

Folksonomije u knjižnicama iz perspektive korisnika

Torić, Anamarija

Master's thesis / Diplomski rad

2022

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Humanities and Social Sciences / Sveučilište u Zagrebu, Filozofski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:131:255795>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-04-19**



Repository / Repozitorij:

[ODRAZ - open repository of the University of Zagreb](#)
[Faculty of Humanities and Social Sciences](#)



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU

FILOZOFSKI FAKULTET

ODSJEK ZA INFORMACIJSKE I KOMUNIKACIJSKE
ZNANOSTI

Ak. god. 2021./22.

Anamarija Torić

Folksonomije u knjižnicama iz perspektive korisnika

diplomski rad

mentor Sonja Špiranec

Zagreb, 2022.

Izjava o akademskoj čestitosti

Izjavljujem da je ovaj rad rezultat mog vlastitog rada koji se temelji na istraživanjima te objavljenoj i citiranoj literaturi. Izjavljujem da nijedan dio rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz necitiranog rada, te da nijedan dio rada ne krši bilo čija autorska prava. Također izjavljujem da nijedan dio rada nije korišten za bilo koji drugi rad u bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili obrazovnoj ustanovi.

Anamarija Torić

Sadržaj

1 Uvod.....	4
2 Folksonomije i korisničko označivanje.....	5
2.1 Oblaci oznaka.....	7
2.2 Korisničke oznake i oblaci oznaka u Hrvatskoj.....	8
3 Teorijska analiza folksonomija.....	11
3.1 Motivacije korisnika	12
3.2 Vrste korisničkih oznaka.....	14
3.3 Stvaranje folksonomija	16
3.4 Tumblr.....	16
4 Pretraživanje i pronalaženje informacija.....	19
5 Prednosti i nedostaci folksonomija	20
6 Folksonomije i knjižnice.....	23
6.1 LibraryThing	24
7 Istraživanje.....	28
7.1 Metodologija	28
7.2 Analiza	28
8 Zaključak.....	44
9 Literatura.....	46
10 Prilozi.....	48
10.1 Anketa	48
10.2 Popis slika	54
10.3 Popis grafova	55
Sažetak	56
Summary	57

1 Uvod

Knjižnice su u svome djelovanju oduvijek bile fokusirane na korisnike. U današnjem svijetu rapidnog razvoja tehnologije, često se javlja pitanje što bi knjižnice mogle učiniti kako bi ostale ukorak s vremenom i maksimalno se približile korisnicima.

Iako se dosta govori o sudjelovanju knjižnica na društvenim mrežama kao jednom od elemenata Web-a 2.0., još je jedan bitan socijalni aspekt knjižničkog poslovanja o kojem informacijski stručnjaci često diskutiraju, a to je društveno, odnosno korisničko označivanje, čiji su rezultat folksonomije.

Koncept folksonomija prisutan je u struci već neko vrijeme (od ranih 2000-ih), no u knjižničkoj praksi, pogotovo u Hrvatskoj, nije još došlo do raširenog korištenja. Prema tome, postavlja se pitanje jesu li same knjižnice dovoljno upoznate sa svim mogućim prednostima i blagodatima folksonomija, ili pak implementiranje korisničkih oznaka u njihove sustave ipak donosi više nedostataka nego prednosti.

Cilj ovog rada je predstaviti definicije folksonomije, različite podjele i karakteristike, te uočene prednosti i nedostatke. Isto tako, provedeno je istraživanje o mišljenju korisnika, te će se na temelju rezultata utvrditi kakvi su stavovi o potencijalnom uvođenju korisničkog označivanja u knjižnice, i doći do zaključka o isplativosti uvođenja istog.

2 Folksonomije i korisničko označivanje

Folksonomija, odnosno korisničko označivanje, je „proces tijekom kojeg korisnici dodjeljuju ključne riječi zajednički korištenim sadržajima, a ukupnost svih dodijeljenih oznaka unutar neke informacijske platforme kreira folksonomiju.“¹

Dakle, folksonomija je klasifikacijski sustav u čijem stvaranju sudjeluju korisnici. Termin je nastao spajanjem engleskih riječi *folk* (narod, ljudi) i *taxonomy* (taksonomija), označavajući taksonomiju koju stvaraju ljudi. Thomas Vander Wal, tvorac termina, definira folksonomiju kao rezultat označivanja za vlastito pronalaženje, te se sam proces označivanja događa u društvenoj okolini (dostupan drugima). Proces obavlja osoba koja konzumira informaciju, a vrijednost ovog tipa označivanja leži u činjenici da ljudi koriste vlastiti vokabular i dodaju eksplicitno značenje, te to nije toliko kategoriziranje koliko sredstvo za stvaranje značenja.^{2 3}

Pojava Interneta i društvenih mreža omogućila je ljudima povezanost kakvu do tada nije bilo moguće ostvariti. U današnjem svijetu u kojem većina ljudi ima pristup Internetu, i pristup informacijama je uvelike olakšan. Prema tome, folksonomije su jedan u nizu alata za povezivanje i dijeljenje, ali i primanje informacija. Uključenost u proces dodavanja korisničkih oznaka stavlja važnost na same korisnike, te time oni postaju ključni dio i stvaranja i konzumiranja informacija, što daje dodatan značaj folksonomijama kao takvima.

Iako se folksonomije nekad nazivaju društvenim klasificiranjem, ispravnije bi bilo gledati na njih kao na kolekciju ključnih riječi, s obzirom na to da bi trebale biti strukturirane i organizirane da bi se smatrale klasifikacijskim sustavom kao takvim. A s obzirom na naglasak na uključivanje korisnika, teško je očekivati, a pomalo i suvišno, da će stvarati standardizirani sustav oznaka. Upravo ta razlika između formalnih klasifikacijskih sustava i folksonomija je ono što ih čini privlačnima korisnicima, koji umjesto da uče kako se služiti pojedinim klasifikacijskim sustavima, sami stvaraju svoja pravila.

Korisnici mogu imati dvije različite motivacije za dodavanje oznaka, osobnu i društvenu. Kao što i samo ime nalaže, korisnici s osobnom motivacijom dodaju oznake kako bi se lakše

¹ Ivanjko, Tomislav. Korisničko označivanje i predmetni pristup. // Predmetna obrada : pogled unaprijed / uredile Branka Purgarić-Kužić, Sonja Špiranec. Zagreb : Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2007. Str. 38-56.

² Vander Wal, Thomas. Folksonomy Coinage and Definition, 2007. Dostupno na:
<https://www.vanderwal.net/folksonomy.html>

³ Peters, Isabella. Folksonomies : Indexing and Retrieval in Web 2.0. Berlin : De Gruyter, 2009.

organizirali, dok oni s društvenom motivacijom to čine kako bi doprinijeli i drugim korisnicima. Naravno, moguć je i slučaj gdje korisnici to čine i zbog sebe i zbog drugih.

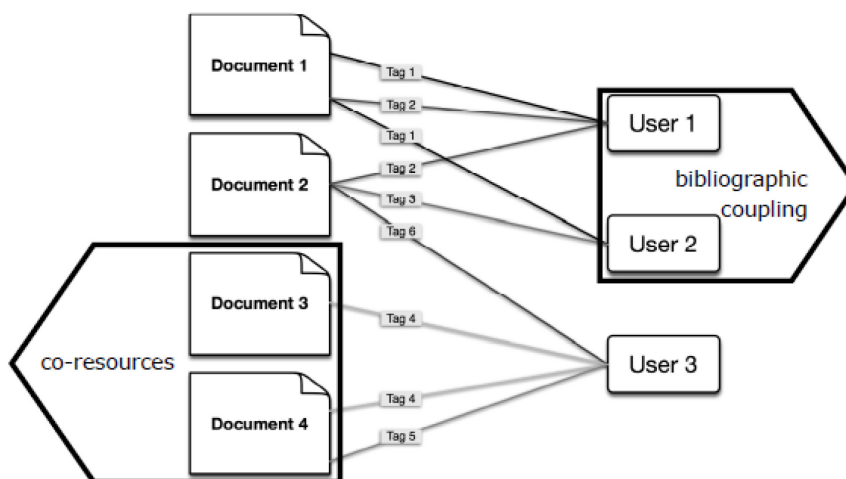
Folksonomije predstavljaju jednostavniji, jeftiniji i prirodniji način organiziranja web sadržaja koji koristi *bottom-up* pristup. One nemaju eksplicitno definirane odnose među terminima, niti hijerarhiju, te odražavaju vokabular korisnika s obzirom na to da oni sami stvaraju oznake.⁴

Folksonomije se mogu definirati i kao tripartitni sustav, s obzirom na to da se bave s tri različita aspekta u isto vrijeme:

- izvori koje treba opisati
- oznake koje se biraju za opis
- korisnici koji obavljaju indeksiranje⁵

Folksonomija F je n-torka $F=(U,T,R,Y)$, gdje U označava set korisnika, T set oznaka, R set izvora, a Y odnose između njih.

Nekad se spominje i četvrti aspekt, a to je vrijeme označivanja. Sama veza između izvora, korisnika i oznaka može se očitavati na mnogo različitih načina.



Slika 1: Odnosi u folksonomijama⁶

⁴ Gupta, Manish. et al. An Overview of Social Tagging and Applications. // Social Network Data Analytics / uredio C.C. Aggarwal. Berlin : Springer Science+Business Media, 2011. Str. 448-497.

⁵ Peters, Folksonomies, n. dj.

⁶ Peters, Folksonomies, n. dj.

Izvore povezuju iste oznake koje im se pripisuju, te tako izvori 1 i 2 dijele oznaku 2, a izvori 3 i 4 oznaku 4, što znači da su slične tematike. Izvori mogu biti povezani i kroz korisnike, pa su tako i izvori koji su označivani od strane istog korisnika srodni. Izvori 3 i 4 su ovdje prikazani kao tzv. *co-resources*, odnosno srodni izvori, s obzirom na to da ih je isti korisnik označio istim oznakama (korisnik

3 im je objema pridodao oznaku 4). Korisnici 1 i 2 su povezani kroz tzv. bibliografsko povezivanje (*bibliographic coupling*) s obzirom na to da su pridodali istu oznaku istom izvoru (oznaka 1 za dokument 1), a uz to su i zajedno označivali i izvor 1 i 2.

Grupiranje sličnih objekata i pokazivanje relacija među njima uvelike olakšava pretraživanje, te ovim putem folksonomije postaju puno više *user-friendly*, time privlačeći veći broj korisnika od tradicionalnih sustava.

Heckner, Mühlbacher i Wolff uspostavili su model kategorizacije oznaka koji uključuje funkcionalne, lingvističke i redundantne oznake. Funkcionalne se odnose na sadržaj izvora i osobne oznake, lingvističke na pravopis, oblik i vrstu riječi, a redundantne su one koje se podudaraju s dijelovima teksta.⁷

Špiranec i Ivanjko su u svojoj analizi korpusa na hrvatskom jeziku došli do zaključka da se korisničke oznake poklapaju s tradicionalnim pomagalicama što se tiče lingvističke forme, te da je mala zastupljenost subjektivnih oznaka. Isto tako, korisnici su većinom organizirali izvore prema predmetu, odnosno sadržaju.⁸

Bitno je i spomenuti pojam *docsonomy* koji označava sve korisničke oznake dodijeljene jednom izvoru, a još jedna karakteristika folksonomija je da sadrže mali broj oznaka koje su često dodane i velik broj oznaka koje su dodane samo jednom.⁹

2.1 Oblaci oznaka

⁷ Heckner, Markus; Susanne Mühlbacher; Christian Wolff. Tagging tagging : Analysing user keywords in scientific bibliography management systems. // Journal of Digital Information. 9, 2(2008)

⁸ Špiranec, Sonja; Tomislav Ivanjko. Predmetni jezici s korisničkim jamstvom : što možemo naučiti od folksonomija? // 15. seminar Arhivi, knjižnice, muzeji : mogućnosti suradnje u okruženju globalne informacijske strukture / uredili Damir Hasenay i Maja Krtalić. Zagreb : Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2012. Str. 57-72.

⁹ Ivanjko, Korisničko označivanje i predmetni pristup, n. dj.

Sve korisničke oznake dodijeljene jednom izvoru, kao i njihova učestalost, mogu se iščitati iz tzv. oblaka oznaka (eng. *tag cloud*).



Slika 2: Primjer oblaka oznaka na platformi LibraryThing

Oblaci oznaka (eng. *tag cloud*) prevladavaju kao primarni način vizualizacije kod folksonomija. One oznake koje se češće pojavljuju biti će istaknutije većim i podebljanim fontom, što su na navedenom primjeru oznaka dodijeljenih knjizi *A Game of Thrones* autora George R. R. Martina, „fantasy“, „fiction“, „A Song of Ice and Fire“, „to-read“ i „read“. Prve tri oznake su objektivne te se odnose na žanrove i serijal kojemu ta knjiga pripada, dok zadnje dvije označavaju subjektivan odnos korisnika s tom knjigom, odnosno planiraju li je pročitati ili su je već pročitali.

Oblaci oznaka reflektiraju tri glavne dimenzije folksonomija: korisničke oznake, relevantnost tih oznaka i abecedni poredak folksonomije.

Istraživanja su pokazala da veličina fonta ima najveći utjecaj na korisnike, odnosno oznake navedene najvećim fontom čine se najbitnije. Osim veličine fonta, na percepciju korisnika utječe i jačina, odnosno podebljana slova. Boja fonta nema nekog utjecaja, ali pozicioniranje oznake ima, odnosno korisnici će prije odabrati oznake koje se nalaze u sredini oblaka od onih na rubovima.¹⁰¹¹

2.2 Korisničke oznake i oblaci oznaka u Hrvatskoj

Što se tiče korisničkih oznaka u hrvatskim online knjižničnim katalozima, Knjižnice grada Zagreba koje se služe sustavom Zaki ne nude mogućnost dodavanja oznaka niti pretraživanja

¹⁰ Rivandeira, A.W. et al. Getting our head in the clouds : Toward evaluation studies of tagclouds. // Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems. New York : Association for Computing Machinery, 2006. Str. 707-715.

¹¹ Bateman, Scott; Carl Gutwin; Miguel Nacenta. Seeing things in the clouds : the effect of visual features on tag cloud selections. // Proceedings of the nineteenth ACM conference on Hypertext and hypermedia. New York : Association for Computing Machinery, 2008. Str. 193-202.

oblaka oznaka. Za razliku od njih, one knjižnice koje se služe softverom Koha nude tu mogućnost. Pri pretraživanju dvaju kataloga (Filozofskog fakulteta¹² i Instituta Ruđer Bošković¹³), dalo se uočiti da, za razliku od IRB-a, FFZG-ov oblak oznaka ne prikazuje niti jednu oznaku, što ukazuje na činjenicu da niti jedna oznaka nije pridružena izvorima u knjižnici FFZG-a. Inače, oba kataloga služe se istim softverom, Koha-om, te su njihova sučelja slična.

