

Beata Demby
Studentka III r. filologii romańskiej (WF UMK)
i II r. zarządzania informacją i bibliologii (IINiB UMK)
beata.demby@gmail.com

#biblioteque. Francuskie biblioteki na Instagramie

Streszczenie: Artykuł jest próbą opisu działalności największych bibliotek francuskich na Instagramie. Autorka przedstawia genezę wykorzystania mediów społecznościowych przez biblioteki i opisuje konkretne realizacje wykorzystania serwisu Instagram do promocji bibliotek i czytelnictwa.

Słowa kluczowe: biblioteki, media społecznościowe, Instagram, biblioteki we Francji, hasztagi, czytelnictwo

Informacje na temat bibliotek rozpowszechniane są obecnie w każdy możliwy sposób. Popularne kiedyś media, jak radio, telewizja i prasa, ustąpiły w tym zakresie miejsca internetowi, który stał się naturalnym środowiskiem dla promowania działań związanych z czytelnictwem i zadaniami, lub jak kto woli misją bibliotek. Po latach, w których bibliotekarze prowadzili blogi, przyszedł czas na obecność bibliotek w nowych kanałach, którymi głównie komunikują się młodzi ludzie. Media społecznościowe dały możliwość bibliotekom naturalnego wyjścia do czytelników i do udziału w swoistej grze, zabawie fotografią i słowem, którą oferują Instagram czy Facebook.

W czasach, gdy nowoczesna technologia prężnie się rozwija i łączy z wieloma dziedzinami, powoli władając społeczeństwem i zajmując wysokie w ich życiu miejsce, biblioteki nie zostają w tyle i wypracowują przestrzeń do spotkań z czytelnikami nie tylko między regałami, ale także, a może przed wszystkim, w świecie wirtualnym.

Od ogółu do szczegółu lub aplikacja, która podbija świat

Instagram jest fotograficznym serwisem społecznościowym połączonym z mobilną aplikacją o identycznej nazwie. Użytkownicy korzystający z aplikacji mogą publikować na swoich profilach zdjęcia, krótkie filmiki, a także tworzyć fotorelacje. Oprócz możliwości publikowania mają do dyspozycji wiele dodatkowych funkcji, służących głównie do przeróbki dodawanych zdjęć i filmów, które mogą zostać udostępnione na innych portalach społecznościowych, takich jak Facebook czy Snapchat.

Według najnowszych statystyk, opublikowanych przez portal ICONOSQUAREblog, Instagram podbija świat w zawrotnym tempie. Obecnie korzysta z niego ponad 700 mln aktywnych użytkowników, a 250 mln z nich używa codziennie InstaStories¹. Co sprawia, że Instagram jest tak popularny? Na czym polega jego chwyt marketingowy? Jest on

¹ CLASEN, A. *11 Instagram facts every marketer must know* [online]. [Dostęp 2.01.2018]. Dostępny w: <https://blog.iconosquare.com/11-instagram-facts-every-marketer-must-know/>.

idealnym miejscem na kreowanie siebie, swoich upodobań i marek za pomocą zdjęć i filmów. Biorąc pod uwagę fakt, że najczęstszymi użytkownikami portalu (ponad 70%) są osoby w wieku 15–35 lat, a także, że wykorzystywany jest on głównie przez kobiety (ponad 60%)², śmiało możemy użyć stwierdzenia, że Instagram jest produktem idealnym, trafiającym do masowego odbiorcy. Dzięki rozszerzonym funkcjom i dużej liczbie opcji dodatkowych doskonale trafia w gusta usługobiorców. Kolejnym plusem jest możliwość używania hashtagów, które sprawiają, że posty będą rozpowszechniane na większą skalę i kojarzone z innymi postami o tym samym hashtagu. Dodatkowa opcja, jaką jest możliwość komunikacji pomiędzy użytkownikami, czyni z Instagrama niezbędny do codziennego funkcjonowania.

