

---

## **Folksonomies et communautés de partage de signets**

**Vers de nouvelles stratégies de recherche d'informations.**

**Olivier Le Deuff**

*CERSIC-ERELLIF EA 3207*

*Université Rennes 2 - PRES Université Européenne de Bretagne*

*(6, avenue Gaston Berger - CS 24307 35043 **RENNES** Cedex)*

*Oledeuff@gmail.com*

---

*RÉSUMÉ. Les folksonomies peuvent constituer une alternative aux moteurs de recherche en permettant la construction de parcours et la mise en réseau d'informations mais aussi de personnes. Nous avons étudié particulièrement les plateformes de partage de signets et notamment Ma.gnolia.com*

*ABSTRACT. Folksonomies have the potential to be an alternative to search engines. Their social structure allows the development of social networks and the construction of information's trails.*

*MOTS-CLÉS : folksonomies, réseaux sociaux, recherche d'informations, signets sociaux*

*KEYWORDS: folksonomies, social networks, information retrieval, social bookmarks.*

---

## 1. Introduction

Pour beaucoup d'usagers, la recherche d'information est devenue synonyme de moteur de recherche voire de « googlisation ». Cependant il existe désormais des alternatives à ce quasi monopole via notamment les folksonomies, mot composé par Thomas Vander Wal à partir de *folk* et de *taxonomy* et qui définit la possibilité offerte à l'utilisateur d'ajouter des mots-clés à des ressources. Leurs stratégies de recherche diffèrent de la traditionnelle médiation des moteurs. Nous nous sommes interrogés sur la pertinence des folksonomies et leur intérêt réel dans le cas de la recherche d'information. En effet, la démarche « folksonomique » diffère de la simple requête et suppose d'autres habiletés. Cette analyse s'inscrit dans nos recherches sur les habiletés informationnelles (*information literacy*) Nos travaux sur ces nouveaux modes de partage et recherche d'informations s'appuient sur de nombreux tests des différentes plateformes permettant l'intégration de mots-clés qualifiés de tags. Nous nous sommes tout particulièrement ici appuyés sur les systèmes de partages de signets parfois appelés « marque-pages sociaux », voire signets sociaux (*social bookmarks*). Nous avons pu d'ailleurs constater que les différents sites d'intégration de favoris ont veillé à l'interopérabilité de leur système le plus souvent en utilisant le format *xml*. Une possibilité qui n'était pas offerte sur tous les sites il y a encore un an. La littérature sur le sujet des folksonomies est essentiellement anglophone à de rares exceptions dont notre contribution (Le Deuff, 2006) et celles d'Olivier Ertzscheid et de Gabriel Gallezot (Ertzscheid, 2006) Le sujet suscite de plus en plus d'intérêts notamment parmi la communauté du web sémantique et des métadonnées du *Dublin Core*<sup>1</sup>. Le débat est également riche au sein de la blogosphère où les défenseurs des folksonomies n'hésitent pas à commenter les articles scientifiques sur la question notamment lorsque ces derniers s'avèrent critiques. (Peterson, 2006) Notre propos n'est pas d'analyser les problèmes sémantiques des folksonomies qui ont été déjà évoqués notamment dans les travaux cités plus hauts. Nous souhaitons montrer ici que la recherche via les folksonomies permet l'émergence de nouveaux médiateurs ainsi que des possibilités de recherche « sociale » en s'appuyant sur la richesse d'un réseau d'utilisateurs comme c'est notamment le cas pour le site *Ma.gnolia* que nous présentons ici.<sup>2</sup> Les folksonomies s'inscrivent également dans la lignée du web 2.0 qui voit entre autres s'accroître les possibilités de personnalisation de l'information et dont la plupart des plateformes permet l'inclusion de tags.