All Tags

Tags to show from other users :

[Log in to see your own saved tags.](#)

Slika 3: Oblak oznaka na sučelju knjižnice FFZG-a

All Tags

Tags to show from other users :

[Log in to see your own saved tags.](#)

air pollution AKM anesthesiology anionic detergents bounded seas chemical engineering coast copyright digitalna knjiga drug therapy dynamic html e-books
elektronička knjiga html institucijski repozitorij institutional repository IRB **Josip Ruđer Bošković** LAPAO knjižnica br. 22 libraries marine
biology marine ecology marine fisheries marine parasitology marine pollution marine science marine sediments Mediterranean sea mental diseases mental disorders
metodologija znanstvenog djela oceans otvorena znanost otvoreni pristup parasites pharmacology php programming serijske publikacije SQL string theory sysadmin
water pollution

Slika 4: Oblak oznaka na sučelju knjižnice IRB-a

Nakon prijavljivanja na mrežnu stranicu knjižnice FFZG-a i dodavanja oznaka, rezultati su sljedeći. Nakon dodavanja oznake „asoiarf“ odnosno skraćenice za serijal knjiga *A Song of Ice and Fire* pisca George R. R. Martina, pri pretraživanju istog katalog nudi obje knjige kojima je oznaka pridodana, te isto tako iza same oznake u zagradi piše koliko je puta iskorištena.

¹² Koha.ffzg.unizg.hr (2022) URL: <https://koha.ffzg.unizg.hr/> (15.5.2022.)

¹³ Katalog.irb.hr (2022) URL: <https://katalog.irb.hr/> (15.5.2022.)

Home > Results of search for 'asoiaf'

Your search returned 2 results. 

[Unhighlight](#)

[Select all](#) [Clear all](#) | Select titles to:

☐ **A clash of kings : book two of A song of ice and fire / George R.R. Martin.**
 by Martin, George R. R.
 Edition: Bantam Books trade pbk. ed.
 Material type:  Text
 Publisher: Bantam Books, 2011.
 Availability: **Items available for loan:** Knjižnica FFZG [Call number: PB 221138] (1).
 Tags: **asoiaf** (2)
[Add tag](#) [Save to lists](#) [Add to your cart](#)


☐ **A game of thrones : book one of A song of ice and fire / George R.R. Martin.**
 by Martin, George Raymond Richard.
 Material type:  Text; Format: print ; Literary form: Fiction
 Publisher: London : Harper Voyager, 2011
 Availability: (1) **Checked out** (1).
 Tags: **asoiaf** (2)
[Add tag](#) [Save to lists](#) [Add to your cart](#)


Slika 5: Korisničke oznake u katalogu knjižnice FFZG-a

Dodane oznake se mogu pregledati i na korisničkom profilu, no iako su one identične, katalog ih prikazuje kao dvije odvojene oznake, kako u malom oblaku oznaka koji je stvoren, tako i u listi svih iskorištenih oznaka pojedinog korisnika.

All Tags

Tags to show from other users :

[asoiaf](#) [asoiaf](#)

Your tags

	Term	Title	Date added
☐	asoiaf	A clash of kings : book two of A song of ice and fire / George R.R. Martin. by Martin, George R. R. Edition: Bantam Books trade pbk. ed. Material type:  Text Publisher: Bantam Books, 2011. Availability: Items available for loan: Knjižnica FFZG [Call number: PB 221138] (1).	2022-05-22
☐	asoiaf	A game of thrones : book one of A song of ice and fire / George R.R. Martin. by Martin, George Raymond Richard. Material type:  Text; Format: print ; Literary form: Fiction Publisher: London : Harper Voyager, 2011 Availability: (1) Checked out (1).	2022-05-22

Slika 6: Korisničke oznake na korisničkom profilu knjižnice FFZG-a

U svakom slučaju, iako se katalog IRB-a čini razrađeniji, ili možda korišteniji od onog FFZG-a, ta dva kataloga su na dobrom putu implementacije korisničkih oznaka, iako ima prostora za napredak.

3 Teorijska analiza folksonomija

Razlikujemo dva tipa folksonomija ovisno o opsežnosti oznaka:

- **široke** (eng. *broad*) folksonomije koje omogućuju dodjeljivanje višestrukih oznaka jednom izvoru
- **uske** (eng. *narrow*) folksonomije koje su izvedene iz autorovih oznaka i može biti slučaj da je drugim korisnicima omogućeno dodavanje novih oznaka¹⁴

Kod širokih folksonomija mnogo različitih korisnika može dodati oznake izvoru, te naći izvor koristeći oznake u pretraživanju. U ovom slučaju izvor može biti opisan istim, sličnim ili potpuno različitim oznakama, koristeći raznovrsne perspektive. Marlow i suradnici nazvali su ovaj pristup *free-for-all tagging*¹⁵, naglašavajući velik broj ishoda s obzirom na to da je ovakav tip označivanja „otvoren svima“. Ove folksonomije omogućuju i statističku analizu frekvencije pojedinih oznaka određenog izvora, što je jedna od glavnih prednosti širokih folksonomija.

Kod uskih folksonomija, izvoru su oznake dodijeljene samo jednom, međutim nove oznake mogu biti dodane. U većini slučajeva autor izvora dodaje prvih nekoliko oznaka (eng. *self-tagging*), dok druge oznake mogu biti dodane od strane drugih korisnika, npr. autorovih poznanika, što podsjeća na kontrolirane riječnike kao što su tezaursi.

Doduše, Peters predstavlja još jednu distinkciju gdje osim osnovne podjele na široke i uske, dodatno razlikujemo dva tipa uskih folksonomija:

- **široke** folksonomije kod kojih autor i drugi korisnici mogu dodavati oznake izvorima više puta

¹⁴ Vander Wal, Thomas. Folksonomy Explanations, 2005. Dostupno na:

<https://vanderwal.net/random/entrysel.php?blog=1622>

¹⁵ Marlow, Cameron. et al. HT06, tagging paper, taxonomy, Flickr, academic article, to read. // Proceedings of the seventeenth conference on Hypertext and hypermedia. New York : Association for Computing Machinery, 2006. Str. 31-40.

- **proširene uske** folksonomije gdje autor i drugi korisnici mogu dodati oznake izvorima, ali samo jednom
- **uske** folksonomije gdje jedino autor može dodati oznake, dok ih drugi korisnici mogu samo pretraživati¹⁶

U ovom slučaju kod uskih folksonomija uopće nema opcije dodavanja oznaka za druge korisnike, dok je kod proširenih uskih folksonomija ta mogućnost pružena, ali je ograničena na samo jednu instancu dodavanja oznaka.

Prema tome, uske folksonomije pokušavaju ograničiti svoj opseg kako bi zadržale određen stupanj kontrole, dok široke daju veću slobodu korisnicima, te su više u duhu samog koncepta korisničkog označivanja kao takvog, s obzirom na to da je naglasak na maksimalnom uključivanju korisnika.

3.1 Motivacije korisnika

Korisnici mogu odlučiti dodavati oznake iz različitih razloga. Gupta navodi moguće motivacije korisnika:¹⁷

- **Kasniji pronalazak** (eng. *future retrieval*) – namjera može biti pomoć samom korisniku koji dodaje oznaku, ali i većoj skupini korisnika koji će taj izvor kasnije pretraživati.
- **Doprinos i dijeljenje** (eng. *contribution and sharing*) – cilj je doprinijeti zajednici i olakšati pretraživanje, te također osigurati veću vidljivost izvora
- **Privlačenje pažnje** (eng. *attract attention*) – označivanje vlastitih izvora popularnim oznakama kako bi privukli pažnju većeg broja korisnika
- **Igra i natjecanje** (eng. *play and competition*) – različite zajednice na webu mogu razviti svoja vlastita pravila koja se tiču označivanja
- **Samoreferencija** (eng. *self referential tags*) – oznake kojima korisnik ostavlja vlastiti trag na pojedinim izvorima, obilježava svoj identitet ili svoju vezu s izvorom
- **Izražavanje mišljenja** (eng. *opinion expression*) – korisnik ostavlja svoj komentar na izvor u formatu oznake

¹⁶ Peters, Folksonomies, n. dj.

¹⁷ Gupta et al., n. dj.

- **Organizacija zadataka** (eng. *task organization*) – korisnik koristi oznake kao svojevrsne podsjetnike samome sebi, npr. „pročitati kasnije“ (eng. *to-read*)

Brojne studije su provedene na temu mogućih motivacija korisnika. Golder i Huberman¹⁸ proveli su istraživanje korisnika platforme Del.icio.us, namijenjene dodavanju web oznaka (eng. *bookmark*) koja trenutno nije funkcionalna, već je u procesu restauracije od 2020. godine. Oni su došli do zaključka da korisnici dodaju oznake kako bi identificirali temu (o kome ili o čemu se radi), vrstu sadržaja (knjiga, članak i slično), vlasništvo, pridjeve mišljenja ili karakteristika (smiješno, glupo, zanimljivo i slično), odnos sadržaja i korisnika (npr. moje), te za organizaciju (npr. pročitati). Golder i Huberman su odmah istaknuli tenziju između oznaka koje su korisne za širu zajednicu i onih koje su korisne samo osobi koja ih pridodaje izvoru.

Marlow i suradnici¹⁹ nadovezuju se na studiju Goldera i Hubermana, te dodaju svoje istraživanje platforme Flickr, na kojoj korisnici mogu objavljivati fotografije te im pridruživati tagove. Glavna razlika između ove dvije platforme je to što je Del.icio.us bio široka folksonomija otvorena svima, dok je Flickr uska folksonomija gdje samo korisnik koji je objavio sliku može dodavati oznake. Naravno, ova razlika je očekivana s obzirom na to da je fokus platforme Flickr samo objavljivanje fotografija od strane korisnika, dok je Del.icio.us bio namijenjen organizaciji već postojećih mrežnih izvora, a ne dodavanje istih. Prema tome su i motivacije korisnika drugačije: korisnici Del.icio.us-a su dodavali oznake pretežno iz organizacijskih razloga, s manjim fokusom na društvenu korist, dok je u slučaju Flickr-a veći naglasak stavljen na socijalni aspekt dijeljenja i pretraživanja, iako je tu i motivacija vlastitog kasnijeg pronalaska.

Ames i Naaman²⁰ također se bave analizom platforme Flickr, te su utvrdili da je najbitniji faktor upravo višestruki set različitih motivacija za dodavanje oznaka, te da se korisnici rijetko vode samo jednom motivacijom. Isto tako smatraju da je moguće dodatno motivirati korisnike pomoću preporuka (eng. *suggestions*) koji će im pomoći u odabiru oznaka.

¹⁸ Golder, Scott A; Huberman, Bernardo A. The Structure of Collaborative Tagging Systems. // Journal of Information Science. 32, 2(2005).

¹⁹ Marlow et al., n.dj.

²⁰ Ames, Morgan; Naaman, Mor. Why We Tag : Motivations for Annotation in Mobile and Online Media. // Proceedings of the 2007 Conference on Human Factors in Computing Systems. New York : Association for Computing Machinery, 2007. Str: 971-980.

Xu i suradnici²¹ također govore o stvaranju algoritma sustava preporuka koji će nuditi korisnicima oznake pri označivanju, te predlažu model istoga i smatraju da takvi sustavi mogu uvelike pomoći u poboljšanju kvalitete folksonomija.

Sen i suradnici²² svoje istraživanje su proveli na platformi MovieLens, gdje korisnici mogu pretraživati filmove i dodavati im oznake. Njihova studija pokazala je da najveći broj korisnika koristi tagove za izražavanje vlastitog mišljenja i organizaciju, dok se malo manji broj opredijelio za pronalaženje i biranje filmova kao motivaciju.

Što se tiče općenite važnosti pojedinih ranije navedenih motivacija korisnika, najrelevantnije bi svakako bili kasniji pronalazak, doprinos i dijeljenje, te organizacija zadataka. Prve dvije komponente imaju iste rezultate, ali proizlaze iz različitih motivacija, npr. možemo usporediti dva korisnika koji su odlučili određenoj knjizi prirododati oznaku „science fiction“. Prvi korisnik je to učinio kako bi se kasnije, kada poželi čitati knjigu tog žanra, lakše vratio i pronašao tu knjigu, dok je drugi korisnik dodao oznaku kako bi proširio domet te iste knjige do publike koja je zainteresiran za žanr znanstvene fantastike, te olakšao pretraživanje. I naravno, organizacija zadataka, odnosno stvaranje listi knjiga za pročitati, pročitanih knjiga i slično, oduvijek je privlačna korisnicima koji žele pratiti svoj napredak i okupiti podatke na jednom mjestu. Najproblematičnija motivacija je ustvari izražavanje mišljenja, odnosno pogrešno korištenje oznaka u svrhu komentiranja, a ne označivanja samog sadržaja, iako ni to ne mora nužno biti štetno za zajednicu korisnika, ako su zainteresirani za brzi pronalazak mišljenja o pojedinim knjigama.

3.2 Vrste korisničkih oznaka

Što se tiče različitih vrsta oznaka, one se poklapaju s različitim motivacijama korisnika.²³

- **Oznake temeljene na sadržaju** (eng. *content-based tags*) – opisuju sam sadržaj izvora, prema tome su najkorisnije u kasnijem pretraživanju

²¹ Xu, Zhichen. et al. Towards the Semantic Web: Collaborative Tag Suggestions. // Proceedings of the WWW 2006 Workshop on Collaborative Web Tagging. Edinburgh, 2006.

²² Sen, Shilad. et al. Tagging, communities, vocabulary, evolution. // Proceedings of the 2006 ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work. New York : Association for Computing Machinery, 2008. Str: 181-190.

²³ Gupta et al., n. dj.

- **Oznake temeljene na kontekstu** (eng. *context-based tags*) – označavaju kontekst u kojem je nastao izvor, npr. lokaciju ili vremenski period
- **Atributne oznake** (eng. *attribute tags*) – označavaju karakteristike izvora, odnosno pripisuju mu razne attribute, kao što su „smiješno“, „inspirativno“ i slično
- **Oznake vlasništva** (eng. *ownership tags*) – definiraju vlasništvo nad izvorom
- **Subjektivne oznake** (eng. *subjective tags*) – služe korisnicima da izraze svoje mišljenje i osjećaje, no i takve oznake mogu pomoći drugim korisnicima, ne pri samom pretraživanju, nego s ocjenom izvora
- **Organizacijske oznake** (eng. *organizational tags*) – većinom služe samo korisniku koji ih dodaje, te mu mogu služiti kao podsjetnici koje izvore planira pročitati kasnije i slično

Sve vrste korisničkih oznaka mogu se kasnije podijeliti u tzv. činjenične (eng. *factual*) i osobne (eng. *personal*) oznake, gdje činjenične označavaju objektivne nepromjenjive oznake, kao što su one temeljene na sadržaju i kontekstu, dok su osobne oznake subjektivne, te mogu varirati od korisnika do korisnika.

Körner²⁴ govori o podjeli korisnika na dvije skupine ovisno o tome kakvom se vrstom oznaka služe: kategorizatori (eng. *categorizers*) i opisivači (eng. *describers*). Kategorizatori se služe većinom organizacijskim oznakama, iako te oznake mogu biti bazirane na sadržaju djela. No, u ovome slučaju, korisnik razvija svoj vlastiti sustav kako bi kasnije lakše pronašao pojedine izvore, te se služi limitiranim brojem oznaka. S druge strane, opisivačima je primarni cilj što bolje i sa što više oznaka opisati djelo, te se oni služe velikim brojem različitih oznaka, baziranih na sadržaju, na kontekstu, atributnom oznakama, te možda čak i subjektivnim oznakama. Körner tvrdi i da opisivači često dodaju više mogućih sinonima kako bi u većoj mjeri olakšali pretraživanje i pronalaženje izvora.