#hasztagomania

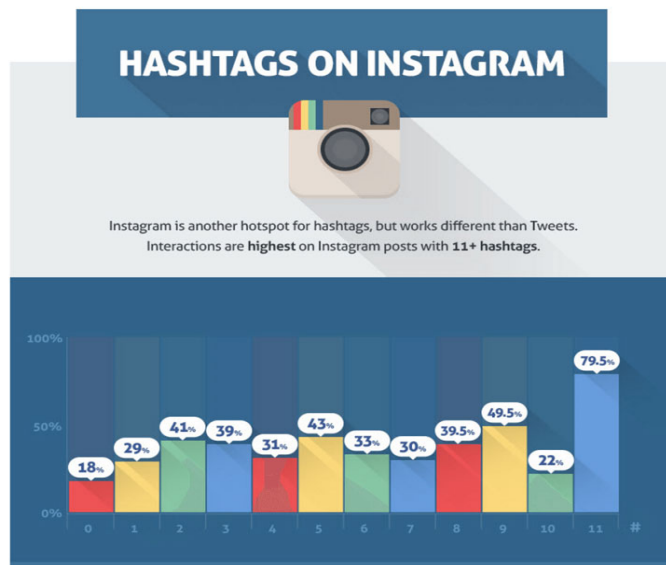
Hashtag jest to słowo (wyrażenie) zapożyczone z angielskiego *hashtag*, zapisywane bez spacji i poprzedzone symbolem # (*hash*). Oprócz Instagrama, tagów używa się w wielu innych serwisach społecznościowych, takich jak Twitter, Facebook, Pinterest, Google+. Hasztagi służą głównie do promowania udostępnianych zdjęć i filmów. Użytkownicy Instagrama wiedzą jak używać hashtagów, aby osiągnąć zamierzony cel. Im więcej tagów użyją, tym większe prawdopodobieństwo, że ich post dotrze do jak największej liczby osób, co zaowocuje polubieniem (*like*) lub nowymi obserwującymi (*followers*).

Istnieje kilka sposobów doboru hashtagów: od doboru tematycznego po spontanicznie nadane tagi przez samych użytkowników. Obecnie wielu blogerów tworzy listy najpopularniejszych hashtagów, a także poradniki jak stworzyć chwytliwego taga³. Ludzie prześcigają się w pomysłowości dodawanych tagów, a często nawet w ich liczbie. Niektórzy uważają, że im więcej, tym lepiej. Oba te sposoby – niepowtarzalne hasztagi oraz załączanie wielu odnośników – cieszą się popularnością. Instagram wprowadził limit zamieszczanych słów i hashtagów do 30. Jednakże, jak wynika z przeprowadzonych badań, liczba ta rzadko jest przekraczana, gdyż według statystyk optymalne jest użycie od 11 do 15 hashtagów⁴.

² Tamże.

³ Por. *Jak używać Instagrama i przyciągać followersów?* [online]. [Dostęp 1.02.2018]. Dostępny w: <https://www.whitepress.pl/baza-wiedzy/260/jak-uzywac-instagram-a-i-przyciagac-followersow>; *Najpopularniejsze hasztagi* [online]. [Dostęp 2.01.2018]. Dostępny w: <http://nowe-opcje-fejsa.pl/najpopularniejsze-hasztagi/>.

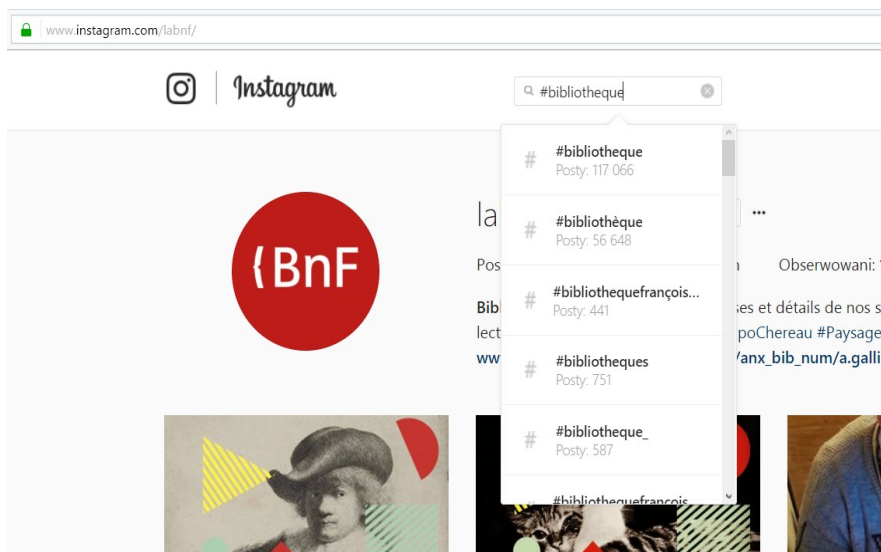
⁴ MYERS, L. *How to use hashtags on Instagram for explosive growth* [online]. [Dostęp 30.01.2018]. Dostępny w: <https://louisem.com/7198/how-to-use-hashtags-on-instagram>.



