

Kamil Stępień
Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie

Folksonomia i tagowanie

Streszczenie: Autor przedstawia folksonomię jako proces oparty na tagowaniu, omawia praktykę tagowania w sieci i proponuje sposoby kontrolowania tak tworzonych słownictwa. Omawia też społeczność tagujących, jej motywacje oraz sposób funkcjonowania.

Słowa kluczowe: folksonomia, tagowanie, kultura uczestnictwa, oddolna konwergencja, inteligencja roju

*Użytkownicy pragną mieć władzę definiowania siebie i świata.
Prawda jest ulotna, zawsze oddalona o jedno kliknięcie.
A. Keen, Kult amatora*

Poruszając się w meandrach wirtualności, pozostawiamy po sobie ślady. Nie jesteśmy anonimowi, co więcej, nawet chcemy, by o nas mówiono. Do opisanego zjawiska powstał angielski termin *digital identity*, co w wolnym tłumaczeniu oznacza cyfrową tożsamość. Żyjemy w sieci i siecią. Nie wyobrażamy sobie życia bez niej. Staliśmy się usieciowionym społeczeństwem, którego przyszłość jest w zasadzie nieznaną. Nasze społeczne działania w sieci sprowadzają się do wspólnego mianownika. Terminami obrazującymi taki stan rzeczy będą tagowanie i folksonomia.

W wielu przypadkach wystarczy, aby kilka osób rozpoczęło jakieś działanie, a znajdą się następni, którzy je dokończą¹.

Folksonomia to oddolny, nieformalny, nieautoryzowany i bezpłatny system kategoryzacji treści w sieci. To także inicjatywa społeczeństwa sieciowego. Powstała dzięki tłumowi i jego mądrości. Jest to także kultura uczestnictwa (*participatory culture*). Henry Jenkins opisuje procesy, w których fani oraz inni uczestnicy kultury są zachęceni do aktywnego uczestnictwa w tworzeniu i transmisji nowych treści. Występuje tutaj zjawisko oddolnej konwergencji (*grassroots convergence*) i oddolnych pośredników (*grassroots intermediaries*). Jest to proces o wymiarze semantycznym, gdzie użytkownicy przypisują nowe znaczenia obiektom i rzeczom. Zdarza się, że internauci nieświadomie opisują sieć, nie zastanawiając się nad sensem swoich poczynań.

Tagowanie, etykietowanie, zakładkowanie to proces porządkowania. Tag to znacznik, słowo kluczowe charakterystyczne dla danej informacji albo jej fragmentu. Najważniejsze dla koncepcji tagowania jest przyjęcie myślenia w kategoriach użytkowników — zasoby — tagi. Taka perspektywa wyznacza kierunki interakcji pomiędzy użytkownikami a serwisami internetowymi.

¹ HOFMOKL, J. *Internet jako dobro wspólne*. Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, 2009, s. 212.

Proces

Folksonomia jest nieekspercką, niehierarchiczną i potoczną strukturą. Swoiste novum folksonomii polega na tym, że możemy paradoksalnie tagować tagi, czyli etykietować obiekty już otagowane (tak dzieje się najczęściej).

Dany obiekt znajdujący się w sieci jest opisywany przez grupę internautów. Każdy z nich użyje innego taga, słowa kluczowego do opisanie zawartości, która go interesuje. Każdy użytkownik paradoksalnie staje się zatem „ekspertem” w swojej kategorii zainteresowań czy dziedziny wiedzy. Powstają w ten sposób niepowtarzalne i autorskie etykiety. Im więcej będzie osób opisujących dany obiekt, tym możliwości wyszukiwania poszczególnych zetykietowanych danych będą większe. Powyższe zjawisko odnosi się także pośrednio do wiedzy i zasobu słownictwa osoby tagującej.

Drugą częścią procesu tagowania jest możliwość opisanie opisanego już obiektu przez innych użytkowników. Jest to teoretycznie proces zapętlający się i nieskończony. Może trwać do wyczerpania się liczby obiektów w sieci albo przypisywanych im znaczników.