Dalo bi se raspravljati o tome koliko su pojedine subjektivne oznake korisne za zajednicu, te iako se sama subjektivnost smatra jednom od mana folksonomija, s druge strane bi je se moglo gledati kao svojevrsnu prednost. Umjesto toga da korisnici po forumima i društvenim mrežama traže recenzije i mišljenja, u ovome slučaju bi na jednom mjestu vidjeli i ocjenu drugih korisnika uz druge objektivne korisničke oznake vezane za sadržaj i kontekst djela.

²⁴ Körner, Christian. Understanding the Motivation Behind Tagging. // Poster session presented at Hypertext conference. Turin, 2009.

3.3 Stvaranje folksonomija

Postoje razni parametri koje treba uzeti u obzir kod stvaranja folksonomija.^{25 26 27}

- **Dijeljenje oznaka** (eng. *tag sharing*) – treba uzeti u obzir kolika je razina privatnosti, jesu li korisničke oznake dostupne svima, određenoj grupi korisnika, ili su privatne.
- **Odabir oznaka** (eng. *tag selection*) – odnosi se primarno na preporučene oznake, odnosno na mogućnost ili nemogućnost korisnika da vidi prethodno dodane oznake, što bi moglo utjecati na njegovu odluku. Bitno je navesti da bi vidljivost prethodnih oznaka mogla olakšati probleme neusklađenosti koji se javljaju kod folksonomija, te ih dovesti korak bliže kontroliranom rječniku.
- **Prava na označivanje** (eng. *tagging rights*) – postoje slučajevi gdje samo vlasnik sadržaja može dodavati oznake, makar je većina folksonomija strukturirana tako da svi korisnici mogu dodavati svoje oznake.
- **Opseg oznaka** (eng. *tag scope*) – može biti uzak ili širok, ovisno o tome koliko se oznaka može dodati pojedinom izvoru i kako su one regulirane.
- **Format oznaka** (eng. *tag format*) – oznake mogu biti samo jedna riječ ili više riječi.
- **Vrsta izvora** (eng. *type of object*) – sam izvor kojem se pridodaju oznake može biti različitog tipa, npr. dokument, slika, video, web stranica itd.

Većina navedenih parametara odnosi se ustvari na stupanj regulacije pojedinih folksonomija, te svrstavaju li se u široke ili uske folksonomije. Iako su široke folksonomije više u duhu same ideje, bez previše regulacija i ograničenja što se tiče dodavanja oznaka, uske folksonomije se trude riješiti kritika vezanih uz nedosljednost ili subjektivnost pomoću većih regulacija, odnosno količinom korisnika koji mogu dodavati oznake, ali i samim brojem dodanih oznaka.

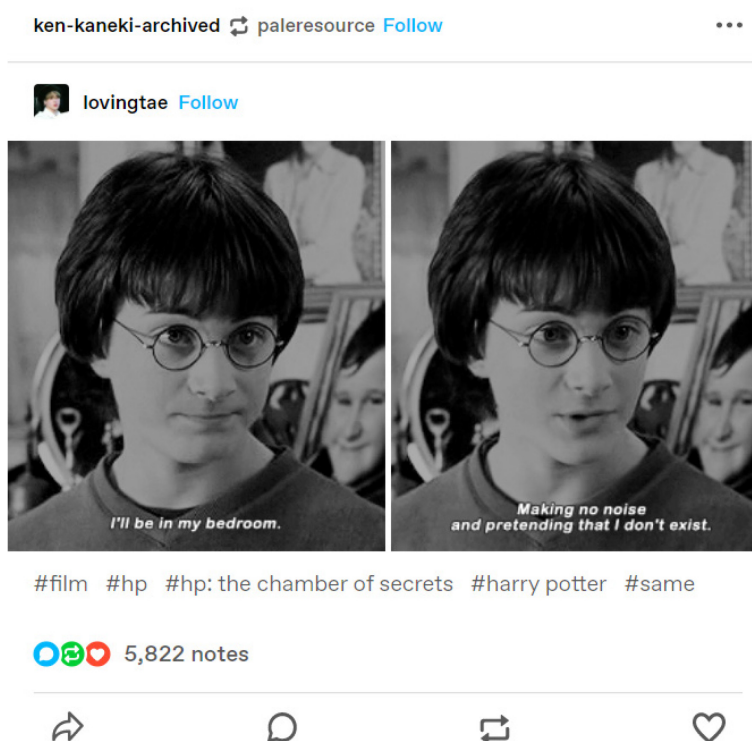
3.4 Tumblr

²⁵ Gupta et al., n. dj.

²⁶ Marlow et al., n. dj.

²⁷ Sen et al., n. dj.

Društvena mreža Tumblr²⁸ odličan je primjer platforme gdje se može pojavljivati velik broj različitih vrsta korisničkih oznaka. To je platforma koja nije pretjerano regulirana, te su korisnici sami razvili svoje sisteme i načine označivanja u zajednici. Korisnik stvara svoj blog koji ima jedinstvenu web adresu, te je u potpunosti slobodan uređivati ga kako god želi. Svi korisnici mogu objavljevati sadržaj, koji se kreće od slika i gifova do tekstualnih objava. Primaran način interakcije sa sadržajem je tzv. *reblog* kojime korisnik tuđi sadržaj objavljuje na vlastitom blogu na isti način na koji *retweet* funkcionira na Twitteru. Pri objavljivanju i pri *rebloganju* korisnik je slobodan dodati korisničke oznake, odnosno *tagove*. Iako dodavanje oznaka nije obavezno, većina zajednice ih koristi iz različitih razloga.



Slika 7: Primjer objave na društvenoj mreži Tumblr

Na slici se nalazi primjer jednog *rebloga*, te korisničkih oznaka koje su mu pridodane. Većina Tumblr korisnika služi se oznakama temeljenima na sadržaju objave, koje mogu biti različitih opsega. Na ovom primjeru objave gifova iz filmskog serijala Harry Potter, korisnik je dodao oznaku „film“ kako bi označio najširu kategoriju kojoj pripada ova objava. Ostale kategorije temelje se primarno na ostalim interesima korisnika, a mogu biti „tv“, „art“, „literature“ i

²⁸ Tumblr.com (2022) URL: <https://www.tumblr.com/dashboard> (15.5.2022.)

slično. Potom je iskorištena oznaka „hp“ koja se odnosi na cijeli serijal filmova, dok se „hp: the chamber of secrets“ odnosi na specifičan film iz serijala iz kojeg su preuzeti gifovi. Posljednja činjenična oznaka je „harry potter“ i označava samog lika Harry Pottera. Ovdje je korištenjem kratice za ime serijala i punog imena za lika iz serijala izbjegnuta zabuna do koje bi moglo doći pri korištenju iste oznake i za serijal i za lika. I na kraju, „same“ (hrv. „također“) je subjektivna oznaka kojom je korisnik izrazio svoj komentar na objavu.

Ovako izgleda objava na blogu korisnika koji ju je *reblogao*, koristeći primarno organizacijske oznake temeljene na sadržaju i subjektivne oznake komentara. Osim toga bitno je spomenuti kako je u samoj objavi vidljivo s čijeg je bloga korisnik *reblogao* tu objavu, ali i koji je blog izvor te objave, odnosno stvaratelj sadržaja.

U nastavku se nalazi ta ista objava, ali ovoga puta na blogu korisnika koji ju je kreirao i prvi joj dodao oznake.



Slika 8: Primjer objave na društvenoj mreži Tumblr

Ovdje su korisničke oznake nešto drugačije s obzirom na to da je Tumblr kao zajednica razvio sistem kojim se povećava vidljivost objava, s ciljem da se podijeli većoj skupini korisnika koji dijele iste interese. Na Tumblru postoje blogovi posvećeni isključivo određenom tipu sadržaja, u ovom slučaju korisnik koji je kreirao sadržaj dodao je oznake koje pripadaju blogovima posvećenima franšizi Harry Potter filmova. Ti blogovi redovno provjeravaju objave koje su

označene njihovom *tagom* (većinom korisničkim imenom, odnosno web adresom njihovog bloga), te *rebloganjem* tih sadržaja na svoj blog oni njemu šire vidljivost. Isto tako, svi korisnici koji objavljuju sadržaj imaju posebnu oznaku kojom organiziraju sadržaj koji su sami stvorili na jednom mjestu, u ovome slučaju to je oznaka „gif“ koja na jednom mjestu okuplja sve gifove objavljene od strane tog korisnika na njihovom blogu. Isto tako, posljednja oznaka je i u ovome slučaju subjektivna, odnosno komentar na scenu iz filma koja je prikazana u objavi.

4 Pretraživanje i pronalaženje informacija

Folksonomije pružaju pristup informacijskim izvorima svim korisnicima, te je motivacija za označivanje većinom osobne prirode.²⁹

S obzirom na to da folksonomije stvaraju sami korisnici, onda je i kasnije pretraživanje od strane drugih korisnika olakšano jer, u krajnjoj liniji, razne grupe korisnika razmišljaju na slične načine. No, trebamo uzeti u obzir i da korisnici kao nestručne osobe ne mogu u potpunosti pratiti regulacije označivanja, niti razmišljati o kasnijoj sintaksi pretraživanja.

Smith i suradnici odredili su šest uvjeta koje pretraživanje i pronalaženje informacija treba zadovoljiti, a oni se tiču i folksonomija³⁰:

- **filtrirati** (eng. *filter*)
- **rangirati** (eng. *rank*)
- **riješiti se dvosmislenosti** (eng. *disambiguate*)
- **podijeliti** (eng. *share*)
- **preporučiti** (eng. *recommend*)
- **pridružiti** (eng. *match make*)

U pravilu, bitno je dobro poznavanje ciljane skupine korisnika, te je na temelju toga potrebno prilagoditi rezultate pretraživanja, od toga kako će se rezultati rangirati do toga koji će se

²⁹ Gordon-Murnane, Laura. Social bookmarking, Folksonomies and Web 2.0. Tools. // Searcher – the Magazine for Database Professionals. 14,6(2006). Str. 26-38.

³⁰ Smith, Mark. et al. Leveraging Social Context for Searching Social Media. // SSM '08 : Proceedings of the 2008 ACM Workshop on Search in Social Media. New York : Association for Computing Machinery, 2008. Str. 91-94.

rezultati samoinicijativno nuditi korisnicima bez aktivnog pretraživanja, a temeljit će se na njihovim dotadašnjim interesima.

Peters govori o poveznici između pretraživanja informacija i predstavljanja znanja. Cilj pretraživanja informacija je pronaći relevantne informacije u prikladnom vremenskom periodu i s prikladnim trudom, dok je cilj predstavljanja znanja predstaviti sadržaj informacijskih izvora vokabularom koji je poznat i ljudima koji pretražuju i indeksiraju.³¹

Merholz navodi svoj razgovor s Shirkyjem koji tvrdi da će korisnik pronaći izvor dokle god postoji drugi korisnik koji koristi isti način označivanja kao i korisnik koji pretražuje. Merholz tvrdi da će, ako mu je cilj pretraživanja naći korisnike koji označavaju izvore na isti način, pretraživanje korisnika biti veoma ograničeno.³²

To je, ustvari, primarni problem folksonomija, odnosno usklađivanje vokabulara koji korisnici koriste. Feldman sumira cijeli problem u jednoj rečenici: „Find what I mean and not what I say!“³³ U prijevodu, korisnici žele pronaći ono što su mislili a ne nužno ono što su rekli, te se previše toga oslanja na to hoće li korisnici iskoristiti prave riječi. No, isto tako, s obzirom na to da korisnici razmišljaju na slične načine, možda će upravo folksonomije pomoći da korisnici pronađu ono što su htjeli iako se nisu sasvim precizno izrazili. Kontrolirani rječnici služe se ograničenim vokabularom s kojim neki korisnici nisu u potpunosti upoznati, te bi folksonomije trebale služiti tome da približe traženi sadržaj korisnicima.

5 Prednosti i nedostaci folksonomija

Folksonomije se, kao što im i samo ime nalaže, u potpunosti oslanjaju na korisnike. Stvaraju ih sami korisnici za sebe i za druge korisnike. U tom smislu bolje su od kontroliranih rječnika jer se korisnici ne moraju zamarati kompliciranom terminologijom i precizno određenim oznakama. No, iako to može biti velika prednost, isto tako može predstavljati i nedostatak zbog

³¹ Peters, Folksonomies, n. dj.

³² Merholz, Peter. Clay Shirky's viewpoints are overrated, 2005. Dostupno na: <https://www.peterme.com/archives/000558.html>

³³ Feldman, Susan. Meaning-based search tools : Find what I mean, not what I say. // Online – Leading Magazine for Information Professionals. 24, 3(2000)

manjka organiziranosti i usklađenosti. Stručni knjižničari većinom su mišljenja da folksonomije mogu nadograditi, ali ne i u potpunosti zamijeniti tradicionalne sustave.³⁴

Špiranec i Ivanjko navodne pozitivne i negativne strane folksonomija. Korisničko označivanje javilo se kao odgovor na probleme do kojih su dovele promjene u svijetu informacijskih znanosti, te kao rješenje za nedostatke tradicionalnih sustava. Folksonomije odgovaraju jeziku korisnika te su manje zahtjevne, a ujedno su i podložne promjenama koje odražavaju nove koncepte, za razliku od kontroliranih rječnika koji su krući i ne mijenjaju se tako lako. Također, korisničke oznake su jedinstvene u tome što mogu biti subjektivne i time izraziti mišljenja i stavove korisnika, što može pomoći drugim korisnicima u prosuđivanju korisnosti izvora. Pogotovo su korisne u slučajevima kada korisnik ne zna što točno traži i pregledava (eng. *browsing*) velik broj izvora.³⁵

Nedostaci folksonomija proizlaze upravo iz činjenice da ih stvaraju sami korisnici, a to je nedostatak kontrole i normalizacije jezika, odnosno primarno pojava različitih oblika iste oznake od kojih je svaki zasebna oznaka, čime može doći do otežanog pretraživanja.³⁶

Ivanjko navodi neke od najčešće diskutiranih problema vezanih uz folksonomije.³⁷ Primarni nedostatak folksonomija, odnosno problem koji se najčešće javlja, je jezične prirode. Lingvistički fenomeni kao što su sinonimi i višeznačnost, s čijom su se problematičnosti kontrolirani rječnici suočili na uspješan način, mogu predstavljati problem kod korisničkog označivanja. Višeznačnost riječi kao što je „luk“ može dovesti do problema pri pretraživanju. Osoba koja je zainteresirana za izvore koji govore o luku kao namirnici, uz njih će naići i na izvore koji se bave lukom kao oružjem. Sinonimija pak predstavlja sasvim suprotni problem, a to je da će zbog upotrebe različitih sinonima iste riječi, korisnik pri pretraživanju jedne od njih dobiti samo dio izvora (npr. dućan i trgovina).

Osim višeznačnosti i sinonima, mogu se javljati problemi kod upotrebe jednine i množine, različitih načina slaganja fraza i slično.