---

<sup>1</sup> Des chercheurs associés notamment à la communauté internationale des métadonnées du Dublin Core effectuent actuellement une étude sur les usages des tags sur les plateformes de signets sociaux. Il s'agit du projet KOT (Kind of Tags) mené par Liddy Neville et Ana Alice Baptista

<sup>2</sup> <[www.ma.gnolia.com](http://www.ma.gnolia.com)>

## 2. Une alternative aux moteurs ?

Ne nous méprenons pas : les folksonomies n'en sont pas au stade de prétendre proposer une alternative équivalente au moteur de recherche comme c'est le cas du projet « wikiasari » de Jimmy Wales, co-fondateur de Wikipedia. Néanmoins il est possible de trouver de l'information plus intéressante voire plus pertinente via les folksonomies. Elles présentent ainsi deux versants : le premier est lié à la sérendipité, le second est plus lié à la veille. Ses principaux atouts résident dans la médiation humaine. (Metzger, 2004) Il est ainsi fréquent d'accéder à de l'information ou à un site que le moteur de recherche ne nous aurait pas renvoyé dans ses premiers résultats voire que ce dernier n'aurait pas pu indexer.

Faut-il pour autant voir dans ces systèmes un concurrent potentiel des moteurs ? Nous songeons plutôt à les considérer comme des alternatives au sens de cheminements de recherche différents qui nécessitent une construction et non une logique de *push*. Les sentiers qui bifurquent sont parfois le meilleur accès que le chemin direct de l'interface du moteur. Néanmoins, il est probable que les moteurs cherchent à l'avenir à utiliser ces données pour affiner leurs résultats à la manière dont ils se servent déjà des annuaires<sup>3</sup>. Dans nos recherches sur les usages de l'information des jeunes générations (Le Deuff, 2007), nous avons noté que ces derniers usent encore peu des technologies dites web 2.0 comme les flux *Rss* ou les folksonomies privilégiant davantage la communication par messagerie instantanée. Il nous semble que cela pourrait néanmoins constituer un moyen de sortir de la traditionnelle requête sur le moteur. Reste à savoir cependant quels types d'informations les collégiens, lycéens et étudiants voudront se partager ? Pour l'instant les espaces de vidéos en ligne sont le plus prisés par les jeunes générations plutôt que le partage de favoris. Nous voyons là la prédominance du côté ludique d'Internet au détriment de son côté recherche d'informations. L'étude médiappro<sup>4</sup> sur les pratiques des jeunes européens sur Internet confirme ce que nous avions déjà constatés en tant que documentaliste en collège. Il convient donc de distinguer les aspects collaboratifs et sociaux de ces plateformes.

## 3. Les plateformes de signets : Vers une pertinence collaborative ?

Les moteurs de recherche manquent souvent de pertinence du fait qu'ils reposent sur un tri effectué par un robot. Les folksonomies reposent quant à elles sur une médiation humaine, il est vrai imparfaite. Il ne s'agit pas ici de refonder l'ancienne dichotomie entre annuaires et moteurs de recherche. D'ailleurs les annuaires reposaient sur un travail d'indexation réalisé par des professionnels ou bien par des

<sup>3</sup> Nous avons déjà constaté que des pages de signets sont désormais indexées par les moteurs de recherche. Mais la valeur ajoutée des folksonomies n'est pas encore réellement intégrée.

<sup>4</sup> Appropriation des nouveaux médias par les jeunes : une enquête européenne en éducation aux médias. Synthèse pour le Clemi effectuée par Evelyne Brevort et Isabelle Breda<[http://www.clemi.org/international/mediapro/Mediapro\\_b.pdf](http://www.clemi.org/international/mediapro/Mediapro_b.pdf)>

spécialistes bénévoles comme dans le cas de l'annuaire collaboratif Dmoz<sup>5</sup>. Nous n'avons donc pas souhaité reprendre le terme d'indexation sociale car il nous semble que les folksonomies ne constituent pas vraiment de l'indexation, au sens classique, et qui repose sur des processus normés voire institutionnels. D'ailleurs nombreux sont les travaux qui ont montré que le problème des folksonomies repose sur une conception idiosyncrasique voire à visée totalement personnelle puisqu'il n'est pas rare de trouver des tags « à lire » (*to read*) qui ne constituent aucunement une indexation et dont l'utilité collaborative est nulle. Par conséquent, les folksonomies ne peuvent se substituer aux traditionnelles taxonomies même si les plus ardents défenseurs tels Clay Shirky ou bien encore Thomas Van Der Wal y voient un moyen d'indexer le web de manière plus efficace que les professionnels de l'information du fait de l'accroissement des données en ligne. Les intérêts sont donc différents selon nous. Si nous devons employer malgré nos réticences le terme d'« indexation sociale », c'est le caractère social qui nous paraît le plus intéressant.