Praktyka

Dwuzerowa sieć jest miejscem, gdzie łączą się wspólne opinie, zainteresowania, hobby, pasje, poglądy, sympatie czy też antypatie do kogoś lub czegoś. *Oznacza to, że każdy użytkownik ma potencjalnie władzę definiowania ludzi, rzeczy, zjawisk i wydarzeń wedle własnych pojęć i znaczeń.*² Internauta staje się producentem treści, symboli, co odnosi się także do semiotyki takiego działania. Co istotne, internauta jest subiektywny w swoich sądach.

W praktyce tagowanie radzi sobie nadzwyczaj dobrze. Istnieją inteligentne programy, które korzystając ze swojej bazy słów czy terminów podpowiadają, jak opisywać dane treści stron WWW. Wspierają eliminację prostych rozbieżności językowych. System zaleca tworzenie nowych tagów na podstawie zbioru już stworzonych i wykorzystanych w danym serwisie. Taki mechanizm działania prezentuje del.icio.us.

*Nie istnieje z góry określony zestaw tagów, które można wykorzystać przy opisywaniu linków*³.

Można powiedzieć, że dzisiejsze środowisko Internetu i jego otwarta społeczność powoduje, że My — internauci możemy prezentować dość swobodne podejście do problemu tagowania. W myśl stwierdzenia: to moja działka, jestem specem od rozwiązywania tego typu problemów, jestem dobry w tym i w tym, to i to potrafię. Jednak należy dość ostrożnie podchodzić do takich kwestii, bez popadania w zbytnią wiarę w nieomylność naszych twierdzeń i sądów.

Zbiór etykiet stosowanych przez użytkowników jest nieograniczony i otwarty. Dodatkowo jest nieprzewidywalny i może ewoluować. Nasuwa się po raz kolejny pytanie o

² KRZYSZTOFEK, K. WEBski świat: mądrość tłumów sieciowych czy zbiorowe nieuctwo? W: Keen A. Kult amatora: jak Internet niszczy kulturę? Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, 2007, s. 11.

³ HOFMOKL, J. Internet jako dobro wspólne. Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, 2009, s. 165.

jakość tagów. Jakie czynności należy podjąć, aby zachować wysoką wiarygodność etykiet? Można wprowadzić dodatkowe informacje o osobie tagującej, aby inni użytkownicy mogli dowiedzieć się, kto tagował. Istnieją zestawienia wskazujące, ile razy i jak często używa się danej frazy we wskazanym serwisie. Nie ma natomiast systemu, który dokładnie pokaże nam konkretnych, pojedynczych taggerów, gdyż nie wszyscy muszą być użytkownikami zarejestrowanymi, a odnajdowanie anonimowych internautów w dłuższej perspektywie jest niepotrzebne i nieopłacalne.

Kolejnym rozwiązaniem usprawniającym etykietowanie byłoby stworzenie listy zakazanych, niepoprawnych tagów. Wygenerowana w ten sposób baza wadliwych słów (tzw. czarna lista, *black lists*) mogłaby funkcjonować jako element zapobiegawczy, filtrujący niepoprawnie sformułowane słowa klucze. Bynajmniej nie chodzi tutaj o cenzurowanie czy też moderowanie tagów poprawnych. Pewna automatyzacja tego procesu byłaby, moim zdaniem, wskazana w przeciwieństwie do grupy osób (ekspertów) ręcznie filtrujących i oceniających tagi. Zresztą takie działanie byłoby sprzeczne z ideą folksonomii jako systemu oddolnego i nieeksperskiego. Innymi słowy, kompromisowym rozwiązaniem byłoby koegzystowanie folksonomii z systemem eksperckim, np. biblioteczną taksonomią. W tym wypadku oba modele funkcjonowałyby obok siebie, uzupełniając się. Powstałoby rozwiązanie hybrydowe, wykorzystujące zalety dwóch jakże odmiennych podejść w kategoryzacji obiektów i treści.

Kto taguje?