Uz lingvističke probleme, valja navesti i semantičke, odnosno razinu značenja. Pri označivanju pojedinog izvora, korisnici sami odlučuju koliko specifični oni žele biti, iako to uvelike ovisi i o njihovom poznavanju pojedinog područja o kojem se u tom izvoru govori. Npr. neki izvor

³⁴ Špiranec; Ivanjko, Predmetni jezici s korisničkim jamstvom, n. dj.

³⁵ Ibid.

³⁶ Ibid.

³⁷ Ivanjko, Korisničko označivanje i predmetni pristup, n. dj

može govoriti o posebnoj sorti ruže. Neki korisnici će to označiti samo kao „cvijet“ u najširem smislu, neki će dodati pojam „ruža“, dok će neki poznavatelji različitih sorti ruža označiti upravo tu sortu o kojoj se u spomenutom izvoru govori. Korisnicima koji će taj izvor pretraživati tražeći samo općenito znanje o cvijeću ili ružama to neće predstavljati toliko problem, ali korisnicima koji traže informacije o toj specifičnoj sorti ruže pretraživanje će biti otežano.

No, Ivanjko isto tako naglašava prednosti korisničkog označivanja, a to su niski kognitivni trošak, bolja osobna organizacija i pretraga izvora, neposredna komunikacija i povratna informacija, te prilagođenost korisniku i stvaranje korisničkih zajednica.³⁸

Niski kognitivni trošak, za razliku od kontroliranih rječnika, označava mogućnost korisnika da dodaju oznake izvorima bez prethodnog predznanja koje bi tradicionalni sustavi zahtijevali. Time i sami informacijski stručnjaci mogu uštediti na vremenu jer im korisnici pomažu u označavanju izvora. Bolja osobna organizacija je veliki plus za korisnike jer, samom činjenicom da oni kreiraju i dodaju oznake, mogu to učiniti na način koji njima odgovara, a time u isto vrijeme pomagati drugim korisnicima koji bi mogli taj izvor pretraživati. Isto tako, korisnici će usred samog čina označavanja dobiti povratnu informaciju o oznakama koje su najčešće korištene, te mogu svoju odluku donijeti na temelju toga ako ne znaju koju bi točno oznaku dodali. Folksonomije imaju i karakteristike koje dijele s društvenim mrežama, a to je međusobno povezivanje korisnika u zajednicu.

Folksonomije, uz svoje brojne prednosti, stvorile su se kao odgovor na sve veći mrežni prostor u kojem je označivanje tradicionalnim putem postajalo sve teže i teže s obzirom na nedostatak ljudi i resursa. Naravno, folksonomije nikada neće biti kontrolirane kao tradicionalni sustavi, primarno zbog velike količine korisnika koje je nemoguće kontrolirati. No, možda to nije ni nužno, nego folksonomije mogu same naći načina da budu korisne informacijskoj zajednici na način da upotpunjuju već postojeće sustave.

No, s obzirom na to da i folksonomije i tradicionalni sustavi imaju svoje prednosti i nedostatke, najlogičnije bi bilo omogućiti suradnju te stvoriti tzv. hibridne i komplementarne sustave koji će izvući ono najbolje iz oba pristupa.³⁹

³⁸ Ivanjko, *Korisničko označivanje i predmetni pristup*, n. dj.

³⁹ Špiranec; Ivanjko, *Predmetni jezici s korisničkim jamstvom*, n. dj.

6 Folksonomije i knjižnice

Kada govorimo o folksonomijama, bitno je naglasiti da se one tiču tzv. Knjižnica 2.0. (eng. *Libraries 2.0.*) po uzoru na Web 2.0. Knjižnice 2.0. mogu slijediti jedan od dva glavna principa.⁴⁰ Knjižnice mogu biti angažirane u kreiranje sadržaja na društvenim mrežama te tako sudjelovati u aktivnoj interakciji s korisnicima, ali knjižnice također mogu angažirati korisnike tako da ih uključe u stvaranje metapodataka. I u tom slučaju postoje dva različita pristupa, a to su integriranje sustava za označavanje u svoje platforme, ali i korištenje eksternih internetskih platformi kao što su LibraryThing i Bibsonomy. U oba slučaja korisnici sudjeluju u označivanju sadržaja, te je katalog prilagođen njihovim željama i potrebama. Naravno, od pojave koncepta korisničkog označavanja, počeli su se javljati problemi što se tiče organiziranja sadržaja, te je za uspješan sustav korisničkog označavanja potreban određen stupanj regulacije koja se tiče npr. jednine i množine, fraza i slično. No, usprkos svim manama i problemima koji se mogu pojaviti, postoje i brojne prednosti ovakvog pristupa. Aktivno uključivanje korisnika u kreiranje sadržaja u knjižničnim katalozima izbjegava tzv. *island effect*, odnosno izoliranje knjižnice kao institucije. Peters⁴¹ u sljedećoj tablici sumira prednosti i nedostatke korisničkog označavanja na vlastitoj i eksternoj platformi koje su utvrdili Figge i Kropf⁴²:

⁴⁰ Furner, Jonathan. User Tagging of Library Resources : Toward a Framework for System Evaluation. // Proceedings of World Library and Information Congress, 2007.

⁴¹ Peters, Folksonomies, n. dj

⁴² Figge, Friedrich; Katrin Kropf. Chancen und Risiken der Bibliothek 2.0 : Vom Bestandsnutzer zum Bestandmitgestalter. // Bibliotheksdienst. 41, 2(2007). Str: 139-149.

	Tagging on own platform	Tagging on outside platforms
Advantages	User data can be collected	Effort of creation and implementation is left to others
	Creation of metadata profits	Library profits from third-party know-how
	Users are bound to the library catalog	Potentially greater target group through third party's users
	Library is 'trendy'	Library is 'trendy'
Disadvantages	Effort of creation and implementation must be borne by library	User behavior can be neither observed nor exploited
	Librarians feel 'excluded'	Creation of metadata does not profit from users

Slika 9: Prednosti i nedostaci korisničkog označavanja na vlastitoj i eksternoj platformi⁴³

Prednosti korištenja vlastite platforme su mogućnost prikupljanja korisničkih podataka, te bolji odnos s korisnicima s obzirom na to da su vezani uz knjižnični katalog, a i knjižnica se automatski čini modernija i u skladu s vremenom. No, s većim uključivanjem korisnika, sami knjižničari bi se mogli osjećati isključenije, a uz sve to knjižnica bi bila odgovorna za stvaranje i implementaciju sustava korisničkog označavanja. Zbog toga je prednost eksternih platformi to što se one bave tehničkim problemima, te knjižnica može pogodovati zbog njihove stručnosti, a svejedno ostaje pod dojmom kao tehnološki napredna i moderna. Isto tako, na ovaj način knjižnica može doći u dodir s većim brojem korisnika, iako nažalost ne može pratiti ponašanje korisnika na način na koji bi to mogla na vlastitoj platformi.

Idealno rješenje bi možda bila suradnja knjižnica s eksternim platformama u smislu da eksterne platforme podijele svoj softver s knjižnicama uz malu naknadu kako bi ga one mogle uvrstiti u svoj knjižnični katalog tako da obje strane pogoduju.

6.1 LibraryThing

LibraryThing najpoznatiji je primjer eksterne platforme koja koristi sistem folksonomija. Kreirao ju je 2005. Tim Spalding, a trenutno broji više od 2.5 milijuna korisnika, s preko 150 milijuna katalogiziranih knjiga i 165 milijuna tagova.⁴⁴ Korisnici mogu napraviti besplatan

⁴³ Peters, Folksonomies, n. dj.

⁴⁴ LibraryThing.com (2022) URL: <https://www.librarything.com/home> (15.5.2022.)

račun i katalogizirati knjige privatno ili javno, te se time povezati s mrežom ljudi koji dijele njihove interese.

A Game of Thrones
by George R. R. Martin

Other authors: See the other authors section.
Series: A Song of Ice and Fire (1)

Members	Reviews	Popularity	Average rating	Conversations / Mentions
35,157	1040	47	★★★★½ (4.36)	4 / 1473

A tale of court intrigues in the land of Seven Kingdoms, a country "blessed by golden summers that go on for years, and cursed by cruel winters that can last a generation". The cold is returning to Winterfell, where summers can last decades and winters a lifetime. A time of conflict has arisen ... (more)

Members: [all members](#)

Recently added by: private library, ellebeegrace83, cszneider, strangecandyfloss, GlenRH, ClassicPetrucchiFan, aelyva, mcharbel32, Eli-Anne

Legacy Libraries: Tim Spalding

Tags: [numbers](#) [show all](#)

2011 A Song of Ice and Fire [adventure](#) [currently-reading](#) [dragons](#) [ebook](#) [epic](#) [epic fantasy](#) [fantasy](#) [favorites](#) [fiction](#) [Game of Thrones](#) [George R. R. Martin](#) [high fantasy](#) [intrigue](#) [Kindle](#) [knights](#) [magic](#) [medieval](#) [novel](#) [own](#) [paperback](#) [politics](#) [read](#) [science fiction](#) [Science Fiction/Fantasy](#) [series](#) [to-read](#) [war](#)

Quick Links: [Add to Your books](#) [Add to wishlist](#)

Quick Links: [Amazon.com \(direct\)](#) [Abebooks.com](#) [Amazon Kindle \(0 editions\)](#) [Audible \(0 editions\)](#) [CD Audiobook \(0 editions\)](#) [Project Gutenberg \(0 editions\)](#) [Google Books — Partial view](#) [WorldCat](#)

Local Book Search: [Swap \(18 have, 781 want\)](#)

Popular covers: [A Game of Thrones](#) [A Game of Thrones](#) [A Game of Thrones](#) [A Game of Thrones](#) [A Game of Thrones](#) [A Game of Thrones](#) [A Game of Thrones](#) [A Game of Thrones](#) [A Game of Thrones](#) [A Game of Thrones](#)

Slika 10: Sučelje platforme LibraryThing

Na ovoj slici možemo vidjeti kako izgleda sučelje LibraryThinga, na primjeru knjige *A Game of Thrones*. Osim nekih osnovnih informacija o samoj knjizi, tu se nalazi i velik broj statistika vezanih uz interakciju korisnika s knjigom, kao što su broj recenzija, popularnost knjige, prosječna ocjena i slično. Oznake su prikazane na način karakterističan folksonomijama, kao oblak oznaka (eng. *tag cloud*), poredane abecednim redom, s time da su najčešće korištene oznake prikazane većim fontom i debljim slovima.

LibraryThing posjeduje i karakteristike društvene mreže, kao što je popis korisnika koji su iskoristili pojedinu oznaku, izvore koji su nedavno označeni, a i korisnika koji je dodao tu oznaku uz sve ostale oznake koje je pridružio tom izvoru.

Isto tako, sami korisnici na svom i tuđim profilima mogu vidjeti pregled svih oznaka koje su dodali, te odabirom jedne od njih, sve knjige kojima su pridružili tu oznaku. Tako se lako mogu organizirati liste knjiga koje trenutno čitaju, planiraju pročitati ili su pročitali, što je i dalje jedan od češćih razloga korištenja folksonomija u kontekstu bibliotekarstva.

Tagmash: dragons, --YA

Mashing tags

dragons (Includes: dragons, drakar, "dragons, drager, Dragons!, drahons, dargons, Draggons, Dragons", "dragons — 7 more)

exclude: YA (Includes: ya, Y.A.)

Filter: None (edit)

Top works (500) None

Dragons: An Introduction to the Modern Infestation by Pamela Wharton Blanpied

The Book of the Dragon by Ciruelo

Dragons: Fearsome Monsters from Myth and Fiction by Gerrie McCall

Who Wants a Dragon? by James Mayhew

A Diversity of Dragons by Anne McCaffrey

Dancing with Dragons: Invoke Their Ageless Wisdom & Power by D. J. Conway

There Was an Old Dragon Who Swallowed a Knight by Penny Parker Klostermann

Waking Dragons by Jane Yolen

The Book of Dragons by Michael Hague

The Trouble with Dragons by Debi Glori

Dragons: A Natural History by Karl Shuker

The Dragon Machine by Helen Ward

Raising Dragons by Jerdine Nolen

Dragon Fantastic by Rosalind M. Greenberg

One Drowsy Dragon by Ethan Long

Ignis by Gina Wilson

Dragons and Unicorns: A Natural History by Paul Johnsgard

Dragons Love Tacos 2: The Sequel by Adam Rubin

A Dragon Lover's Treasury of the Enchanting by Margaret Wade

Try another tagmash?
Mash

Examples: history, Greece; chick lit, christian; sex, -fiction.

Related tags

anthology
children
children's
dragon
dragons
fantasy
fiction
friendship
hardcover
humor
imagination
magic
mythology
paranormal
paranormal romance
Pern
picture book
poetry
read
romance
science fiction
series
to-read

Related tagmashes

dragons, -children's (274)
dragons, fantasy, juvenile (223)
dragons, fantasy, -romance (186)
dragons, fiction (181)
dragons, fantasy (176)
dragons, library (170)
dragons, picture book (165)
dragons, fantasy, fiction (161)
dragons, sf (149)
dragon, science fiction, -Pern, -YA (146)

Overlap between first 500 books. Tagmashes do not exist until someone enters them.

Related subjects

Dragons > Fiction (30)
Fantasy fiction (21)
Dragons (10)
Fantastic fiction (6)
Science fiction (6)

Activate Windows
Go to Settings to activate Windows.

Slika 13: Sučelje platforme LibraryThing

Još jedna zanimljiva značajka LibraryThinga je tzv. *tagmash*, gdje možemo izabrati često pretraživane kombinacije oznaka. Na gore navedenom primjeru je „dragons, --YA“ što znači da su korisnici pretraživali oznaku „dragons“ ali isključili knjige „young adult“ tematike.

Sve u svemu, LibraryThing nudi mnoštvo opcija za svoje korisnike koji mogu i svoje i tuđe tagove pretraživati, te ih koristiti kao svojevrzne biblioteke. Isto tako, pretraživanje knjiga je olakšano samim time što korisnici dodaju svoje oznake koje možda ne bi bile uvrštene u kataloge knjižnica, a pomažu pri pregledavanju i odabiru knjiga.

Ovakav pristup korisničkom označivanju, te ovakav tip platforme imaju mnogo više prednosti nego nedostataka, te bi mogli služiti knjižnicama kao predložak.

7 Istraživanje

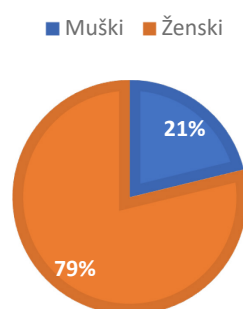
Ovaj rad se vodi pretpostavkom da bi uvođenje korisničkih oznaka u knjižnične kataloge dobilo pozitivne reakcije od strane korisnika, pogotovo uzevši u obzir uspješnost platformi koje se folksonomijama služe (npr. Tumblr, LibraryThing i slično). Stoga, cilj ovog istraživanja je ispitati dosadašnja iskustva korisnika kako s knjižničnim katalozima, tako s korisničkim oznakama, te naposljetku njihova mišljenja vezana uz mogućnost dodavanja korisničkih oznaka u kataloge knjižnica.