Outre le fait de pouvoir accéder à ses signets de n'importe où, l'intérêt des signets sociaux réside dans son caractère collectif (Hamon, 2005). Il est possible d'identifier des « folksonomistes » que l'utilisateur perçoit comme référence ce qui permet facilement ainsi de réaliser de la veille collaborative. Le site le plus connu est le pionnier del.icio.us<sup>6</sup> qui permet de se créer un réseau (*network*) de membres dont on peut surveiller les derniers signets tagués. Ce système permet aussi parfois d'obtenir de l'information plus rapidement que ne l'aurait permis le moteur de recherche. En ce sens les folksonomies s'inscrivent dans une perspective de personnalisation de l'information en liaison avec les « agrégateurs » de flux Rss. Il est ainsi possible de créer des flux Rss à partir de tags sélectionnés mais aussi à partir des derniers signets d'autres utilisateurs. Ce système nous apparaît bien plus efficace que celui des *google alerts* dont le fonctionnement demeure tributaire des variations de l'index de Google. Les folksonomies reposent ainsi sur la sérendipité puisque l'utilisateur y trouve parfois au hasard des informations et des sources pertinentes en naviguant de mots-clés en mots-clés mais aussi d'utilisateurs en utilisateurs. Mais une sérendipité riche ne peut fonctionner qu'avec un volume important de données sans quoi les découvertes risquent d'être faibles. Le choix de l'outil est donc important pour l'utilisateur qui doit veiller à s'inscrire dans une communauté d'utilisateurs actifs. La démarche de recherche diffère donc de la requête via les moteurs car elle suppose une construction, voire un investissement si l'utilisateur est lui-même un « folksonomiste ». Il s'agit aussi pour l'utilisateur d'une meilleure prise en compte de son besoin d'information. Le site ma.gnolia a d'ailleurs renforcé les possibilités de veille en ajoutant la possibilité de créer des groupes thématiques mêlant ainsi utilisateurs inscrits intéressés par ces thèmes et signets associés. Les communautés virtuelles pour ne pas les nommer « collèges invisibles » devenant ainsi le socle des folksonomies. Ce système de groupe implique une plus grande démarche collaborative et une indexation moins personnelle. La pertinence évolue ainsi, s'inscrivant à la fois dans une construction personnelle sur du long terme et non seulement sur une simple adéquation à une requête mais aussi dans la participation à des groupes thématiques

<sup>5</sup> <[www.dmoz.org](http://www.dmoz.org)>

<sup>6</sup> <<http://www.del.icio.us>>

de veille ou tout au moins à une volonté de mettre ses découvertes à disposition des autres.

#### 4. « Désintermédiation » et réintermédiation

Les folksonomies s'inscrivent ainsi dans un processus de « désintermédiation » (Pedauque, 2006) dans le sens où la recherche d'information et son organisation se trouvent personnalisées et passent outre la médiation traditionnelle. Cette dernière étant notamment constituée par les intermédiaires professionnels comme les bibliothécaires et documentalistes et leurs processus de classement comme les thésaurus ou bien encore les classifications. L'utilisateur accède ainsi plus aisément et plus rapidement au document. Mais le gain de temps supposé n'en est pas nécessairement un. La question de l'évaluation de l'information ainsi que de sa validation se trouve désormais être du ressort de l'utilisateur. (Serres, 2005)

C'est alors que la figure du *metaxu* tel que la qualifie Philippe Quéau<sup>7</sup> apparaît : de nouveaux intermédiaires émergent, tantôt relais d'informations, tantôt producteurs. L'intermédiaire n'est pas une autorité traditionnelle : il ne doit son influence qu'à sa propre personnalité. Parmi ces principaux intermédiaires se trouvent notamment les blogueurs et les podcasteurs. Les folksonomies permettent ainsi la constitution de réseau d'intermédiaires identifiés par l'utilisateur comme étant digne de confiance ou tout au moins d'intérêt. Malgré tout la légitimité de ces intermédiaires n'est pas sans défaut. Cependant rien n'empêche des enseignants d'utiliser ces stratégies. La médiation s'avère parfois facilitée voire semi-guidée comme avec l'extension pour firefox, Trailfire<sup>8</sup> qui permet à l'utilisateur de créer des parcours de sites web avec annotations incluses sur la page. Chaque parcours recevant un tag. Les possibilités pédagogiques sont ici assez évidentes puisque cette technologie permet l'insertion de billets explicatifs ou de commentaires à n'importe quel endroit de la page. Cela peut s'avérer donc pratique pour un enseignant qui souhaiterait faire suivre un parcours de sites préétablis à ses élèves. Cette démarche rejoint, nous semble-t-il, la validation de l'information sur Internet effectuée par les enseignants qui utilisent des plateformes de formation à distance ou en complément de présentiel comme Moodle qui permettent de suggérer aux étudiants des sites jugés pertinents.