Gdy mówimy o społecznościach nie możemy zapominać o relacjach w nich panujących. Najważniejszą kwestią jest tutaj tzw. *gift giving*. W epoce 2.0 ponownie odrodziła się kultura przekazywanych dóbr. Justyna Hofmokl charakteryzuje sieć jako miejsce występowania *dobra wspólnego. Daję, abyś i Ty dał*. Powstaje tu problem nieformalnej prośby o rewanż, coś na zasadzie: ja Tobie, Ty mi.

Stuart Kuuffman, biolog teoretyk, stworzył tzw. teorię *oder for free*. Według niego [...] *w pewnych warunkach nieuporządkowany zbiór cząstek może utworzyć strukturę uporządkowaną*⁴. Możemy zatem wyróżnić trzy podstawowe formy dóbr informacyjnych: obiekty (*artifact*), infrastrukturę (*facility*) i treść, zawartość (*content*). Obiekty cyfrowe mogą być wykorzystywane równocześnie przez użytkowników, gdyż istnieje możliwość ich szybkiego kopiowania i rozpowszechniania. W sieci mogą to być strony WWW, pliki tekstowe, muzyczne, graficzne, bazy danych, filmy. Infrastruktura to przede wszystkim sieci komputerowe, archiwa i biblioteki cyfrowe. Treść (zawartość) to wiedza, informacja, dane. W przeciwieństwie do nośników tradycyjnej wiedzy zniszczenie dokumentów cyfrowej wiedzy jest niemożliwe.

Pierre Levy mówi o tym, że staliśmy się posiadaczami sumy informacji posiadanych przez indywidualnych użytkowników sieci. Twierdzi także, że wirtualne społeczności mają zdolność podnoszenia poziomu własnej wiedzy i kompetencji oraz przedstawia możliwość zawierania consensusu.

Ciężko jest jednoznacznie wskazać konkretne przyczyny procesu etykietowania. Należy wnioskować, że procesem tagowania mogą kierować podobne pobudki, jak w przypadku tworzenia wolnego oprogramowania. Linus Torvalds, twórca Linuxa, zau-

⁴ TAPSCOTT, D., WILLIAMS, A.D. *Wikinomia*. Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, 2008, s. 75.

ważył: *Ludzie, którym pozwala się dokonywać samodzielnych wyborów, wybierają projekty pokrywające się z ich kompetencjami i zainteresowaniami. Informatyk, któremu uda się rozwiązać jakiś techniczny problem, jest tak podekscytowany, że ciarki przechodzą mu po plecach. Właśnie to uczucie motywuje do działania*⁵.

Programiści, ingerując w kod źródłowy Linuxa, chcieli pokazać swój profesjonalizm, determinację i wiedzę. Zaakcentowali swój udział w czymś, co przyczyni się do ułatwienia ludzkiego życia. Jednak sam zapał i chęci nie wystarczają. W przypadku linuxowców niezbędny był kapitał i badania nad oprogramowaniem. Darmowa praca tysięcy programistów została poparta przez firmę IBM, która wspierała wolontariuszy zapleczem technicznym i finansowym. W ten sposób powstała jedna z popularnych dystrybucji Linuxa Red Hat, a firma IBM uzyskała rzesze oddanych darmowych pracowników. Firma zreformowała swoją strukturę, wprowadziła zasadę szukania rozwiązań na zewnątrz (*outsourcing*).

Wiele tysięcy programistów-pasjonatów ma większe szanse wymyślenia czegoś przełomowego i nowego w porównaniu do grupy inżynierów firmy. Podobnie jest z tagowaniem. Użytkownicy podejmują refleksję nad danymi problemami. Przyczyny etykietowania, z socjologicznego punktu widzenia, są bardzo różne. Począwszy od chęci dobrej zabawy, przez bezinteresowność, po ambicję pokazania, udowodnienia czegoś. Członkowie internetowych społeczności etykietują, by ułatwić sobie i innym życie. Jest to również spowodowane dążeniem do zaspokojenia wewnętrznej potrzeby zrobienia czegoś w trosce o własny interes. *Ludzie, uczestniczący w społecznościach produkcji partnerskiej, uwielbiają tę pracę. Dziedzina, w której się specjalizują, to ich życiowa pasja, a możliwość zrobienia czegoś nowego lub lepszego, to dla nich największa nagroda*⁶. Wprowadzają porządek, motywując innych użytkowników. Robią to dobrowolnie i nie czerpią z tego żadnych gratyfikacji. Jest to sposób na wyrażanie siebie i własnej osobowości. Użytkownicy mają szansę pokazania się z lepszej strony, zdobywają doświadczenie, nowe kontakty, a jeśli są naprawdę dobrzy w tym, co robią, zyskują wysoki status w swojej społeczności, grupie o wspólnych zainteresowaniach. Niektórzy realizują w ten sposób swoje niespełnione potrzeby, inni chcą zdobyć reputację. Jeszcze inni pokazują swą kreatywność i swój talent.