Il. 1. Wpływ liczby hashtagów na popularność wpisu

Źródło: *How to Use Hashtags on Instagram for Explosive Growth* [online]. [Dostęp 30.01.2018]. Dostępny w: <https://louisem.com/7198/how-to-use-hashtags-on-instagram>.

Oprócz liczby tagów istotna jest także ich forma. Trzeba pamiętać, że wielkość liter nie ma znaczenia, lecz dla długich fantazyjnych hashtagów powinno się stosować majuskuły, choćby do ich łatwiejszego odczytania. Jeśli chodzi o stosowanie znaków diakrytycznych, np. francuskich akcentów, nie ma tu ściśle obowiązującej zasady. Można publikować te hashtagi, które zawierają akcenty, a także te, które ich nie mają. Jednakże w przypadku instytucji, takich jak biblioteki, powinno używać się akcentów, ze względu na poprawność użytych słów w tagach, a także poprawność zawartych treści.



Il. 2. Hashtagi w Instagramie ze znakami narodowościowymi i bez
Źródło: opracowanie własne.

Forma hasztaga zależy także od tego, jaki zasięg ma mieć post. Jeśli ma być międzynarodowy, to powinno się używać obok hasztagów w języku narodowym także tych angielskich.

Francja elegancja, czyli francuskie biblioteki na Instagramie

Wbrew temu, co mogłoby się wydawać, Instagram służy nie tylko do promocji osób prywatnych, ubrań, zdrowego stylu życia, sportu czy sławnych osobistości. Coraz częściej możemy tu spotkać firmy proponujące swoje usługi a także instytucje o charakterze publicznym. Nikogo nie dziwi już fakt, że na Instagramie możemy znaleźć także biblioteki, dla których promocja czytelnictwa jest pewnego rodzaju obowiązkiem i wyzwaniem.

Liczba bibliotecznych kont na Instagramie z każdym dniem jest coraz większa. Przy wyborze bibliotek, które opisano w tekście, sugerowano się liczbą obserwujących. Za dolną granicę przyjęto liczbę 114 followersów. Warunek ten spełniają takie biblioteki, jak: Bibliothèque nationale de France, La Bibliothèque municipale de Lyon, Bibliothèque François Villon, La Bibliothèque municipale du Havre, Bibliothèque Václav Havel, Bibliothèque Aimé Césaire, La Petite Bibliothèque, Bibliothèque Sainte-Geneviève, La bibliothèque Jacques Duquesne i Bibliothèque Méjanès.

Wśród francuskich bibliotek profil z największą liczbą obserwujących (12 tys.) należy do Biblioteki Narodowej Francji (Bibliothèque nationale de France, BnF), znajdującej się w Paryżu. Jest to jedna z największych, a zarazem najpiękniejszych bibliotek na świecie⁵. Swoją przygodę na Instagramie Biblioteka Narodowa zaczęła 3 grudnia 2014 r. Jednakże, biorąc pod uwagę liczbę wystawionych postów – 430⁶, od momentu założenia konta, możemy się domyślać, że przyczyna jej popularności jest zupełnie inna niż masowe dodawanie fotografii. Jak powszechnie wiadomo, diabeł tkwi w szczegółach. Biblioteka Narodowa Francji (@labnf), każdy swój post opatruje stosownym opisem i używa w nim chwytliwych hasztagów, które potęgują popularność. Treści, które publikuje, mają związek nie tylko z książkami, lecz także z architekturą. Biblioteka publikuje zdjęcia artystyczne wnętrza, niezwykłych zabytków i krajobrazów. Na fotografiach możemy również znaleźć ogłoszenia o konkursach, relacje z wydarzeń, a co najważniejsze – ludzi czytających książki. Swą popularność, biblioteka zyskuje także dzięki tzw. *#repost*, czyli udostępnianiu postów innych użytkowników, na których została oznaczona. Mała liczba komentarzy przekłada się na dużą liczbę polubień.