L'évaluation ne concerne donc pas seulement l'information mais également les passeurs d'information dont la popularité qui émane souvent du fait de leur influence au sein de la blogosphère mérite quelques remarques.

#### 5. Autorités ou popularités ?

Nous remarquons qu'au sein de la *blogosphère* tout comme de ce qui est nommée parfois la *tagosphère* s'opèrent ainsi plusieurs glissements de paradigmes :

<sup>7</sup> Philippe Quéau. Metaxu-le blog de Philippe Quéau

<<http://queau.eu/a-propos/>>

<sup>8</sup> <[www.trailfire.com](http://www.trailfire.com)>

- Passage de l'autorité à la popularité

- Passage de la pertinence à l'Influence

Il faut déplorer la confusion dans l'usage de ces termes dans les discours et notamment celle qui est faite par le site Technorati<sup>9</sup> qui utilise l'expression d'autorité pour qualifier ce qui relève de la popularité. Le moteur français Necctar<sup>10</sup> qui recense les blogs et les billets ayant reçus un tag repose également sur cette confusion mêlant indifféremment les deux notions d'autorité et de popularité.

Les personnalités émergentes au sein de la *blogosphère* n'émanent d'aucune institution à priori ou tout au moins ne s'exprime pas en tant que tel. Au contraire, ils doivent gagner leur légitimité tel le prophète à l'inverse du prêtre. Au sein des folksonomies, la figure du « pasteur » cède sa place à celle du passeur (De Rosnay, 2006) qui signale les informations et les sites qu'il a jugés dignes d'intérêt. La *blogosphère* tout comme les folksonomies permettent de distinguer des informations mais aussi des personnes voire des communautés d'intérêts. D'ailleurs, nous avons constaté que les blogueurs reconnus sont également des folksonomistes actifs et dont les signets sont suivis par beaucoup d'autres usagers. D'ailleurs ils peuvent inclure un lien sur leur blog qui permet à leurs lecteurs de consulter directement leurs signets. Nous avons-nous même utilisés ces stratégies pour constituer ainsi un réseau de veille et notamment suivre les signets de deux des principaux défenseurs des folksonomies : Clay Shirky (Shirky, 2005) et Thomas Van der Wal<sup>11</sup>.

L'expression « *Your fans* » employée par del.icio.us, qui caractérise les personnes qui suivent les favoris d'un usager, démontre bien le côté société du spectacle et non le côté pertinent. Néanmoins cela peut constituer un moyen de mesurer la popularité d'un « folksonomiste ». Le nombre de « fans » peut parfois être impressionnant. Nous en avons dénombrés 457<sup>12</sup> pour Clay Shirky. D'ailleurs il faut noter que le côté popularité est souvent mis en avant au sein de la *blogosphère*. Cette dernière peut s'avérer gênante si elle ne repose pas sur de bonnes intentions. Les folksonomies sont parfois critiquées du fait que tous les folksonomistes ne sont pas tous des « gentlemen »<sup>13</sup> (sic) et que certains vont chercher une nouvelle fois à l'instar des métadonnées il y a quelques années à en tirer avantage. Cette montée en puissance de la notion de popularité doit inciter les chercheurs à s'emparer de la question d'autant que des sites spécialisés permettent l'usage des folksonomies dans le domaine scientifique. Nous songeons ici à Connotea<sup>14</sup> lancé par la revue Nature qui permet le partage de signets et plus particulièrement les articles scientifiques. Dans le même genre, mais avec d'autres spécificités comme notamment la possibilité d'ajouter des ouvrages, il existe citeulike<sup>15</sup>. Ces plateformes constituent des instruments de mesure de popularité de tel ou tel article et par ricochet des

<sup>9</sup> <[www.technorati.com](http://www.technorati.com)>

<sup>10</sup> <<http://www.necctar.com>>

<sup>11</sup> <[www.vanderwal.net/](http://www.vanderwal.net/)>

<sup>12</sup> Nombre de "fans" au 19 février 2007.