7.1 Metodologija

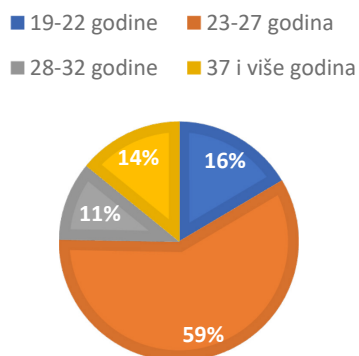
Istraživanje je provedeno u obliku online ankete uz pomoć alata Google obrasci. Kao instrument istraživanja korišten je upitnik s 19 pitanja zatvorenog tipa, s time da pet pitanja nudi dodatnu opciju otvorenog tipa, a njih sedam koristi skalu. Prva tri pitanja namijenjena su skupljanju biografskih podataka ispitanika, kao što su spol, dob i zanimanje. Nakon toga, kroz sljedećih pet pitanja ispituju se dotadašnja iskustva s knjižničnim službama, ponajprije knjižničnim katalozima, te se pokušava utvrditi i koliko se često ispitanici uopće služe svim alatima koje im knjižnice mogu ponuditi. Zatim se u naredna dva pitanja uvodi pojam korisničkih oznaka, čime se pokušava utvrditi koliko su ispitanici upoznati s njima i jesu li ih ikada koristili na nekim drugim platformama, te naravno, koliko su bili zadovoljni tim iskustvom. Isto tako, od ispitanika se u tri pitanja tražilo da ocijene samo sučelje LibraryThing-a koje je uzeto kao primjer uspješne implementacije korisničkih oznaka u svojevrsni katalog. Od ispitanika se također kroz četiri pitanja traži da ocijene koliko bi bili voljni dodavati vlastite oznake da imaju tu mogućnost, te iz kojih razloga. Zadnja dva pitanja su zamišljena kao svojevrsni zaključak, gdje se ispitanike traži mišljenje u vezi toga bi li implementacija korisničkih oznaka olakšala pretraživanje i koliko bi to utjecalo na njihovu učestalost korištenja knjižničnih kataloga. Anketa je provedena u razdoblju od dva tjedna između 26. travnja i 10. lipnja 2022. godine, a distribuirana je preko društvenih mreža i studentskih grupa. Popis svih pitanja ankete nalazi se u prilogu.

7.2 Analiza

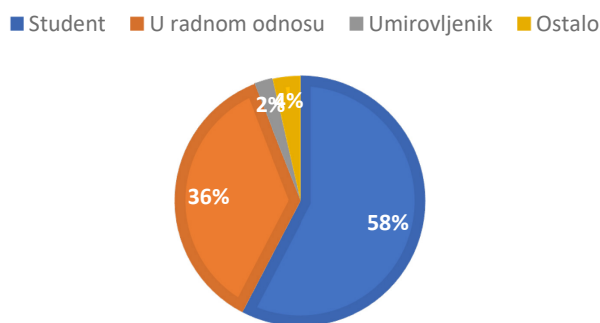
Anketu je ispunilo ukupno 85 ispitanika, od kojih su većina osobe ženskog roda (79%), dok je muških ispitanika 21%. Što se tiče dobi, najviše je ispitanika koji imaju između 23 i 27 godina, njih čak 59%. Najmlađi ispitanik ima 19 godina, dok najstariji ima 66. Više od pola ispitanika su studenti (58%), dok ih je u radnom odnosu 36%. Ostali ispitanici su umirovljenici i izvanredni studenti, odnosno studenti u radnom odnosu.



Graf 1: Spol ispitanika



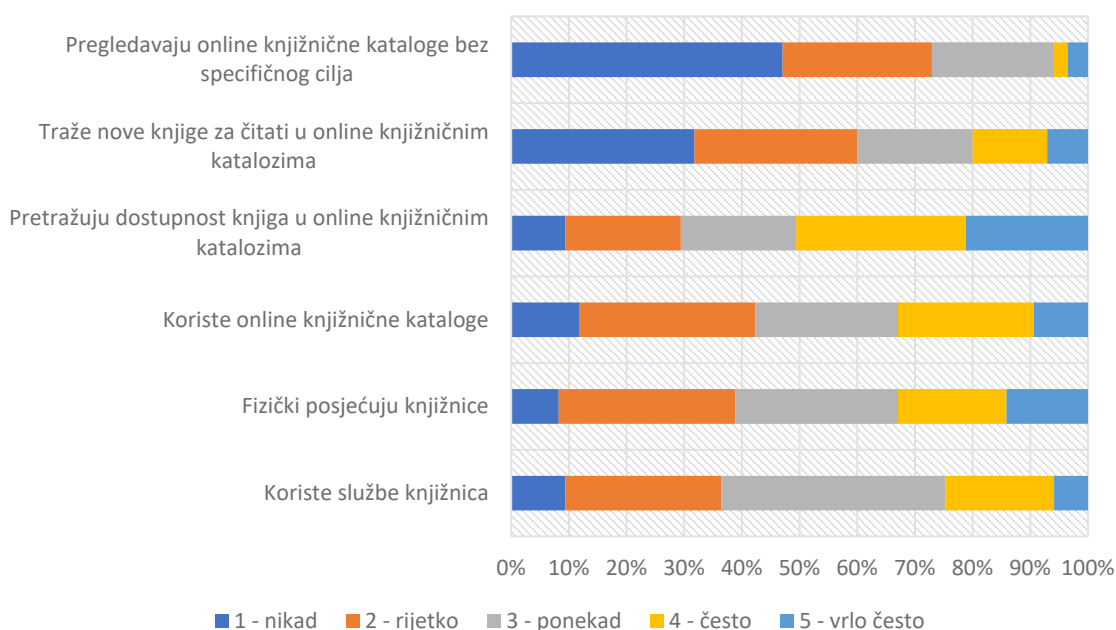
Graf 2: Dob ispitanika



Graf 3: Zanimanje ispitanika

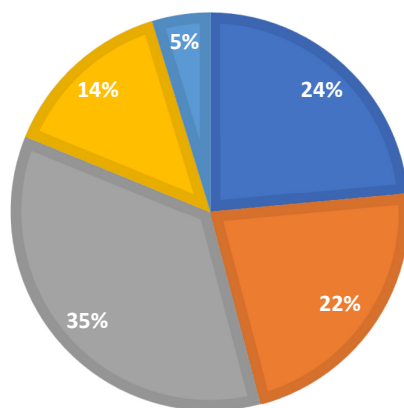
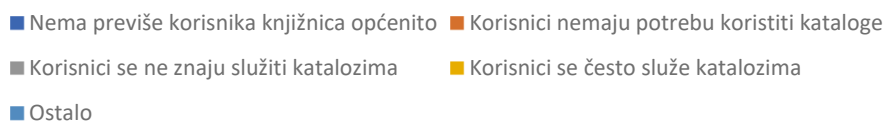
Sljedećih pet pitanja bavi se općenitim korištenjem službi knjižnica, kao i knjižničnih kataloga, te zadovoljstvom i mišljenjima vezanima uz korištenje kataloga.

Što se tiče učestalosti korištenja pojedinih službi knjižnica, većina ispitanika su korisnici knjižnica, s manje od 10% koji tvrde da nikada ne koriste službe knjižnica, niti ih fizički posjećuju. Većina ispitanika koristi online knjižnične kataloge, s time da je najčešći razlog pretraživanje dostupnosti pojedinih knjiga koje su im potrebne, dok je osjetno manji broj ispitanika kojima katalozi služe kako bi pronašli nove knjige za čitati, a još manji onih koji ih pregledavaju bez specifičnog cilja. Znatno je manji broj ispitanika u radnom odnosu koji se često služe knjižnicama i katalozima od studenata, što se može pripisati samoj činjenici da su studentima knjižnične usluge potrebne za vrijeme studija. Cilj ovog pitanja bio je utvrditi jesu li ispitanici uopće korisnici knjižnica i knjižničnih kataloga, ali i potvrditi pretpostavku da knjižnični katalozi ispunjavaju pretežito jednu svrhu, a to je pretraživanje dostupnosti knjiga. Naravno, to i je primarna svrha kataloga, no njegovo korištenje bi se moglo dodatno proširiti dodavanjem korisničkih oznaka kao jedne od mogućnosti.



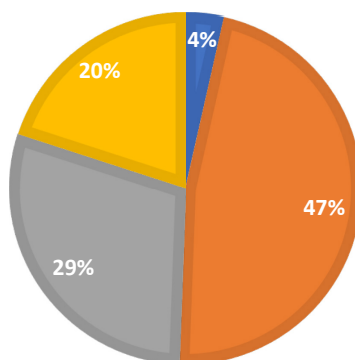
Graf 4: Učestalost korištenja službi knjižnica

Što se tiče mogućih razloga nekorisćenja online knjižničnih kataloga, ispitanici su imali podijeljena mišljenja. Najviše ispitanika, čak 35% smatra da se korisnici ne znaju služiti katalogima, dok je podjednak broj onih koji misle da korisnici ili nemaju potrebu koristiti kataloge, ili pak nema previše korisnika knjižnica općenito. Što se tiče dobnih skupina, ispitanici u rasponu od 19 do 30 godina podjednako smatraju da su razlozi nedostatak informacijske pismenosti, nedostatak potrebe za korištenjem ili nedostatak samih korisnika, dok kod ispitanika od 30 godina nadalje prevladava mišljenje da se korisnici ne znaju služiti katalogima. Onih koji misle da se korisnici često služe katalogima ima 14%. Ostalih 5% je iznijelo dodatna mišljenja, od kojih dvoje tvrdi da su katalozi nepregledni, jedna osoba tvrdi da se katalozi umjereno koriste u skladu sa svrhom koju trebaju ispuniti, a jedna pak smatra da je korisničko sučelje samih stranica loše. Prema tome, možemo izvući zaključak da bi ili trebalo poraditi na informacijskoj pismenosti korisnika, ili, ako je problem sam nedostatak korisnika, raditi na tome da se oni privuku, što je u krajnjoj liniji jedna od misija knjižnica. Doduše, sve ovo su problemi s kojima se knjižnice već neko vrijeme suočavaju, te su razvile različite strategije kako bi ih riješile. No, uvođenje opcije dodavanja korisničkih oznaka u knjižnične kataloge još uvijek nije došlo na red, a možda bi upravo ta opcija riješila barem dio aktualnih problema.



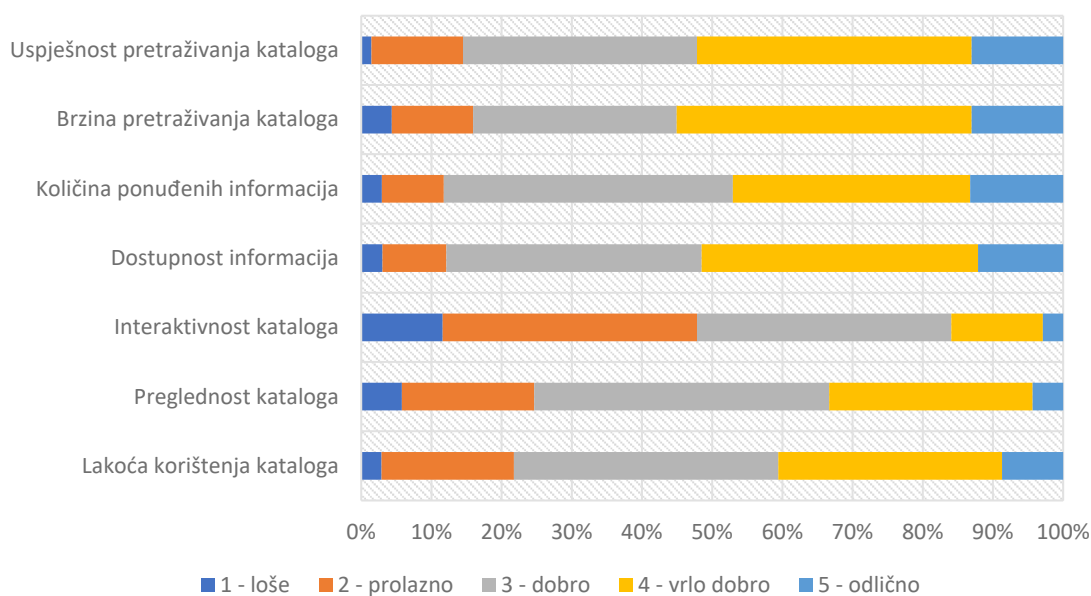
Graf 5: Razlozi nekorisćenja online kataloga

Što se tiče zadovoljstva iskustvom korištenja kataloga, većina ispitanika je donekle zadovoljna (47%), dok ih je 29% vrlo zadovoljno, a 4% nije zadovoljno. Uz to, 20% ispitanika je odgovorilo da nemaju mišljenje ili iskustvo korištenja. Ti ispitanici su mogli preskočiti sljedeća dva pitanja koja se bave daljnjom ocjenom pojedinih iskustava s knjižničnim katalozima.



Graf 6: Zadovoljstvo iskustvom korištenja online kataloga

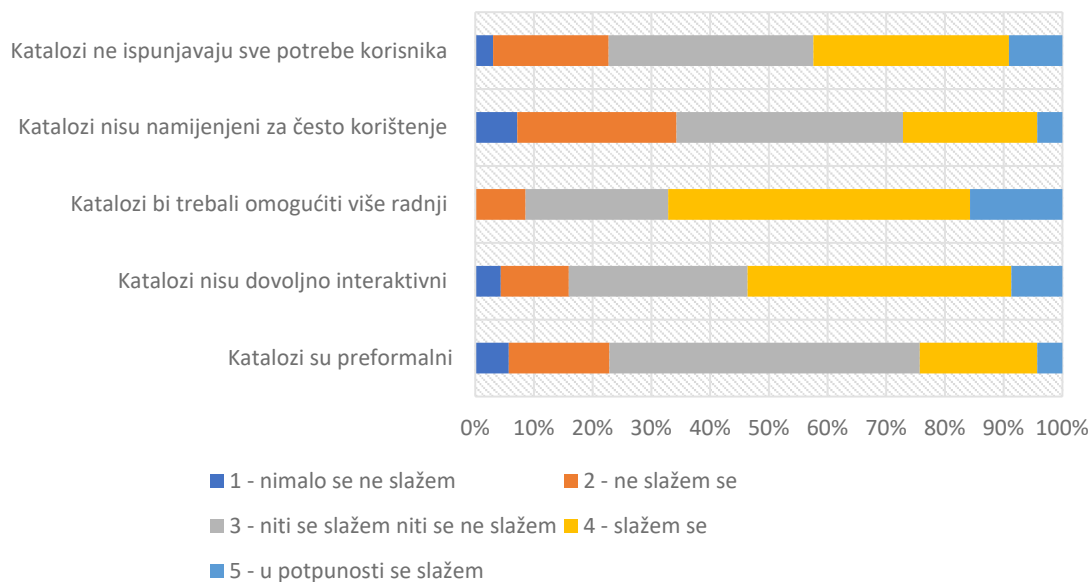
Što se tiče pojedinih aspekata korištenja online knjižničnih kataloga, najviše se ističe ocjena interaktivnosti kataloga, koja je dobila primarno prolazne i dobre ocjene, za razliku od ostalih aspekata korištenja gdje većinom prevladavaju dobre i vrlo dobre ocjene. Mali je broj ispitanika koji imaju loša iskustva s katalozima, a što se tiče odličnih iskustava, većina se odnosi na uspješnost i brzinu pretraživanja, te količinu i dostupnost informacija. Dalo bi se raspraviti da knjižnični katalozi nisu stvoreni da budu interaktivni, već da ispune svoju svrhu, koju, sukladno rezultatima, uspješno ispunjavaju. No, s obzirom na popularnost pojedinih interaktivnijih platformi kao što su LibraryThing ili Goodreads, može se reći da su one privlačnije korisnicima upravo zbog te razine uključenosti i povezanosti korisnika. Dakle, knjižnični katalozi su više manje uspješni i zadovoljavaju potrebe svojih korisnika, no tu uspješnost bi se dalo nadograditi dodatnim mogućnostima za korisnike.