⁵ *Bibliothèque nationale de France* [online]. [Dostęp 1.02.2018]. Dostępny w: <http://www.bnf.fr/fr/acc/x.accueil.html>.

⁶ Stan na dzień 1.02.2018 r.



Il. 3. Sekrety Biblioteki Narodowej Francji
Źródło: opracowanie własne.



Il. 4. Projekcja serialu Netflix w Sali Richelieu
Źródło: opracowanie własne.

Biblioteka Narodowa Francji oprócz konta na Instagramie oraz pozostałych serwisach społecznościowych ma także cyfrową bibliotekę – Gallica⁷. Dostęp Biblioteka Narodowa Francji oferuje aplikację Gallica iOS i Android. Ta aplikacja, do pobrania za darmo w App Store i Google Play, daje dostęp do dokumentów znajdujących się w Gallice. Umożliwia to wyszukiwanie w ramach wszystkich zdigitalizowanych obiektów. Każdy dokument można pobrać w całości lub w części; użytkownik może łatwo zbudować i wzbogacić swoją własną bibliotekę. Gallica sama w sobie nie ma konta na Instagramie, jednakże jest aktywna na Twitterze i Pinterście, co w przypadku bibliotek jest dość nietypowe i rzadko spotykane.

Podobną taktykę przyjęła Miejska Biblioteka w Lyonie (La Bibliothèque municipale de Lyon, BML), z ponad 850 followersami⁸. Liczba obserwujących jest prawie trzykrotnie większa niż liczba postów. Z jednej strony może to oznaczać słabą aktywność, natomiast z drugiej, że liczy się jakość, a nie ilość. Zdjęcia wystaw, obiektów, książek, wnętrz i wydarzeń tworzą kolorową historię z życia biblioteki. Co więcej, udostępnianie zdjęć innych użytkowników oznaczających tę bibliotekę zwiększa jej popularność. Obszerna liczba hashtagów również odgrywa tu znaczącą rolę. Biblioteka jest obserwowana, lecz sama nie obserwuje dużej liczby użytkowników. Być może jest to jeden z głównych problemów wynikających z małej liczby followersów.

⁷ Gallica [online]. [Dostęp 1.02.2018]. Dostępny w: <http://gallica.bnf.fr/accueil/>.

⁸ Bibliothèque municipale de Lyon [online]. [Dostęp 1.02.2018]. Dostępny w: <https://www.bm-lyon.fr>.



Il. 5. Starożytne książki po konserwacji
Źródło: opracowanie własne.



Il. 6. Wystawa w bibliotece
Źródło: opracowanie własne.

Biblioteka publiczna poety François Villon (Bibliothèque François Villon), z siedzibą w Paryżu, na swym instagramowym profilu ma 686 obserwujących⁹. Konto założone 2 kwietnia 2016 r. różni się od innych pod względem charakteru publikowanych zdjęć. Są to głównie ciekawe budynki, obrazy z życia codziennego, a także sztuka uliczna – murale. Ciekawe ujęcia, miejsca, barwy, trafione hasztagi – to wszystko sprawia, że wraz ze wzrostem polubień rośnie liczba obserwujących. A co za tym idzie, wzrasta popularność biblioteki.

⁹ *Bibliothèque François Villon – Paris.fr* [online]. [Dostęp 1.02.2018]. Dostępny w: <http://equipement.paris.fr/bibliothèque-francois-villon-1722>.



Il. 7. Mural w dzielnicy Paryża
Źródło: opracowanie własne.



Il. 8. Kolaż murali Paryskich
Źródło: opracowanie własne.

Wydaje się, że biblioteka stosuje zupełnie inną strategię promocji siebie jako instytucji i swojej misji. Rezygnując z epatowania książkami i papierem, wchodzi w życie codzienne i pokazuje miejsca, które odwiedzają bibliotekarze, które mijają codziennie w swej drodze do pracy, a które także tworzą życie kulturalne miasta.