<sup>13</sup> Brian Kelly. Folksonomies, the sceptics views <[http://www.ukoln.ac.uk/web-focus/events/conferences/ili-2005/talk-3/ppt2000-html/intro\\_files/v3\\_document.html](http://www.ukoln.ac.uk/web-focus/events/conferences/ili-2005/talk-3/ppt2000-html/intro_files/v3_document.html)>

<sup>14</sup> <[www.connotea.org](http://www.connotea.org)>

<sup>15</sup> <[www.citeulike.org](http://www.citeulike.org)>

chercheurs. Beaucoup d'articles référencés par les utilisateurs sont d'ailleurs des articles en accès libre. Ces systèmes ne sont pas sans conséquence sur l'évaluation des chercheurs d'autant que les incitations à publier dans les archives ouvertes s'accroissent.

## **6. Le réseau de partage de signets sociaux Ma.gnolia : une communauté d'initiés ?**

### **Caractéristiques de la plateforme.**

Nous avons choisi de nous attarder plus particulièrement sur la plateforme de partage de signets Ma.gnolia.com. Nous avons pour cela observé le site pendant 6 mois en nouant des contacts avec d'autres usagers et en y déposant nos signets. Néanmoins il s'est avéré extrêmement difficile de pouvoir y effectuer une enquête d'usages exhaustive du fait du nombre encore restreint de membres mais également parce que ces derniers n'ont finalement guère le temps de répondre à nos questions. Cependant le choix d'étudier Ma.gnolia s'est effectuée parce que la plateforme permet facilement la construction de parcours impliquant la reconnaissance de personnes ressources ayant acquis une légitimité dans la validation de l'information au sein de domaines particuliers. Ma.gnolia permet le partage de signets à la manière de deli.cio.us mais en lui ajoutant quelques fonctionnalités supplémentaires s'accompagnant d'une esthétique plus conviviale. Le site a été créé en 2006 par Larry Half, consultant new-yorkais d'une trentaine d'années, blogueur et passionné de cuisine notamment française.

Ma.gnolia n'est pas exempt de la tentation de popularité décrite auparavant. Un auteur de site Internet peut en effet afficher une petite icône qui signale le nombre de fois que cette page a été ajoutée par les usagers de Ma.gnolia. Les annotations associées sur la plateforme peuvent aider néanmoins l'utilisateur dans sa démarche critique.

Un des principaux atouts de ma.gnolia réside dans la possibilité de créer des groupes thématiques et d'intérêts au sein desquels les membres peuvent partager des ressources jugées pertinentes, concevant ainsi une veille collaborative. Il s'avère également possible de créer des discussions au sein de ces groupes et l'envoi de messages aux autres membres est également facile. Finalement Ma.gnolia crée du lien entre les ressources mais aussi entre les membres.

Ma.gnolia ressemble-t-elle à toutes les communautés de partage de signets ? Nous avons de prime abord pensé que non du fait que le nombre d'utilisateurs est plus restreint que celui de deli.cio.us. Il est difficile d'affirmer que cela soit un désavantage, le grand nombre d'utilisateurs de deli.cio.us accroissant les risques d'infopollution (Sutter, 1998), de surabondance et de redondance de l'information. Néanmoins, le grand nombre d'inscrits de deli.cio.us permet d'accéder à un plus grand ensemble de ressources. Faut-il dès lors comparer les deux plateformes sur ce point sachant que beaucoup d'utilisateurs de Ma.gnolia utilisent aussi deli.cio.us ?

Nous avons-nous même utilisés un autre service, diigo<sup>16</sup> qui permet de placer ses signets annotés et tagués sur plusieurs plateformes de ce type afin de pouvoir y effectuer des comparaisons. Nos signets se trouvent donc à la fois sur Diigo, Deli.cio.us et Ma.gnolia. A l'usage nous pensons qu'elles ont toutes leur spécificité et qu'elles répondent à des besoins et usages différents. Diigo permet de publier facilement ses annotations sur un blog notamment de manière plus conviviale que ne le permet deli.cio.us. Quant à Ma.gnolia, il nous semble que son intérêt réside dans la qualité de ses utilisateurs. Ces derniers ne sont pas anonymes et facilement identifiables, Ma.gnolia privilégie d'ailleurs la mise en avant de ses membres en leur permettant de construire des profils plus conviviaux avec photo et courte biographie. La fonction *featured linker* incite les usages à aller consulter les profils et les signets des autres membres. Nous avons ainsi remarqué que les profils des membres évitent l'anonymat contrairement à de nombreux membres de del.cio.us.

