

W2S sur "Analyse d'usage de la Folksonomie" – 21 janvier 2009

Organisateurs : Silicon Sentier & La Cantine & Orange Labs

Au menu de cette session: "Analyse d'usage de la Folksonomie" par Maxime Crépel

Notes prises pendant la réunion par Bernard Paques

= Approches Interdisciplinaires du Web

<http://masterwebscience.org/>

= tag versus mot-clé

= tagging collaboratif = catégorisation des contenus par les utilisateurs à partir de mots-clés

= les politiques de structuration des données sur le web évoluent dans le temps

- web sémantique et web classique (ontologies formelles, classification par les professionnels, limite: uniformisation, et passage à l'échelle (Pedeauque, 2005))
- web 2.0: folksonomie (indexation libre, navigation par les réseaux relationnels, les contenus, les folksonomies, limite: ambiguïté, polysémie, spam)
- web socio-sémantique et développement du web 2.0 (montée en généralité des folksonomies, par clustering, désambiguïsation des tags, suggestion de tags, création de normes de tagging)

= nouveau format graphique des folksonomies: le tagcloud

= systèmes d'indexation non normalisés et fortement évolutifs (changement dans le temps des interfaces flickr, del.icio.us, etc.)

= sur dailymotion et you tube, le tagging est de moins en moins apparent (n'apparaît plus à côté des vidéos)

- ces sites ont une approche de plus en plus proche de celle d'un éditeur/distributeur de média
- il faut connaître les mots-clés, ce qui rend les recherches plus complexes
- éditorialisation du contenu -> c'est plus directif

= <http://www.google.com/trends>

= Analyse des réseaux socio-sémantiques : impact des différentes formes de mise en relation sur la « proximité par tags » entre utilisateurs (Christophe Prieur, Maxime Crépel)

= Les tags comme « prises » physiques et interprétatives qui vont permettre aux utilisateurs de projeter leurs propres repères et agir comme des actionneurs (Bessy, Chateauraynaud, 1995)

= Maxime a déroulé sa thèse en deux phases : une première phase avec 11 entretiens en face à face, puis une deuxième phase avec 30 utilisateurs (dont 10 réalisés)

= analyse des entretiens effectués

- Flickr va avec l'appareil photo réflex ou bridge...
- les contributeurs sont des auto-didactes, qui ont appris à travers leur pratique du site
- l'aspect communautaire est valorisé par les membres de Flickr (regards critiques, conseils, dynamique des groupes, échange via les commentaires)
- Flickr devient addictif (monopolisation du temps passé sur Internet, intensifie la pratique de la photo, parfois mal vécu par le cercle familial)
- gratification de figurer dans l'explorer (boost des hits et commentaires)

= types de classement : temps, espace (géolocalisation), hiérarchique pour soi (classeurs et albums), folksonomies (tags), groupes

- on retrouve ces logiques dans le tagging (exemple : l'année dans le tag)

= appropriation du système de tagging

- découverte rapide (dès la première visite)
- appropriation longue, liée à la production de photos (importance croissante du tagging au delà de 100 photos) et à l'affinement progressif des photos plus anciennes
- complémentarité des modes de classements
- indexation par lots assistée de suggestionneur à travers des logiciels d'upload connectés au site et à Internet (la gamme d'outil est complète, depuis l'assistant gratuit jusqu'au package complet et professionnel)
- les gens ne regardent pas/n'utilisent pas leur propre nuage de tag, et regardent, sans forcément cliquer, le nuage de tags des autres; le nuage de tags est plus informatif qu'utile à la navigation (sauf le nuage général du site)
- le tag devient la « poignée » la plus pertinente lorsque la quantité d'informations devient énorme, et que les autres systèmes de classement ne sont plus adaptés
- navigation depuis leur page perso plutôt par les contacts et les groupes (à travers le flux des activités liées à son réseau) – le réseau de proximité alimente la navigation

= 7 types de tags <http://www.hpl.hp.com/research/idl/papers/tags/tags.pdf>

= usage 1 - tagging grégaire, appliqué à son système personnel de tagging

- discussion sur le terme « grégaire », le collectif commencerait-il par une projection de son vocabulaire personnel ?
- le tagging perso, pour s'y retrouver soi-même
- on se parle à soi-même dans le futur et dans le passé, on se construit sa mémoire