Pokazywanie wnętrza, jak i promowanie swoich zbiorów, stało się pomysłem na działanie także dla Biblioteki Miejskiej Le Havre (La Bibliothèque municipale du Havre), której liczba obserwatorów sięga prawie 700¹⁰. Pomimo że działa ona w Instagramie od 19 maja 2017 r. i ma małą liczbę postów, to liczba obserwujących i polubień jest zaskakująca.

Być może stoi za tym duża liczba hashtagów użytych do opisanie zdjęć, a być może główną przynętą jest ciekawe ujęcie książki, próba wyeksponowania zabytków czy nowoczesne wnętrza biblioteki.

¹⁰ Lire au Havre / Accueil [online]. [Dostęp 1.02.2018]. Dostępny w: <http://lireauhavre.fr>.



II. 9. Nauka kaligrafii
Źródło: opracowanie własne.



II. 10. Kolaż ze zdjęć przedstawiających bibliotekę
Źródło: opracowanie własne.

Kolejną także popularną biblioteką jest Biblioteka Vaclava Havela (Bibliothèque Václav Havel), mająca ponad 400 obserwujących¹¹. Już od pierwszego posta, wystawionego 15 maja 2015 r., możemy zauważyć odmienny charakter Instagrama @bibhavel. Organizowanie wystaw i warsztatów dla młodzieży jest hasłem przewodnim biblioteki na jej profilu. Spotkania z autorami, promowanie nowych kultur, różnego rodzaju gry i zabawy są chlebem powszednim @bibhavel.

¹¹ *Le blog de la bibliothèque Václav Havel | une médiathèque sur les rails* [online]. [Dostęp 1.02.2018]. Dostępny w: <http://blog-bibliotheque.paris.fr/vaclavhavel/>.



Il. 11. Taras biblioteki
Źródło: opracowanie własne.



Il. 12. Warsztaty plastyczne
Źródło: opracowanie własne.

Konto na Instagramie, a wraz z nim ponad 340 followersów, ma Biblioteka Aime Cesaire (Bibliothèque Aimé Césaire)¹². Można by powiedzieć, że @bibcesaire jest pewnego rodzaju nowicjuszem, jeśli chodzi o profile bibliotek na Instagramie, ponieważ jej pierwszy post datowany jest na 1 kwietnia 2017 r. Jednakże liczba obserwujących i postów nie różni się zbytnio od bibliotek zaprezentowanych powyżej. Tym, co przyciąga ludzi, a co za tym idzie zwiększa liczbę polubień, jest nietypowe przedstawienie książki. Wraz z upływem miesięcy i kolejnymi postami słowo „książka” nabiera tu nowego znaczenia. Nie da się ukryć, że zajmuje ona ponad 90% historii profilu. Pomimo tego faktu, nie można powiedzieć, że profil jest nudny. Wręcz przeciwnie. Zabawne przedstawienie różnych dzieł wkomponowanych w otoczenie wyostyra zmysły każdego, kto ma okazję spojrzeć na zdjęcia, oznaczone hasztagiem #bookface. Czasem jest wręcz ciężko oddzielić książkę od otoczenia.

¹² *Bibliothèque Aimé Césaire – Paris.fr* [online]. [Dostęp 1.02.2018]. Dostępny w: <http://equipement.paris.fr/bibliotheque-aime-cesaire-1732>.



Il. 13. Bookface
Źródło: opracowanie własne.



Il. 14. Bookface
Źródło: opracowanie własne.