Graf 7: Iskustva korištenja online kataloga

Što se tiče mišljenja o online knjižničnim katalozima, više od pola ispitanika slaže se s tvrdnjama da oni nisu dovoljno interaktivni te da bi trebali omogućiti više radnji. Mišljenja su podijeljena u vezi toga jesu li katalozi namijenjeni čestom korištenju, te ispunjavaju li sve potrebe korisnika, iako ih malo više naginje prema tome da ih ne ispunjavaju. Dakle, kao što je već napomenuto, knjižnični katalozi ispunjavaju svoju svrhu, no bili bi privlačniji

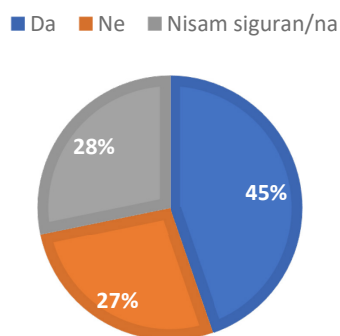
korisnicima kada bi nudili veću interaktivnost, što bi onda dovelo do češćeg korištenja službi knjižnica i, sukladno tome, do povećanja broja korisnika.



Graf 8: Mišljenja o online katalozima

Sljedeća dva pitanja pokušavaju utvrditi jesu li ispitanici upoznati s korisničkim oznakama i imaju li želju da one budu uvrštene u knjižnične kataloge.

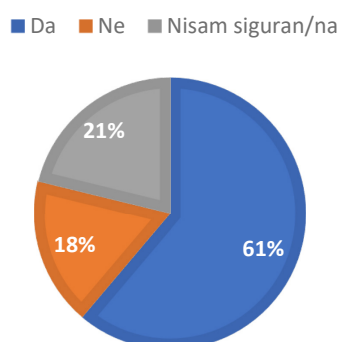
Što se tiče upoznatosti ispitanika s platformama koje nude mogućnost vlastitog dodavanja oznaka, odnosno tagova, 45% ispitanika tvrdi da se susrelo s takvim platformama, 27% ispitanika nije, dok 28% ispitanika nije sigurno. Zanimljivo je uočiti da su muškarci generalno upoznatiiji s takvim platformama, s obzirom na to da ih je više od 50% dalo potvrđan odgovor, dok se kod žena podjednak broj ispitanika odlučio za svaki od tri odgovora. Što se tiče dobnih skupina, broj potvrđanih odgovora je u obrnuto proporcionalnom odnosu s godinama ispitanika.



Graf 9: Susret s platformama s mogućnošću dodavanja oznaka

Na pitanje jesu li ikada poželjeli da su knjižnični katalozi interaktivniji, odnosno da korisnici mogu sami dodavati oznake ili tagove, te organizirati knjige u vlastite biblioteke, čak 61% je pružilo potvrdan odgovor, 18% nije, a 21% ispitanika ne zna.

Iako je samo 45% ispitanika upoznato s folksonomijama, čak 61% je utvrdilo da bi ih rado vidjelo kao dio knjižničnih kataloga. Iz toga možemo zaključiti da je čak i onima koji nisu upoznati s konceptom korisničkog označivanja, svejedno privlačna ta ideja, što ide u prilog njenoj implementaciji.

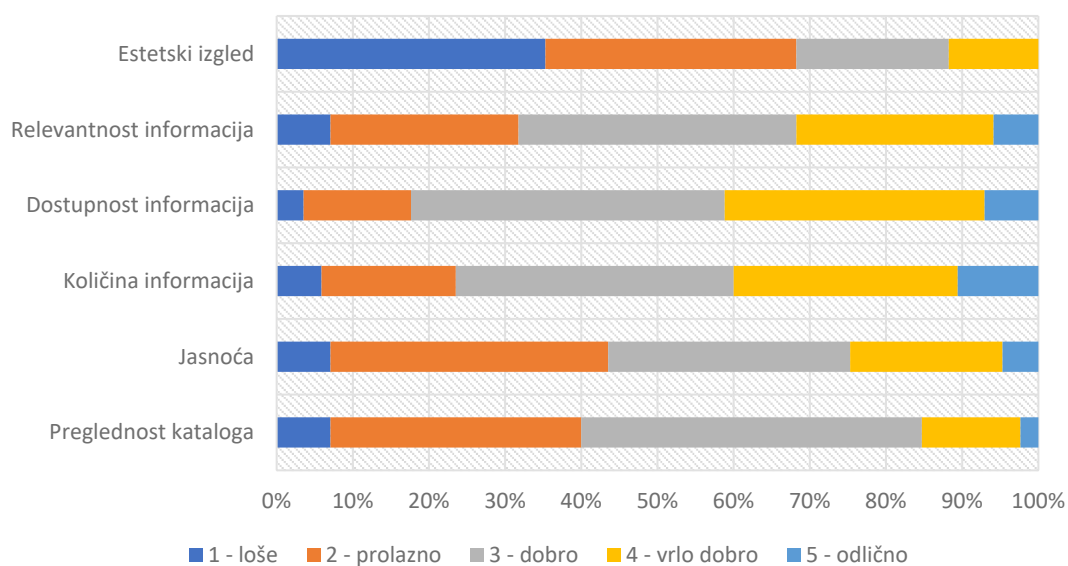


Graf 10: Želja da katalozi nude mogućnost korisničkog označivanja

Sljedeća tri pitanja bave se ocjenom pojedinih aspekata sučelja LibraryThing-a kao platforme koja nudi mogućnost korisničkog označivanja, a najbližnja je online knjižničnim katalogima,

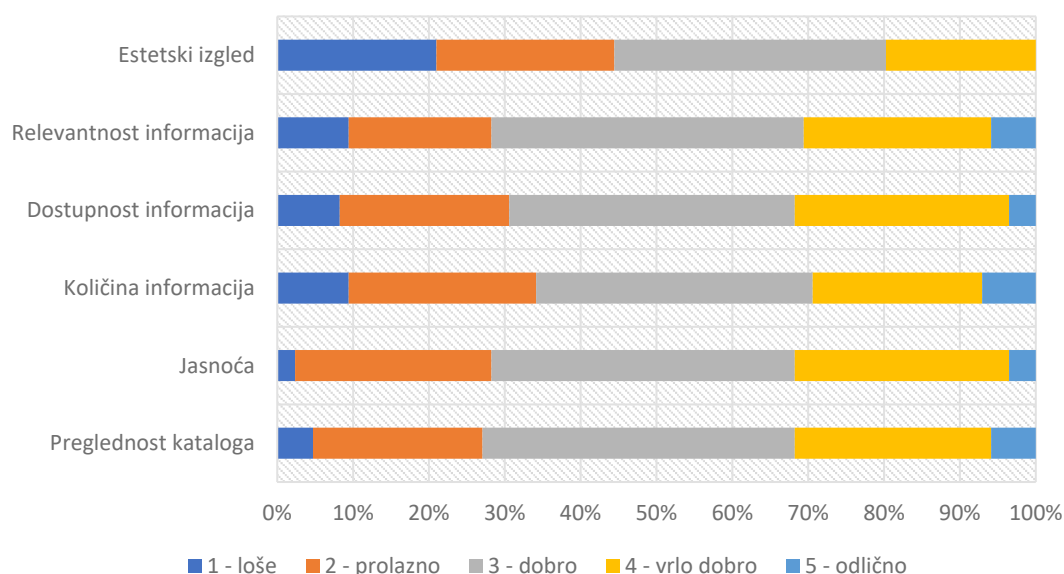
te, kada bi se išlo u implementaciju takve mogućnosti, LibraryThing bi se mogao uzeti kao dobar primjer.

Prvi primjer sučelja su ispitanici većinom ocijenili dobrim i vrlo dobrim ocjenama, osim samog estetskog izgleda, koji je više od 30% ispitanika ocijenila lošim, što se vjerojatno može pripisati pomalo zastarjelom izgledu stranice. Od odličnih ocjena, najviše se ističe kategorija količine informacija, koja je jedina dobila više od 10%.



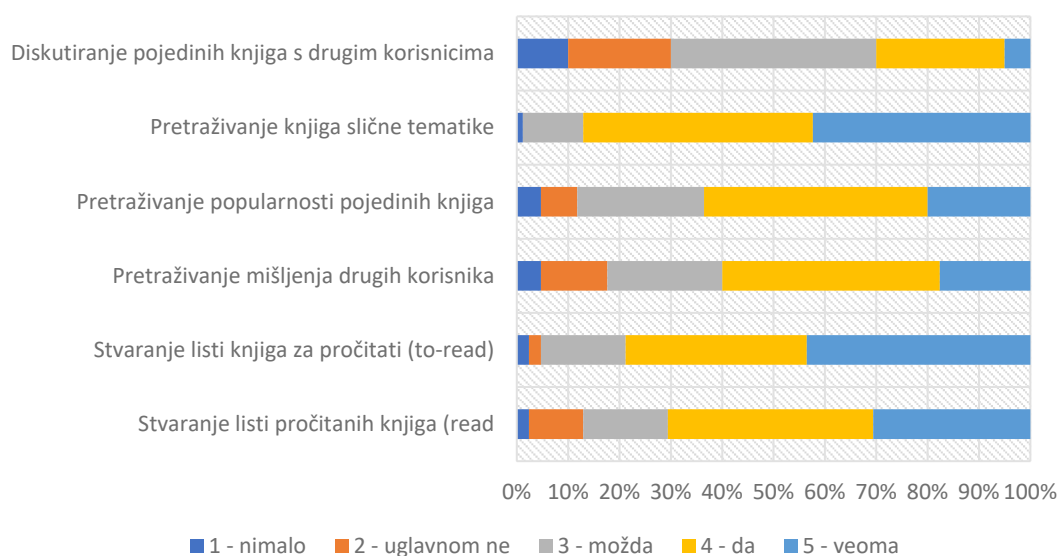
Graf 11: Ocjena LibraryThing sučelja na prvom primjeru

Drugi primjer sučelja je dobio slične ocjene, s malim razlikama u pojedinim parametrima od kojih je najosjetnija ocjena estetskog izgleda. No, i dalje prevladavaju dobre i vrlo dobre ocjene.



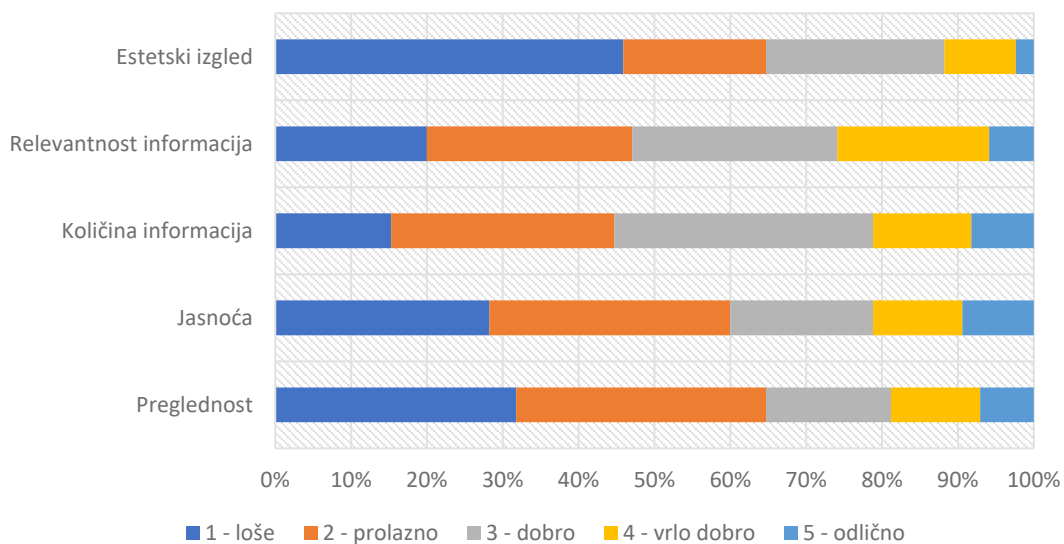
Graf 12: Ocjena LibraryThing sučelja na drugom primjeru

Sljedeće pitanje formirano je na temelju različitih usluga koje LibraryThing nudi, a utemeljene su na mogućnosti dodavanja korisničkih oznaka. Ovdje su rezultati dosta zanimljivi, pogotovo s obzirom na to da je za sve radnje osim diskutiranja pojedinih knjiga s drugim korisnicima većina ispitanika ili zainteresirana ili čak veoma zainteresirana, od toga najviše za stvaranje listi knjiga za pročitati i pretraživanje knjiga iste tematike. Velik broj ovih radnji bio bi omogućen kada bi knjižnični katalozi implementirali mogućnost dodavanja korisničkih oznaka, te bi zadovoljstvo korisnika, kao i njihova učestalost korištenja knjižničnih kataloga, ali i knjižnica kao takvih porasla.



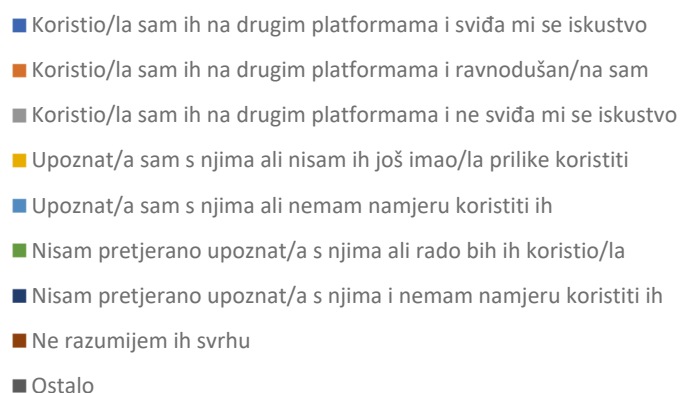
Graf 13: Interes za pojedine radnje vezane uz korisničko označivanje

Od ispitanika se također tražilo da ocijene pojedine aspekte oblaka oznaka, i ovdje je zanimljivo uočiti da većina ispitanika nije bila pretjerano zadovoljna takvim prikazom. Ne možemo znati koji su razlozi, iako bi jedan od njih mogao biti neupućenost u brojne prednosti koje oblaci oznaka nude kroz svoju jednostavnost.