Kolejny problem to nasz indywidualizm w tłumie, czy ktoś uwzględni nasze racje, pomysły i idee? Przypuszczalnie [...] *społeczeństwo sieciowe będzie masowe, ale będzie to inteligentne społeczeństwo masowe, dzięki inteligencji roju (swarm intelligence). Mrówka, czy pszczoła jako pojedyncze egzemplarze swych gatunków są bezrozumne, ale społeczność ula, czy mrowiska wykazuje zaprogramowaną inteligencję. Ludzie są rozumni, choć stłoczeni w masie pod wpływem psychologii tłumu wiele z tej rozumności tracą, ale technologie informacyjne ją przywracają*⁷. Jak konkluduje A. Keen: [...] *warto też pamiętać, że Titanica zbudowali fachowcy, a Arkę Noego amatorzy. Zanim powstał wysoki teatr, był także zalew jarmarcznych wygłupów*⁸.

⁵ Tamże, s. 110.

⁶ Tamże, s. 110.

⁷ KRZYSZTOFEK, K. Społeczeństwo w dobie Internetu: refleksyjne czy algorytmiczne? W: JONAK, Ł. [i in.] (red.). *Re: Internet — społeczne aspekty medium*. Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, 2006, s. 24.

⁸ KEEN, A. dz. cyt., s. 21.

Ogromny dynamizm rozwoju folksonomii należy wiązać z rozwojem technologii internetowych, a co za tym idzie, z rozwojem samego Internetu, a także z powstaniem sieciowego i „mądrego” społeczeństwa. Prowadzi to do sytuacji, w której [...] *technologia nie tworzy ludzkiego geniuszu — dostarcza jedynie nowych narzędzi autoekspresji*⁹. Stosowane przez użytkowników tagi odzwierciedlają ich upodobania, emocje, opinie i poglądy. Są wskazówką dla innych użytkowników, niezbędnym elementem ułatwiającym poruszanie się w sieci. Są także elementem systemów wyszukiwawczych. Z technicznego punktu widzenia przybierają różną postać, złożoność i zakres tematyczny. Opisują szerokie spektrum zainteresowań użytkowników, dotyczą różnych dokumentów, nie tylko elektronicznych, lecz także tych realnych, fizycznie istniejących. Dostarczają danych do badań nad użytkownikami i samym Internetem.

Bibliografia

- [1]. HOFMOKL, J. *Internet jako nowe dobro wspólne*. Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, 2009. ISBN 978-83-60807-95-8.
- [2]. KEEN, A. *Kult amatora*. Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, 2007. ISBN 978-83-60807-25-5.
- [3]. KRZYSZTOFEK, K. Społeczeństwo w dobie Internetu: refleksyjne czy algorytmiczne? W: JONAK, Ł. [i in.] (red.). *Re: Internet — społeczne aspekty medium*. Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, 2006. ISBN 978-83-60501-38-2.
- [4]. TAPSCOTT, D., WILLIAMS, A.D. *Wikinomia*. Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, 2008. ISBN 978-83-60807-23-1.

Stępień, K. Folksonomia i tagowanie. W: *Biuletyn EBIB* [online] 2012, nr 2 (129), *Koniec 2.0?* [Dostęp: 21.03.2012] Dostępny w World Wide Web:
http://www.nowyebib.info/images/stories/numery/129/129_stepien.pdf. ISSN 1507-7187.

⁹ Tamże, s. 185.