Dziecięca Biblioteka Clamart (La Petite Bibliothèque Ronde ou bibliothèque des enfants de Clamart) z 317 obserwującymi, to światowej sławy biblioteka dla dzieci, założona przez stowarzyszenie La Joie par les livres w popularnej dzielnicy miasta La Plaine au Petit-Clamart¹³. Biblioteka znana jest zarówno ze swojej architektury, jak i ze względu na swój tryb działania, który czyni z niej miejsce życia dla dzieci miasta. Biblioteka zaprasza rodziny, nauczycieli, specjalistów itp. Stowarzyszenie nawiązuje partnerstwa z innymi instytucjami, wydawnictwami i artystami, dzięki czemu czytelnictwo dzieci coraz bardziej jest postrzegane jako interes wszystkich ludzi. Zespół działa poza murami, aby dotrzeć do osób, które są daleko od czytania i książek. To jest właśnie motyw przewodni profilu biblioteki na Instagramie, który powstał 20 maja 2015 r. Mimo że liczba postów nie przekroczyła 100, to liczba obserwujących z każdym dniem się powiększa. Książki, widoki, różne typy warsztatów, to istota treści profilu. Zdjęcia uśmiechniętych dzieci przepelniają pozytywną energią każdego, kto je ogląda. Z pozoru niewinna zabawa dyskretnie zabiera dzieci w świat kultury czytelniczej.

¹³ La Petite Bibliothèque Ronde – La Petite Bibliothèque Ronde [online]. [Dostęp 1.02.2018]. Dostępny w: <http://www.lapetitebibliothequeronde.com>.



Il. 15. Nauka czytania
Źródło: opracowanie własne.



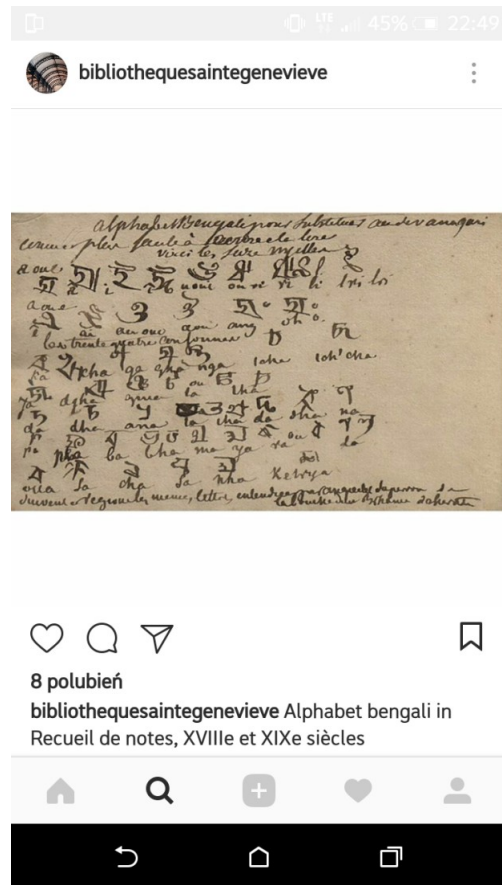
Il. 16. Bal kostiumowy
Źródło: opracowanie własne.

Następną biblioteką, która spełnia przyjęte kryterium liczby fanów, jest Biblioteka św. Genowefy (Bibliothèque Sainte-Geneviève) z siedzibą w Paryżu. Założona została przez kardynała de la Rochefoucauld, a następnie prowadzona przez arcybiskupa François de Mailly. W 1790 r. przeszła pod opiekę władz państwowych. Obecnie wraz z nowym gmachem została włączona do Biblioteki Uniwersytetu Paryskiego, ale nie straciła charakteru publicznego¹⁴. Biorąc pod uwagę datę jej zaistnienia w społeczności instagramowej (18 sierpnia 2017 r.), a także liczbę postów, można powiedzieć, że biblioteka jest średnio aktywna. Nie przeszkadza to jednak w wyrażaniu podziwu, gdy ogląda się udostępniane fotografie. Profil ten jest idealnym przykładem na to, że nie wszystko, co stare, idzie w zapomnienie. Bibliothèque Sainte-Geneviève obala ten mit, ukazując najpiękniejsze zabytki piśmiennictwa, które nie tylko wzbudzają zachwyt, lecz także pozostawiają oglądającego z uczuciem niedosytu.

¹⁴ Bibliothèque Sainte-Geneviève [online]. [Dostęp 1.02.2018]. Dostępny w: <http://www-bsg.univ-paris1.fr>.



Il. 18. „Portrety zwierząt i kwiatów”
 Źródło: opracowanie własne.



Il. 17. Alfabet bengalski
 Źródło: opracowanie własne.