### Quels types d'initiés ?

Nous sommes tentés de qualifier cette communauté d'initiés au sens d'*insiders*, c'est-à-dire introduits dans le milieu de l'Internet. Plusieurs membres actifs sont connus notamment dans le milieu des nouvelles technologies. D'ailleurs une analyse des tags employés conforte cette impression<sup>17</sup>. Ma.gnolia permet de suivre notamment quelques projets en vogue actuellement comme la question de l'identité numérique via la stratégie *openID* ou bien encore les projets pré-sémantiques des microformats. Des communautés actives sont présentes sur ces questions notamment en ce qui concerne la sélection des ressources dans le domaine ce qui permet d'effectuer une veille pointue sur ces évolutions.

Au premier abord, nous avons considéré que les membres étaient plus des *insiders* au sens d'introduits dans le milieu plutôt que des initiés au sens de personnes possédant un savoir non partagé. La particularité de Ma.gnolia est bien d'afficher des utilisateurs dont le nom est reconnu dans le milieu de l'Internet. Nous avons ainsi remarqué la présence de personnalités comme Thomas Vander Wal<sup>18</sup>, le créateur du terme folksonomie ou bien encore du côté francophone celle de Natacha Quester Semeon très active sur les questions d'éthique de l'Internet et devenue célèbre depuis la mise en place de l'île verte de second life. Nous sommes d'ailleurs en contact avec ces personnes grâce au réseau Ma.gnolia. Ma.gnolia permet une relative convivialité, les membres ne sauraient être par conséquent des initiés au sens ésotérique. Cependant, nous avons noté que le nombre de membres encore restreint nous a empêché de mener à bien une enquête qualitative sur la manière dont les membres percevaient la communauté. C'est d'ailleurs le problème des fonctionnalités avancées de Ma.gnolia. Les usagers sont peu actifs sur les forums thématiques, d'une part parce qu'ils sont déjà fort occupés, mais sans doute aussi parce qu'ils cherchent principalement à partager de l'information voire à tisser des

<sup>16</sup> <[www.diigo.com](http://www.diigo.com)>

<sup>17</sup> <<http://ma.gnolia.com/tags>>

<sup>18</sup> Ce dernier est d'ailleurs membre du groupe thématique « Folksonomies » que nous avons créé sur la plateforme et dont nous sommes l'administrateur.

relations mais de manière plus directe ou plus privée sur d'autres réseaux plus professionnels. Cependant le peu de réponses que nous avons reçus à nos questions sur les usages de la plateforme nous interroge. Nous avons utilisé les fonctions dites « sociales » de Ma.gnolia pour poser des questions via les forums ou en envoyant directement des messages à des usagers ciblés directement depuis l'interface de Ma.gnolia. Certains utilisateurs ont prétexté un manque de temps, d'autres n'ont même pas répondu comme le créateur Larry Half notamment sur la question du nombre d'inscrits qui semble demeurer un secret commercial.<sup>19</sup> Il apparaît aussi finalement que nous avons eu moins de difficultés à nouer des relations avec les francophones où notre profil<sup>20</sup> semblait plus reconnu que parmi les anglophones. Finalement, il semble que ce réseau implique un degré de reconnaissance voire de confiance. Par conséquent l'atout de Ma.gnolia se situe plutôt dans les activités de veille via la surveillance des signets de personnes ou de groupes thématiques notamment en récupérant les flux Rss associés.

### Conclusion :

L'hypertexte connaît ici un prolongement intéressant du fait que l'utilisateur peut être lié à une ressource ou un groupe. Les communautés de partage de signets relient des individus entre eux, mais également des informations et des individus. Le document numérique n'est pas seulement complexe intrinsèquement mais aussi dans les relations qu'il occasionne. Ici ce n'est pas l'auteur du document signalé qui prime, mais bien le médiateur qui va conférer sa légitimité au document. Nous sommes donc bien dans une « reintermédiation ».