Graf 14: Ocjena primjera oblaka oznaka

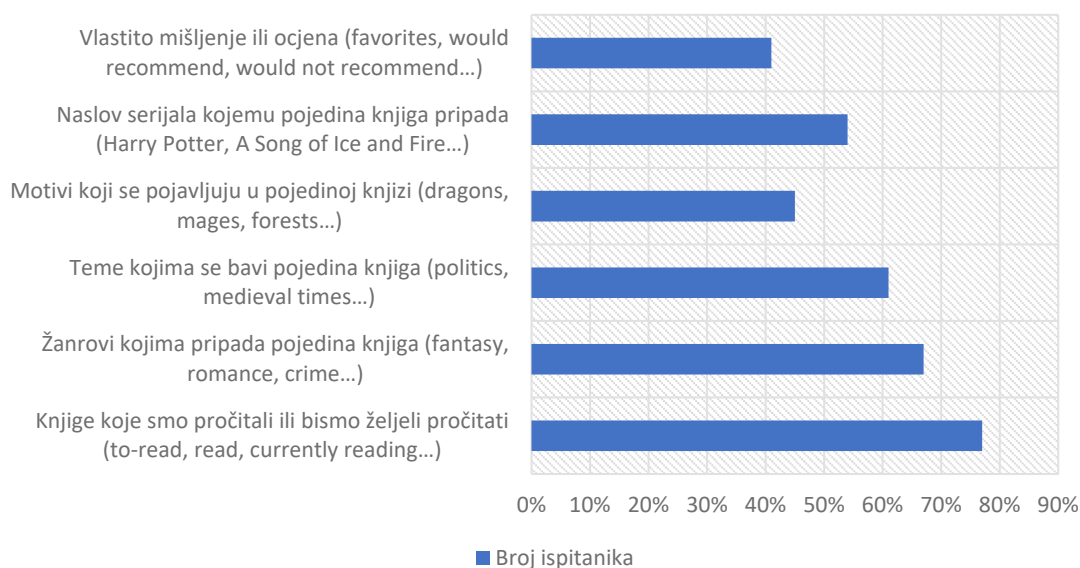
Cilj sljedećeg pitanja bio je detaljnije utvrditi koliko su ispitanici upoznati s pojmom korisničkog označivanja i kakva su im iskustva i stavovi. Skoro pola ispitanika (44%) tvrdi da se služilo tagovima te da im se sviđa iskustvo; 25% ih je koristilo, ali je ravnodušno, dok je 11% upoznato s njima, ali ih nije imalo prilike koristiti. Jedan ispitanik je nadodao da aktivno koristi Goodreads platformu, te si tamo organizira liste knjiga. Goodreads se razlikuje od LibraryThing-a po tome što korisnici ne dodaju tagove kao takve, već knjige slažu u tzv. police (eng. *shelves*) na isti način na koji korisnici LibraryThing-a organiziraju knjige prema tagovima. Dakle, iako je pristup drugačiji, moglo bi se reći da je krajnji rezultat isti, s time da Goodreads koristi više ljudi, što se može pripisati modernijem sučelju. Činjenica da je skoro pola ispitanika koristilo folksonomije i zadovoljno je iskustvom ide u prilog njihovoj implementaciji. Iako se često navode mane korisničkih oznaka, ne čini se da one previše utječu na iskustva i mišljenja korisnicima, kojima je ipak njihovo vlastito iskustvo na prvome mjestu. A folksonomije su nastale upravo kako bi poboljšale to iskustvo, te uključile korisnike u kreiranje i oblikovanje sadržaja na Webu.



Graf 15: Dotadašnja iskustva ispitanika s korisničkim oznakama

Nadalje, od ispitanika se tražilo da procijene kakve bi tipove korisničkih oznaka dodavali u slučaju da im se pruži ta mogućnost. Lista ponuđenih odgovora temeljila se na podjeli korisničkih oznaka i na vlastitom iskustvu korištenja istih. Korisnici su imali mogućnost izabrati više odgovora.

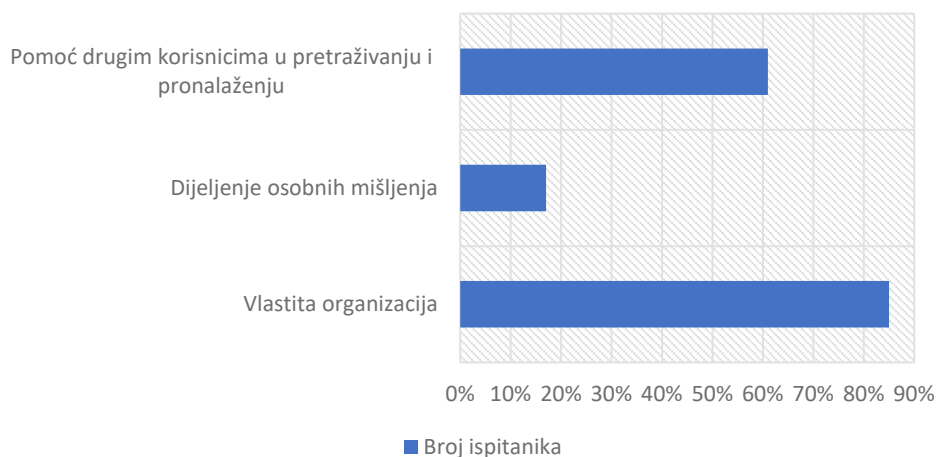
Najviše ispitanika, čak 77%, izjasnilo se da bi označavali knjige koje su pročitali, koje planiraju čitati ili koje čitaju, što nije iznenađenje s obzirom na to da je takav tip organizacije najčešći, a i najlakši, pri označivanju knjiga. No, velik broj ispitanika dodavao bi oznake koje opisuju žanr ili temu knjige (preko 60%). Najmanji broj ispitanika dodavao bi vlastito mišljenje ili ocjenu knjige, njih 41%, što nam pokazuje da bi većina korisnika ipak ostala pri objektivnom dodavanju korisničkih oznaka. No, svejedno, uzevši u obzir da je najmanja vrijednost broja korisnika pri ijednom tipu oznake 41% (a najveća 77%), možemo zaključiti da je u svakom slučaju velik broj ispitanika zainteresiran za mnogo različitih tipova korisničkih oznaka.



Graf 16: Tipovi korisničkih oznaka kojima bi se ispitanici služili

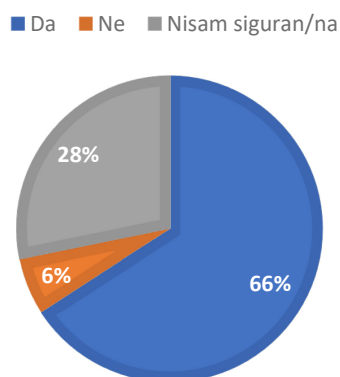
Što se tiče procjene mogućih razloga korištenja, najveći broj ispitanika bi koristio oznake za svrhu vlastite organizacije, čak 85%. Pomoć drugim korisnicima u pretraživanju i pronalaženju kao jedan od razloga izabralo je 46%, a dijeljenje osobnih mišljenja 17%. Ovdje vidimo da je

primarna svrha korisničkih oznaka većini korisnika osobne prirode, ali skoro pola ispitanika svejedno gleda pomoć drugim korisnicima kao valjan razlog. Isto tako, treba uzeti u obzir količinu slučajeva u kojima se oznake dodaju iz osobnih razloga, ali svejedno pomažu drugim korisnicima u pretraživanju i pregledavanju izvora.

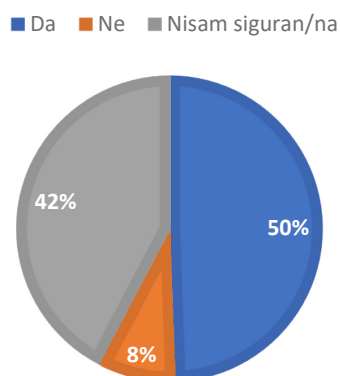


Graf 17: Razlozi korištenja korisničkih oznaka

Naposljetku, zadnja dva pitanja tražila su od ispitanika da ocijene učinak mogućeg uvođenja opcije korisničkih oznaka u knjižnične kataloge. 66% ispitanika smatra da bi pretraživanje bilo lakše, 28% nije sigurno, a samo 6% se ne slaže. Što se tiče toga bi li sami ispitanici češće koristili knjižnične kataloge u slučaju da im se omogući dodavanje korisničkih oznaka, 50% je dalo potvrdan odgovor, 8% smatra da ne bi, a 42% nije sigurno. Iako su u nekima od prijašnjih pitanja bile vidljive razlike ovisno o dobi i zanimanju ispitanika, kod zadnja dva pitanja omjeri su gotovo pa identični neovisno o tome jesu li ispitanici studenti ili u radnom odnosu, korisnici knjižnica ili ne, te neovisno o njihovim godinama.



Graf 18: Mišljenja o lakšem pretraživanju uz mogućnost korisničkog označivanja



Graf 19: Mišljenja o češćem korištenju uz mogućnost korisničkog označivanja

Ono što možemo zaključiti iz ovih rezultata je da su korisnici većinom zadovoljni iskustvima korištenja knjižničnih kataloga, barem što se tiče njihove primarne svrhe koja je pretraživanje dostupnosti pojedinih knjiga. No, kada je ispitanicima ponuđena opcija veće interaktivnosti kataloga, većina je utvrdila kako bi voljeli da su interaktivniji, te da nude više mogućnosti korisnicima.

Većina ispitanika je također zainteresirana za različite opcije personaliziranja iskustva korištenja kataloga koje bi uvođenje korisničkih oznaka omogućilo, ponajprije organiziranje knjige u vlastite liste, biblioteke, police i slično.

I možda najbitnije, više od pola ispitanika smatra da bi pretraživanje bilo lakše uz uvođenje folksonomija, a čak pola misli da bi češće koristilo knjižnične kataloge. Ove brojke idu u prilog pretpostavci da bi mogućnost dodavanja korisničkih oznaka privukla korisnike te bi time samo knjižnično poslovanje bilo poboljšano.

8 Zaključak

Folksonomije su svoje mjesto u Web-u 2.0. pronašle na različitim platformama, no primarno im je svrha ista, a to je omogućavanje korisnicima da sami stvaraju svoje iskustvo na Internetu. Knjižnice su od pojave Interneta prisiljene ići ukorak s vremenom, te se služiti svim alatima koje imaju na raspolaganju. Svrha ovog rada je bila predstaviti pojam folksonomija, te istražiti kakva su mišljenja i stavovi korisnika knjižnica u vezi implementacije korisničkih oznaka u online knjižnične kataloge.

Istraživanje je pokazalo da je velik broj korisnika već upoznat sa samim pojmom korisničkih oznaka, odnosno tagova, te da su se njima služili na drugim internetskim platformama. LibraryThing je odličan primjer implementacije korisničkih oznaka koji se suočio s mogućim problemima koje arbitrarno dodavanje tagova od strane korisnika može donijeti. Iako ispitanici smatraju da je estetski izgled sučelja pomalo zastario, ostali aspekti kao što su interaktivnost i količina informacija dobili su pozitivne ocjene. Najprivlačniji aspekt dodavanja korisničkih oznaka pokazala se vlastita organizacija, koja je ujedno i primarni razlog zašto su folksonomije toliko popularne i korištene. Uzmimo u obzir i činjenicu da, iako motivacija korisnika proizlazi iz želje za vlastitom organizacijom, sam čin dodavanja oznaka također pomaže drugim korisnicima da u budućnosti lakše nađu sadržaje koje traže. Dakle, iako je primarna motivacija intrinzična, rezultat svejedno ide u korist širem broju korisnika. Bitno je i to da je čak pola ispitanika zaključilo da bi češće koristilo online knjižnične kataloge da postoji opcija dodavanja oznaka, čime bi knjižnice odnijele još jednu pobjedu u okupljanju korisnika, što je jedna od njihovih primarnih svrha.

Od svakog primjera korištenja folksonomija može se nešto naučiti, te iz tog skupa iskustava doći do optimalnog rješenja za knjižnice. Što se tiče platformi navedenih u radu, Tumblr je odličan primjer načina na koji korisnici sami razvijaju funkcionalne sustave označivanja, dok je LibraryThing primjer uspješne implementacije folksonomija u knjižnične svrhe. Bitno je spomenuti da knjižnice mogu zadržati formalnu svrhu i organizaciju kataloga čak i ako jednoga dana odluče uvesti opciju korisničkog označivanja. Idealno rješenje je, prema tome, kombinacija i starog i novog, ali prije svega bi primarni cilj trebao biti angažiranje korisnika. Web 2.0. je okarakteriziran upravo svojom interaktivnošću i uključivanjem korisnika u svoje procese, što se u današnjem svijetu sve veće povezanosti ne može smatrati lošim. Korisnici će

uvijek preferirati platforme kao što su Goodreads koji je i u ovom istraživanju nekoliko puta samoinicijativno spomenut od strane ispitanika upravo zbog te kvalitete društvene mreže.

Sve u svemu, knjižnice bi prije svega trebale slušati korisnike, ali osim toga, dati im aktivnu ulogu u kreiranju sadržaja, čime će se osigurati duga i zadovoljna suradnja s obje strane.

9 Literatura

1. Ames, Morgan; Naaman, Mor. Why We Tag : Motivations for Annotation in Mobile and Online Media. // Proceedings of the 2007 Conference on Human Factors in Computing Systems. New York : Association for Computing Machinery, 2007. Str: 971-980.
2. Bateman, Scott; Carl Gutwin; Miguel Nacenta. Seeing things in the clouds : the effect of visual features on tag cloud selections. // Proceedings of the nineteenth ACM conference on Hypertext and hypermedia. New York : Association for Computing Machinery, 2008. Str. 193-202.
3. Figge, Friedrich; Katrin Kropf. Chancen und Risiken der Bibliothek 2.0 : Vom Bestandsnutzer zum Bestandmitgestalter. // Bibliotheksdienst. 41, 2(2007). Str: 139-149.
4. Feldman, Susan. Meaning-based search tools : Find what I mean, not what I say. // Online – Leading Magazine for Information Professionals. 24, 3(2000)
5. Furner, Jonathan. User Tagging of Library Resources : Toward a Framework for System Evaluation. // Proceedings of World Library and Information Congress, 2007.
6. Golder, Scott A; Huberman, Bernardo A. The Structure of Collaborative Tagging Systems. // Journal of Information Science. 32, 2(2005).
7. Gordon-Murnane, Laura. Social bookmarking, Folksonomies and Web 2.0. Tools. // Searcher – the Magazine for Database Professionals. 14,6(2006). Str. 26-38.
8. Gupta, Manish. et al. An Overview of Social Tagging and Applications. // Social Network Data Analytics / uredio C.C. Aggarwal. Berlin : Springer Science+Business Media, 2011. Str. 448-497.
9. Heckner, Markus; Susanne Mühlbacher; Christian Wolff. Tagging tagging : Analysing user keywords in scientific bibliography management systems. // Journal of Digital Information. 9, 2(2008)
10. Ivanjko, Tomislav. Korisničko označivanje i predmetni pristup. // Predmetna obrada : pogled unaprijed / uredile Branka Purgarić-Kužić, Sonja Špiranec. Zagreb : Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2007. Str. 38-56.
11. Katalog.irb.hr (2022) URL: <https://katalog.irb.hr/> (15.5.2022.)
12. Koha.ffzg.unizg.hr (2022) URL: <https://koha.ffzg.unizg.hr/> (15.5.2022.)