Biblioteką, która uplasowała się na przedostatnim miejscu, jest Biblioteka Jacquesa Duquesne’a (La bibliothèque Jacques Duquesne)¹⁵. Konto dla niej założone zostało 13 grudnia 2016 r. Biblioteka może się pochwalić dużą aktywnością, lecz umiarkowaną liczbą obserwujących, która dotychczas nie przekroczyła 200 osób. Organizowanie całorocznych wystaw, animacje kulturalne, debaty, koncerty, spotkania autorskie, szkolenia, warsztaty dla dzieci, wystawy książek – to postawa profilu @bibliothequejacquesduquesne. Znajdziemy tu wiele podobieństw do innych profili, np. zdjęcia książek, bookface, warsztaty i spotkania dla młodzieży, lecz są tu także treści wyjątkowe, których inni nie mają, m.in. koncerty, całoroczne wystawy i spotkania z udziałem niepełnosprawnych. Ciekawy jest także fakt, że nie wszystkie udostępniane zdjęcia czy filmy są zaopatrywane w hasztagi. Różnorodność zarówno zdjęć, jak i prezentowanych na nich wydarzeń, w pełni rekompensują brak popularnych hasztagów, choć prowadzący profil muszą zdawać sobie sprawę, że nie można wyszukać ich zdjęć przez wyszukiwarkę hasztagów, a co za tym idzie – posty są widoczne jedynie dla fanów biblioteki.

¹⁵ *Catalogue en ligne Site de la Bibliothèque* [online]. [Dostęp 1.02.2018]. Dostępny w: <http://lievin.bibli.fr/index.php?>



Il. 19. Przyjęcie z rodzicami
Źródło: opracowanie własne.



Il. 20. Halloween
Źródło: opracowanie własne.

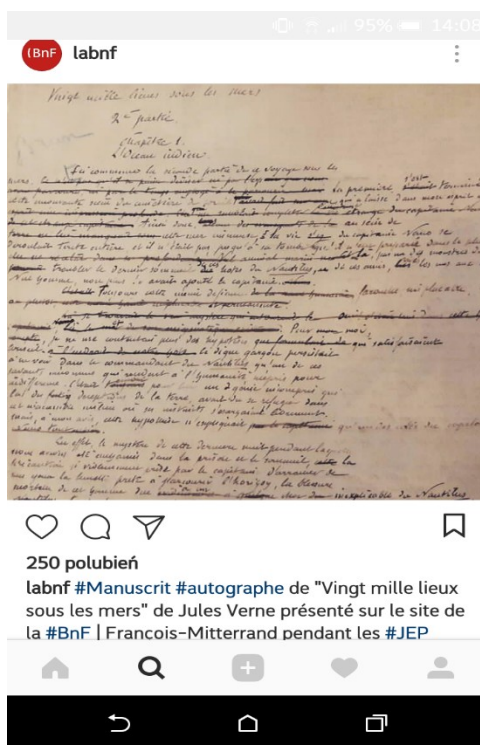
Biblioteka Mejanes (Bibliothèque Méjanès), z ponad 100 obserwującymi osobami, mająca siedzibę w Aix-en-Provence, pokazuje swą miłość do książek już samym swym wyglądem. Front owej biblioteki jest tym, co wyróżnia ją już z daleka, bowiem tworzą go trzy sporych rozmiarów okładki książek: *Obcy* Alberta Camus, *Mały książę* Antoine de Saint-Exupéry i zbiór dzieł Molière'a. To prawdopodobnie największe istniejące na świecie zaproszenie do czytania. Mimo tak obiecującego wyglądu i zawartości biblioteki, jej profil na Instagramie nie należy do najczęściej odwiedzanych. Znikoma liczba postów, a także niezbyt duża atrakcyjność w dodawaniu zdjęć sprawia, że profil @bibliothequemejanès nie cieszy się zbyt dużą popularnością. Być może jest to spowodowane tym, że profil biblioteki istnieje zaledwie od kilku miesięcy, tj. od listopada 2017 r. Warto zatem śledzić jej aktywność i sprawdzać, czy wzmacnia swoją pozycję na Instagramie.