= usage 2 - identification de l'auteur ou du groupe d'affiliation (pseudo, groupe, tags spécifiques)

- l'important est que le choix soit discriminant
- les règles de tagging sont explicitées dans la page d'accueil des groupes
- la discipline de tagging est gérée par les administrateurs des groupes, avec corrections a posteriori
- le tagging est lié à l'institutionnalisation des groupes par exemple, lorsque les tags sont formés à partir des initiales du groupe, auxquelles ont ajouté les dates d'événements (cf. usage de Flickr par le Social Media Club <http://www.flickr.com/photos/sachags/2481532756/>)

= usage 3 - tagging global, par anticipation des besoins d'autres utilisateurs à partir de tags supposés partagés

- utilisation de termes anglophones, même pour des français
- adaptation aux conventions (exemple : « BW » pour repérer les photos en noir et blanc)
- participation à un système global (Flickr : 3 milliards de photos) et aux efforts d'accessibilité

= usage 4 - tagging par adhésion à la plate-forme

- on contribue à Flickr, pour faire vivre l'endroit où on passe du temps

= usage 5 - tagging pour recherche de notoriété

- augmenter la visibilité de ses productions
- ceci peut conduire à une saturation des mots-clés (jusqu'à 75 sur Flickr), jusqu'au spam (mots-clés liés au sexe), sachant que ceci ne pollue pas forcément les autres tags
- le plus souvent, le tagging dans ce cas s'accompagne de stratégies complémentaires (poster dans

les groupes, recherche de contact, ajout de commentaires, poster dans les blogs ou des flux externes, surtout pour les professionnels, modification des dates pour remonter les photos sur les profils perso)

- cf recherche de Jean-Samuel Beuscart sur MySpace http://www.melissa.ens-cachan.fr/rubrique.php3?id_rubrique=39
- recherche d'audience (=spectateurs), de public (ils ont, en plus, le sentiment d'être là et d'appartenance)

= pertinence des suggestionneurs

- Pourquoi pas un suggestionneur hiérarchique, ou des suggestionneurs multiples (un pour le vocabulaire perso, un pour le vocabulaire de groupe, et un global)
- la pertinence du tag dépend du nombre d'éléments associés (combien d'images « nature », ou « chat » ?), c'est le problème du top-rated, qui empêche le renouvellement
- certains photographes professionnels achètent des corpus de tags pour rester pertinents pour leur clientèle
- il y a un besoin d'algorithme pour augmenter la pertinence des suggestionneurs, on est toujours aspiré vers le plus générique

= recherche à partir des tags

- du mot à la combinaison de mots – l'engin de recherche de flickr l'autorise
- une approche multi-facettes du sens (alternative à la phrase?) sachant que certains tags sont longs (tentative d'éviter la généralisation « cherche cuistot célibataire »)

= usage 6 - filtrage et sélection de contenu

- par des groupes spécialisés, qui fonctionnent en task force (« deleteme », « viremoi »)
- conventions très structurés, et discipline de fonctionnement du groupe
- par le tagging, ou par les commentaires

= personnalisation des tags

- sur Flickr, les auteurs savent qui tagge, ce qui n'est pas le cas des autres surfeurs

= usage 7 - tagging pour s'exprimer et réagir

- commenter en restant anonyme pour les visiteurs (on se lâche entre amis, on fait des razzias à plusieurs sur une photo cible)
- au-delà des mots, on note l'emploi de phrases entières, détachées du contenu
- « Defectivebydesign » et « DRM » sur Amazon (Zollers 2007)
- c'est aussi une façon d'ajouter des humeurs aux photos (en complément des commentaires, qui exposent les contributeurs, et des messages électroniques, qui sont perso)

= conclusion : pluralité des usages du tagging

- logiques de classements
- intensité et engagement dans l'activité
- registres sémantiques mobilisés
- formes de montée en généralité / spécificité
- coopérations et conventions entre utilisateurs

= nouvel engin de recherche d'images par couleurs

<http://labs.ideeinc.com/multicolour/>