Il faut voir dans les folkonomies, notamment les systèmes de marque-pages sociaux, un moyen d'accéder à de l'information et de la connaissance au gré de parcours diversifiés. En ce sens, elles sont plus conformes à l'esprit du web basé sur une navigation hypertextuelle. Elles reflètent la figure du labyrinthe, ce jardin aux sentiers qui bifurquent mais dont les recoins nous ouvrent de nouvelles perspectives. La recherche d'informations ne passe pas par les autoroutes mais par les labyrinthes à l'instar de l'avertissement de Von Lohenstein dans son *Inscription pour un labyrinthe* (1676) :

" *Combien vous vous trompez, mortels, en voyant dans ce trompeur édifice une tromperie qui veut vous égarer (...)*

<sup>19</sup> L'interview de Todd Sieling, directeur de Marketing de Ma.gnolia, sur le site des web 2.0 awards, qui a élu Ma.gnolia.com meilleur site de signets sociaux, confirme cette volonté de ne pas communiquer sur ces éléments :

« How's your traffic? How many users do you have?

Sorry, but we don't really talk about that publicly. »

< <http://www.seomoz.org/web2.0/interview/magnolia/2007>>

<sup>20</sup> Notre site [www.guidedesegares.fr](http://www.guidedesegares.fr) et nos interventions sur le web 2.0 sont surtout connus des francophones.

Même si les chemins sont parfois parsemés d'embûches et semblent constituer de mauvaises directions, les folksonomies sont plus fidèles au cheminement hypertextuel. Cependant elles nécessitent un apprentissage voire une *tag literacy*<sup>21</sup>.

### **Bibliographie.**

De Rosnay, J., Revelli, C., *La révolte du pronétariat*. Paris, Fayard 2006

Ertzscheid O., Gallezot G., «Etude exploratoire des pratiques d'indexation sociale comme une renégociation des espaces documentaires. Vers un nouveau big bang documentaire ? » in *Document numérique et société, 1ère édition, sous la dir. de Ghislaine Chartron et Evelyne Broudoux. Actes de la conférence organisée dans le cadre de la Semaine du document numérique à Fribourg (Suisse) les 20 et 21 septembre 2006*. ADBS Éditions, 2006. 344 p. Collection Sciences et techniques de l'information.

Hammond T., Hannay T., Lund B, and Scott J. «Social Bookmarking Tools (I) : A General Review. » *D-Lib Magazine*, 11(4), April 2005

Le Deuff O., « Folksonomies : Les usagers indexent le web », *BBF*, 2006, n° 4, p. 66-70 <<http://bbf.enssib.fr/sdx/BBF/pdf/bbf-2006-4/bbf-2006-04-0066-002.pdf>>

Le Deuff O., «Culture de l'information et web 2.0: Quelles formations pour les jeunes générations ? » *Doctoriales du GDR TIC & Société, Marne-la-Vallée.15-16 janvier 2007* <[http://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic\\_00140079](http://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic_00140079)>

Metzger, JP., (sous la dir. de) *Médiation et représentation des savoirs Recherches en sciences de l'information et de la communication* L'harmattan. 2004

Pedauque, R.T., Document et modernités. 2006 <http://rtp-doc.enssib.fr/IMG/pdf/Pedauque3-V4.pdf>

Peterson, E., Beneath the metadata. «Some philosophical problems with folksonomy. » *Dlib Magazine* 12 (11). 2006 <<http://dx.doi.org/10.1045/november2006-peterson>>

Serres, Alexandre, « Évaluation de l'information sur Internet : Le défi de la formation », *BBF*, 2005, n° 6, p. 38-44

Shirky, Clay. 2005. *Ontology is Overrated; Categories, Links and Tags*. [http://www.shirky.com/writings/ontology\\_overrated.html](http://www.shirky.com/writings/ontology_overrated.html)

Sutter, E., «Pour une écologie de l'information. » *Documentaliste - Sciences de l'information*, vol. 35, n°2, p. 83-86. 1998

---

<sup>21</sup>Mejias,U.A.,*Tag literacy*. 2005 <[http://ideant.typepad.com/ulises\\_mejias.htm](http://ideant.typepad.com/ulises_mejias.htm)>