Obraz wyraża więcej niż tysiąc słów – jak mówi chińskie przysłowie

W przypadku kont bibliotecznych na Instagramie przysłowie to sprawdza się idealnie. Wielu mogłoby pomyśleć, że słowa z książki trudno jest ukazać na zdjęciu, a co za tym

idzie jeszcze trudniej jest zachęcić do czytania za pomocą zdjęcia czy filmu. Otóż nie ma nic bardziej mylnego. Trafne opisy, hasztagi, ciągła aktywność na profilach to kroki, które podejmuje biblioteka, aby trafić do jak największej liczby potencjalnych odbiorców. Klikanie serduszek pod zdjęciami użytkowników, na których przedstawiają się z książką, a co za tym idzie, ich częste udostępnianie, jest kolejnym krokiem do sukcesu.

Przedstawione biblioteki widoczne w serwisie Instagram publikują nowe treści, pozyskując tym samym nowych obserwujących. Na każdym z tych profili znajdziemy zarówno dużo podobieństw, jak i wiele różnic.



II. 21. Manuskrypt Juliusza Verne
Źródło: opracowanie własne.

Publikowane treści związane są głównie z książką, lecz ukazują biblioteki w różny sposób, poczynając od prezentacji akcji charytatywnych mających na celu rozpowszechnienie czytelnictwa tam, gdzie jest ono zapomniane z różnych powodów (głównie bieda i trudna sytuacja społeczna), poprzez organizację różnego rodzaju konkursów z drobnymi nagrodami do rozlosowania, zamieszczanie ciekawostek, zdjęć czytelników i budynków bibliotecznych, a także informacji o akcjach promujących czytelnictwo, życzeń okolicznościowych, kończąc na publikowaniu różnego typu ciekawych ujęć widoków.

Biblioteki udostępniają na swych profilach również fotografie i filmy zabytkowych książek, starych druków, rękopisów. Publikują informacje na temat koncertów odbywających się w murach księżnic, różnego rodzaju szkoleń. Upamiętniają także święta związane z biblioteką, bibliotekarzami i książkami.

Trudno jest stwierdzić, czy owa moda na serwisy społecznościowe będzie długotrwała, jednakże jak wynika z obecnych badań rynkowych serwisów ICONOSQUARE, wirtualnedia.pl i SOCIALPRESS, korzysta z nich coraz więcej osób – a co za tym idzie także i instytucji. Nic więc dziwnego, że biblioteki także wykorzystują przestrzeń mediów społecznościowych. Zarówno francuskie, jak i każde inne profile biblioteczne, ukazujące cudowną istotę książki i obrazy towarzyszące temu zagadnieniu, są wybawieniem od pogłębiających się trendów związanych z nagością, makijażem, operacjami plastycznymi, modą, z wiecznym podążaniem za doskonałością, za byciem lepszym od innych.

Bibliografia:

1. CLASEN, A. *11 Instagram facts every marketer must know* [online]. [Dostęp 2.01.2018]. Dostępny w: <https://blog.iconosquare.com/11-instagram-facts-every-marketer-must-know/>.
2. *Jak używać Instagrama i przyciągać followersów?* [online]. [Dostęp 1.02.2018]. Dostępny w: <https://www.whitepress.pl/baza-wiedzy/260/jak-uzywac-instagrama-i-przyciagac-followersow>.
3. KUCHTA, M. *Instagram ma już 700 milionów użytkowników. Jak zmieniła się ich liczba w czasie?* [online]. [Dostęp 2.01.2018]. Dostępny w: <https://socialpress.pl/2017/04/instagram-ma-juz-700-milionow-uzytownikow-jak-zmieniala-sie-ich-liczba-w-czasie/>.
4. *Liczba użytkowników Instagram Stories* [online]. [Dostęp 2.01.2018]. Dostępny w: <http://www.wirtualnedia.pl/artukul/liczba-uzytownikow-instagram-stories>.
5. MYERS, L. *How to Use Hashtags on Instagram for Explosive Growth* [online]. [Dostęp 2.01.2018]. Dostępny w: <https://louisem.com/7198/how-to-use-hashtags-on-instagram>.
6. *Najpopularniejsze hashtagi* [online]. [Dostęp 2.01.2018]. Dostępny w: <http://nowe-opcje-fejsa.pl/najpopularniejsze-hashtagi/>.