche of urban periodicals covering lifestyle and everyday culture, systematically addressing the theme of “fashion”. The authors suggest creating a separate rubric dedicated to fashion in the corporate media of libraries (on their websites) in order to make this process manageable. The article presents a model of a fashion column, justifies its importance, and lists the target groups.

Key words: modern library, fashion, audience engagement, library media, social media, rubric, library services, library environment, library socio-cultural activities, personal information culture.

Citation: Belyaeva M.A., Amirova V.V. Fashion: an Occasional or Non-Occasional Guest at the Library? *Bibliotekovedenie* [Russian Journal of Library Science], 2023, vol. 72, no. 6, pp. 552–560. DOI: 10.25281/0869-608X-2023-72-6-552-560.

References

1. Dvorkina M.Ya. How Do Libraries Attract Users, *Bibliotekovedenie* [Russian Journal of Library Science], 2016, vol. 65, no. 3, pp. 345–351. DOI: 10.25281/0869-608X-2016-65-3-345-351 (in Russ.).
2. Eliseikina I.K. Yekaterinburg – the City of the Young: Libraries Open Spaces and Opportunities, *Library and Youth: Territory of Opportunities: Proceedings of the Interregional Interdepartmental Scientific and Practical Conference (May 23–24, 2023)*. Omsk, 2023, pp. 33–38 (in Russ.).
3. Kuchmurukova E.A., Rinchinova Yu.S. Transformation of Library Space: Opinion of Urban Citizens, *Bibliotekovedenie* [Russian Journal of Library Science], 2018, vol. 67, no. 1, pp. 110–116. DOI: 10.25281/0869-608X-2018-67-1-110-116 (in Russ.).
4. Lopatina N.V. Library in the Culture of Information Society, *Observatoriya kul'tury* [Observatory of Culture], 2015, no. 5, pp. 27–31. DOI: 10.25281/2072-3156-2015-0-5-27-31 (in Russ.).
5. Neshcheret M.Yu. Social Functions of Public Library in the Studies of Domestic Library Scientists, *Bibliotekovedenie* [Russian Journal of Library Science], 2019, vol. 68, no. 1, pp. 18–29. DOI: 10.25281/0869-608X-2019-68-1-18-29 (in Russ.).
6. Sokolov A.V. Noosphere Man in the Library of Future, *Bibliotekovedenie* [Russian Journal of Library Science], 2019, vol. 68, no. 1, pp. 7–17. DOI: 10.25281/0869-608X-2019-68-1-7-17 (in Russ.).
7. Araslanova S.S. A Phenomenon of Library in Space of Elite and Mass Culture, *Yaroslavskii pedagogicheskii vestnik* [Yaroslav Pedagogical Bulletin], 2019, no. 2 (107), pp. 220–224. DOI: 10.24411/1813-145KH-2019-10375 (in Russ.).
8. Putintseva E.Yu. Axiosphere of the Library in the Context of Formation and Translation of Cultural Values, *Man and His Values in the Modern World: The 9th International Scientific and Practical Conference, Chita, November 15–16, 2017*. Chita, Zabaikal'skii Gosudarstvennyi Universitet Publ., 2017, pp. 95–100 (in Russ.).
9. Khafizov D.M. *Sociocultural Practices of Increasing the Reading Activity of Young People: The Advantages of Following Fashion*, Cand. cult. sci. diss. Chelyabinsk, 2018, 202 p. (in Russ.).
10. Belyaeva M.A., Samkova V.A. *The Basics of Imageology. Image of a Person, Organization, Territory: textbook for universities*. Moscow, Yekaterinburg, Kabinetnyi Uchenyi Publ., 2017, 227 p. (in Russ.).
11. Koneva A.V. Problems of the Theory and Practice of Fashion in the Context of Post-Consumption Culture, *Vestnik Leningradskogo gosudarstvennogo universiteta im. A.S. Pushkina* [Pushkin Leningrad State University Journal], 2019, no. 1, pp. 48–61 (in Russ.).
12. Oldenburg R. *The Great Good Place: Cafes, Coffee Shops, Bookstores, Bars, Hair Salons, and Other Hangouts at the Heart of a Community*. Moscow, Novoe Literaturnoe Obozrenie Publ., 2018, 454 p. (in Russ.).
13. Chemyakin Yu.V., Tyapkina T.Yu. Features of Brand Media in the Sphere of Culture, *Cultural Industries in the Space of the Open City: Proceedings of the 8th All-Russian (with International Participation) Scientific and Practical Conference of Students, Graduate Students and Young Scientists, Yekaterinburg, November 24–25, 2022*. Yekaterinburg, Ekaterinburgskaya Akademiya Sovremennogo Iskusstva Publ., 2022, pp. 293–298 (in Russ.).
14. Shibaeva E.A. Working Group “Libraries and Social Media”, *Informatsionnyi byulleten' RBA* [Information Bulletin of the RLA], 2015, no. 74, pp. 85 (in Russ.).
15. Nikonorova E.V., Shibaeva E.A. Joint Session: The Publishing and Book Trade Sections and the Working Group “Libraries and Social Media”, *Informatsionnyi byulleten' RBA* [Information Bulletin of the RLA], 2015, no. 74, pp. 56–59 (in Russ.).
16. Baudrillard J. Fashion, or the Enchanting Spectacle of the Code, *Symbolic Exchange and Death*. Moscow, Dobrosvet Publ., 2000, pp. 167–189 (in Russ.).
17. Amirova V.V. Yekaterinburg – the City of People: Elena Ratner, *Library Center “Yekaterinburg”: official website*. Available at: https://events.bgekb.ru/ekb_ratner (accessed 25.10.2023) (in Russ.).
18. Buldakova A.A. Benefits of Library for Student: Results of the Questionnaire, *Library and Youth: Territory of Opportunities: Proceedings of the Interregional Interdepartmental Scientific and Practical Conference (May 23–24, 2023)*. Omsk, 2023, pp. 5–14 (in Russ.).
19. Kostina V.A. Quiz as a Form of Intellectual Leisure for Students (on the Example of the Annual University Quiz of the OmSTU Library), *Library and Youth: Territory of Opportunities: Proceedings of the Interregional Interdepartmental Scientific and Practical Conference (May 23–24, 2023)*. Omsk, 2023, pp. 43–49 (in Russ.).