13. Körner, Christian. Understanding the Motivation Behind Tagging. // Poster session presented at Hypertext conference. Turin, 2009.
14. LibraryThing.com (2022) URL: <https://www.librarything.com/home> (15.5.2022.)
15. Marlow, Cameron. et al. HT06, tagging paper, taxonomy, Flickr, academic article, to read. // Proceedings of the seventeenth conference on Hypertext and hypermedia. New York : Association for Computing Machinery, 2006. Str. 31-40.
16. Merholz, Peter. Clay Shirky's viewpoints are overrated, 2005. Dostupno na: <https://www.peterme.com/archives/000558.html>
17. Peters, Isabella. Folksonomies : Indexing and Retrieval in Web 2.0. Berlin : De Gruyter, 2009.
18. Rivandeira, A.W. et al. Getting our head in the clouds : Toward evaluation studies of tagclouds. // Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems. New York : Association for Computing Machinery, 2006. Str. 707-715.
19. Sen, Shilad. et al. Tagging, communities, vocabulary, evolution. // Proceedings of the 2006 ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work. New York : Association for Computing Machinery, 2008. Str: 181-190.
20. Smith, Mark. et al. Leveraging Social Cont-ext for Searching Social Media. // SSM '08 : Proceedings of the 2008 ACM Workshop on Search in Social Media. New York : Association for Computing Machinery, 2008. Str. 91-94.
21. Špiranec, Sonja; Tomislav Ivanjko. Predmetni jezici s korisničkim jamstvom : što možemo naučiti od folksonomija? // 15. seminar Arhivi, knjižnice, muzeji : mogućnosti suradnje u okruženju globalne informacijske strukture / uredili Damir Hasenay i Maja Krtalić. Zagreb : Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2012. Str. 57-72.
22. Tumblr.com (2022) URL: <https://www.tumblr.com/dashboard> (15.5.2022.)
23. Vander Wal, Thomas. Folksonomy Coinage and Definition, 2007. Dostupno na: <https://www.vanderwal.net/folksonomy.html>
24. Vander Wal, Thomas. Folksonomy Explanations, 2005. Dostupno na: <https://vanderwal.net/random/entrysel.php?blog=1622>
25. Xu, Zhichen. et al. Towards the Semantic Web: Collaborative Tag Suggestions. // Proceedings of the WWW 2006 Workshop on Collaborative Web Tagging. Edinburgh, 2006.

10 Prilozi

10.1 Anketa

1. Spol

- a) M
- b) Ž

2. Dob

3. Zanimanje

- a) Učenik
- b) Student
- c) U radnom odnosu
- d) Umirovljenik
- e) _____

4. Označite koliko često izvodite pojedine radnje.

	1 – nikad	2 – rijetko	3 – ponekad	4 – često	5 – vrlo često
Koristim službe knjižnica.					
Fizički posjećujem knjižnice.					
Koristim online knjižnične kataloge.					
Pretražujem dostupnost knjiga koje su mi potrebne u online knjižničnim katalozima.					
Tražim nove knjige za čitati u online knjižničnim katalozima					
Pregledavam online knjižnične kataloge bez specifičnog cilja					

5. Što je prema vašem mišljenju najizgledniji razlog nekorisćenja online knjižničnih kataloga?

- a) Nema previše korisnika knjižnica općenito.
- b) Korisnici nemaju potrebu koristiti online kataloge.
- c) Korisnici se ne znaju služiti online katalozima.
- d) Mislim da se korisnici često služe online katalozima.
- e) _____

6. Koliko ste zadovoljni dosadašnjim iskustvima korištenja kataloga?

- a) Nisam zadovoljan/na
- b) Donekle zadovoljan/na
- c) Vrlo zadovoljan/na
- d) Nemam mišljenje/iskustva (preskočite sljedeća dva pitanja)

7. Kako biste ocijenili pojedine aspekte korištenja online knjižničnih kataloga?

	1 - loše	2 - prolazno	3 - dobro	4 – vrlo dobro	5 - odlično
Lakoća korištenja kataloga					
Preglednost kataloga					
Interaktivnost kataloga					
Dostupnost informacija					
Količina ponuđenih informacija					
Brzina pretraživanja kataloga					
Uspješnost pretraživanja kataloga					

8. Označite slažete li se s pojedinim tvrdnjama.

	1 – nimalo se ne slažem	2 – ne slažem se	3 – niti se slažem niti se ne slažem	4 – slažem se	5 – u potpunosti se slažem
Online knjižnični katalozi su preformalni.					
Online knjižnični katalozi nisu dovoljno interaktivni.					

Online knjižnični katalozi bi trebali omogućiti više radnji.					
Online knjižnični katalozi nisu namijenjeni za često korištenje.					
Online knjižnični katalozi ne ispunjavaju sve potrebe korisnika.					

9. Jeste li se ikada susreli s platformama gdje ste sami mogli dodavati oznake/tagove?

- a) Da
- b) Ne
- c) Nisam siguran/na

10. Jeste li ikada poželjeli da su knjižnični katalozi interaktivniji, npr. da sami možete dodavati oznake/tagove i organizirati knjige u vlastite biblioteke?

- a) Da
- b) Ne
- c) Nisam siguran/na

11. Ocijenite pojedine aspekte sučelja na slici.



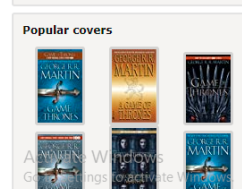
Quick Links

- Amazon.com (direct)
- Abebooks.com
- Amazon Kindle (0 editions)
- Audible (0 editions)
- CD Audiobook (0 editions)
- Project Gutenberg (0 editions)
- Google Books — Partial view
- WorldCat

Local Book Search

Swap (18 have, 781 want)

Popular covers



	1 – loše	2 - prolazno	3 – dobro	4 – vrlo dobro	5 - odlično
Preglednost					
Jasnoća					
Količina informacija					

Dostupnost informacija					
Relevantnost informacija					
Estetski izgled					

12. Ocijenite privlače li Vas sljedeće radnje.

	1 – nimalo	2 – uglavnom ne	3 – možda	4 – da	5 - veoma
Stvaranje listi pročitanih knjiga (read)					
Stvaranje listi knjiga za pročitati (to-read)					
Pretraživanje mišljenja drugih korisnika					
Pretraživanje popularnosti pojedinih knjiga					
Pretraživanje knjiga slične tematike					
Diskutiranje pojedinih knjiga s drugim korisnicima					

13. Ocijenite pojedine aspekte sučelja na slici.

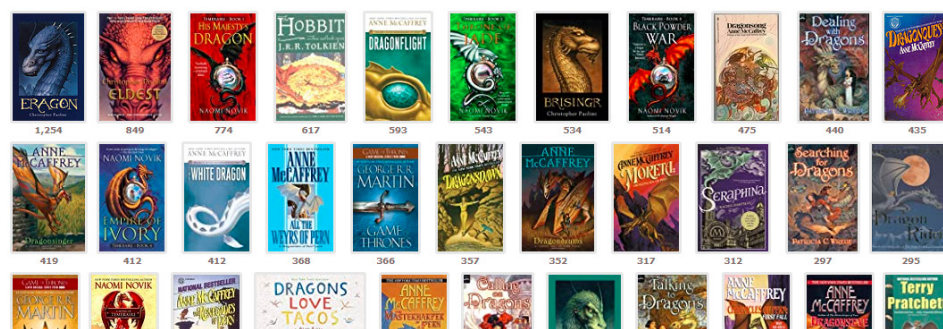
Tag: dragons

Includes: dragons, Dragons, DRAGONS, drakar, drager, Drakar, dargons, Drager, dragões, Dragões, -dragons, *dragons, dragons., drgons, dragons!, Dragons! (21 more) — Translations: draken, drakoj, drakar, Dragon, pōjō, Drachen, draghi, dragones, ドラゴン, draci, dreigiau (3 more) — Show details

Tagged works

Most often tagged | Weighted | Popular recently | Published recently — Filter: None (edit)

next > titles covers shelf



Related tags (show numbers)

adventure children's children's literature classic Disworld classic epic fantasy favorites hardcover humor Lord of the Rings Middle Earth novel omn paperback Pern read science fiction series sf to-read wizards YA young adult

Related series

Pern Temeraire The Inheritance Cycle Renegades of Pern The Lord of the Rings Dragonriders of Pern: original trilogy A Song of Ice and Fire The Enchanted Forest Chronicles Harper Hall Trilogy Dragonance - chronological (shared universe)

Active windows
Go to Settings to activate Windows.

Related subjects

Fantasy Fiction (478)

	1 – loše	2 - prolazno	3 – dobro	4 – vrlo dobro	5 - odlično
Preglednost					
Jasnoća					
Količina informacija					
Dostupnost informacija					

Relevantnost informacija					
Estetski izgled					

14. Ocijenite pojedine aspekte ovog načina prikazivanja oznaka/tagova.



	1 – loše	2 - prolazno	3 – dobro	4 – vrlo dobro	5 - odlično
Preglednost					
Jasnoća					
Količina informacija					
Relevantnost informacija					
Estetski izgled					

15. Kako se osjećate u vezi korištenja oznaka/tagova?

- a) Koristio/la sam ih na drugim platformama i sviđa mi se iskustvo.
- b) Koristio/la sam ih na drugim platformama i ravnodušan/na sam.
- c) Koristio/la sam ih na drugim platformama i ne sviđa mi se iskustvo.
- d) Upoznat/a sam s njima ali nisam ih još imao/la prilike koristiti.
- e) Upoznat/a sam s njima ali nemam namjeru koristiti ih.
- f) Nisam pretjerano upoznat/a s njima ali rado bih ih koristio/la.
- g) Nisam pretjerano upoznat/a s njima i nemam namjeru koristiti ih.
- h) Ne razumijem im svrhu.
- i) _____

16. Kakve biste oznake dodavali da imate tu mogućnost? Označite jedan ili više odgovora.

- a) Knjige koje smo pročitali ili bismo željeli pročitati (to-read, read, currently reading...)
- b) Žanrovi kojima pripada pojedina knjiga (fantasy, romance, crime...)
- c) Teme kojima se bavi pojedina knjiga (politics, medieval times...)
- d) Motivi koji se pojavljuju u pojedinoj knjizi (dragons, mages, forests...)
- e) Naslov serijala kojemu pojedina knjiga pripada (Harry Potter, A Song of Ice and Fire...)

f) Vlastito mišljenje ili ocjena (favorites, would recommend, would not recommend...)

g) _____

17. Iz kojih razloga biste najvjerojatnije dodavali oznake? Označite jedan ili više odgovora.

a) Vlastita organizacija

b) Dijeljenje osobnih mišljenja

c) Pomoć drugim korisnicima u pretraživanju i pronalaženju

d) _____

18. Mislite li da bi pretraživanje bilo lakše kada bi katalog imao mogućnost korisničkog označivanja?

a) Da

b) Ne

c) Nisam siguran/na

19. Mislite li da biste češće koristili knjižnične kataloge kada biste mogli sami dodavati oznake?

a) Da

b) Ne

c) Nisam siguran/na

10.2 Popis slika

Slika 1: Odnosi u folksonomijama.....	6
Slika 2: Primjer oblaka oznaka na platformi LibraryThing	8
Slika 3: Oblak oznaka na sučelju knjižnice FFZG-a	9
Slika 4: Oblak oznaka na sučelju knjižnice IRB-a.....	9
Slika 5: Korisničke oznake u katalogu knjižnice FFZG-a	10
Slika 6: Korisničke oznake na korisničkom profilu knjižnice FFZG-a	10
Slika 7: Primjer objave na društvenoj mreži Tumblr.....	17
Slika 8: Primjer objave na društvenoj mreži Tumblr.....	18
Slika 9: Prednosti i nedostaci korisničkog označivanja na vlastitoj i eksternoj platformi.....	24
Slika 10: Sučelje platforme LibraryThing	25
Slika 11: Sučelje platforme LibraryThing	26
Slika 12: Sučelje platforme LibraryThing	26
Slika 13: Sučelje platforme LibraryThing	27

10.3 Popis grafova

Graf 1: Spol ispitanika	29
Graf 2: Dob ispitanika.....	29
Graf 3: Zanimanje ispitanika	30
Graf 4: Učestalost korištenja službi knjižnica	31
Graf 5: Razlozi nekorisćenja online kataloga.....	32
Graf 6: Zadovoljstvo iskustvom korištenja online kataloga	32
Graf 7: Iskustva korištenja online kataloga	33
Graf 8: Mišljenja o online katalozima	34
Graf 9: Susret s platformama s mogućnošću dodavanja oznaka.....	35
Graf 10: Želja da katalozi nude mogućnost korisničkog označivanja	35
Graf 11: Ocjena LibraryThing sučelja na prvom primjeru	36
Graf 12: Ocjena LibraryThing sučelja na drugom primjeru	37
Graf 13: Interes za pojedine radnje vezane uz korisničko označivanje	38
Graf 14: Ocjena primjera oblaka oznaka	38
Graf 15: Dotadašnja iskustva ispitanika s korisničkim oznakama.....	39
Graf 16: Tipovi korisničkih oznaka kojima bi se ispitanici služili	40
Graf 17: Razlozi korištenja korisničkih oznaka.....	41
Graf 18: Mišljenja o lakšem pretraživanju uz mogućnost korisničkog označivanja	42
Graf 19: Mišljenja o češćem korištenju uz mogućnost korisničkog označivanja	42

Folksonomije u knjižnicama iz perspektive korisnika

Sažetak

Rad se bavi analizom folksonomija, odnosno korisničkog označivanja kao alata u promoviranju uključivanja korisnika u kreiranje sadržaja i krojidbe vlastitog iskustva pretraživanja i pregledavanja Interneta. U radu se iznose glavne značajke folksonomija, razne teorijske podjele koje pomažu u njihovom razumijevanju, te njihovo korištenje u praksi. Isto tako, navode se uočene prednosti i nedostaci, te mogućnosti koje one mogu pružiti knjižnicama i poboljšati njihovo poslovanje i odnos s korisnicima. Istraživanje o odnosu korisnika prema folksonomijama provedeno je putem ankete, te je cilj bio utvrditi koliko su sami korisnici upoznati s konceptom korisničkog označivanja, kakva su njihova mišljenja i stavovi, te naposljetku, misle li da bi uvođenje opcije korisničkog označivanja pomoglo knjižnicama i knjižničnim katalozima te unaprijedilo njihovo funkcioniranje, ali i utjecalo na samu frekventnost korištenja kataloga, knjižnica i knjižničnih službi. Na kraju rada predstavljeni su rezultati istraživanja, te zaključak.

Ključne riječi: folksonomija, korisničko označivanje, knjižnični katalog, korisnici, pretraživanje informacija

Folksonomies in libraries from the users' perspective

Summary

This paper deals with the analysis of folksonomies, i.e. collaborative tagging as a tool in the promotion of the users' involvement in the creation of content and the tailoring of their own searching and browsing experience. This paper lists the main features of folksonomies, various theoretical divisions that help in their understanding, and examples of their practical usage. It states their advantages and disadvantages, but also the opportunities that they can provide the libraries with, as well as improve their management and their relationship with users. Research about the users' attitude towards folksonomies was conducted through a survey, whose goal was to determine whether the users are familiar with collaborative tagging, what are their opinions and attitudes, and whether they think folksonomies would help the libraries and their catalogs as well as improve their function, but also influence the frequency of the users' usage of libraries and their services. The results of research, as well as the conclusion, are presented at the end of the paper.

Key words: folksonomy, collaborative tagging, library catalog, users, information searching