

MARCAREA SOCIALĂ – INSTRUMENT DE ÎNVĂȚARE, CERCETARE ȘI DISTRIBUIRE A CUNOȘTIȚELOR

Tatiana CHIRIAC, dr. conf. univ.

Summary

In this article the author analyzes the impact, principles and features of online social bookmarking applications that can influence the educational process due to specific facilities that they possess.

1. Introducere

Marcarea socială (din engl. *social bookmarking*) reprezintă un grup specific de instrumente Web 2.0, aplicații media sociale cu caracteristici pedagogice semnificative, care treptat au început să atragă atenția cadrelor didactice, datorită posibilităților de marcarea care pot fi utilizate în contexte educaționale [2].

Un interes sporit pentru marcarea socială în scopuri educaționale poate fi urmărit într-un număr de articole științifice publicate, care descriu posibilele utilizări și beneficiile marcării sociale în mediile academice [2], [3], [4], [6], [9].

Activitățile de tip marcarea socială oferă utilizatorilor posibilitatea să-și exprime ideile și perspectivele privind anumite informații și/sau resurse, prin aplicarea structurilor organizatorice informale. Acest proces permite utilizatorilor, care împărtășesc idei similare, să se găsească unul pe altul și să creeze noi comunități. Instrumentele de marcarea socială încurajează colectarea unor seturi de resurse care urmează să fie distribuite altor persoane, de asemenea, organizarea și categorisirea informațiilor de același tip.

2. Principiile procesului de marcarea socială

Conceptul de marcarea socială își are origine în anii '90, secolul trecut. În contextul World Wide Web-ului, un marcaj (bookmark) este un identificator uniform de resurse (Uniform Resource Identifier), care este utilizat pentru păstrarea și recuperarea ulterioară a informațiilor și adreselor în formatele stocate [3]. Toate browser-

ele moderne includ funcții de marcarea, numită deseori marcarea tradițională sau marcarea favorită. În cadrul unui browser web, utilizatorul poate salva site-urile preferate și/sau cele utile, pentru referințe ulterioare, prin intermediul opțiunii *Bookmarks* (Firefox, Google Chrome) sau *Favorites* (Explorer). Una dintre restricțiile acestui tip de marcarea este că toate adresele salvate rămân pe computerul local. Ce se întâmplă dacă dorim să distribuim aceste resurse altor persoane? În cele mai multe cazuri se recurge la trimiterea acestora printr-un cont e-mail, însă acele informații sunt accesibile doar unui grup restrâns de utilizatori.

Actual, procesul de marcarea a paginilor web a evoluat în cadrul unor instrumente de software social sau așa-numite **sisteme de marcarea socială** (SMS), care permit utilizatorilor să trimită, să structureze, să localizeze și să partajeze paginile web marcate pe un site central, de unde acestea pot fi localizate și etichetate de alți utilizatori.

Marcarea socială, având nuanțe remarcabile de socializare, oferă instrumente specifice de organizare a informațiilor și de clasificare a resurselor. Creatorul unui marcaj atribuie *etichete* fiecărei resurse, ca rezultat se obține o clasificare a informațiilor, specifică utilizatorului care organizează această marcarea. Etichetele oferă utilizatorilor posibilitatea de a introduce cuvinte-cheie pentru a distribui conținut pe alte site-uri din Internet.

Serviciile de marcarea socială indică cine a creat fiecare marcaj și a permis accesul la resursele marcate de acea persoană, ceea ce asigură crearea de conexiuni sociale cu alte persoane interesate de subiectele etichetate. De asemenea, utilizatorul poate vedea câte persoane au folosit o etichetă anumită și căută toate resursele cărora le-a fost atribuită această etichetă. În acest fel, comunitatea de utilizatori a unui marcaj social, treptat, dezvoltă o structură unică de cuvinte-cheie pentru a defini resursele, acest proces fiind cunoscut sub numele de *folksonomie* [6]. În așa mod, marcarea socială permite utilizatorilor publicarea, recomandarea și partajarea de orice tip de

conținut, care poate fi accesat de oriunde. Aceste conținuturi pot fi: site-uri web interesante, favorite sau utile, blog-uri, imagini, pagini wiki, videoclipuri, podcast-uri și multe alte resurse.

În esență, un instrument de marcare socială reprezintă un catalog online de hyperlink-uri pe care utilizatorii le găsesc utile și doresc să le partajeze cu alți utilizatori.

În funcție de resursele web marcate, putem vorbi despre diferite tipuri de sisteme de marcare socială. Există sisteme de marcare socială concentrate pe colectarea de site-uri web (*Diigo*, *Pocket*), unele orientate pe colectarea știrilor (*Digg*, *Reddit*), altele, pe imagini (*Flickr*, *DeviantArt*), sau unele sisteme sunt utilizate pentru colectarea de referințe bibliografice (*CiteUlike*, *EasyBib*). Indiferent de tipul de conținut marcat, toate sistemele de marcare socială au anumite caracteristici comune. Cele mai frecvente caracteristici sunt *elementele de bază ale informațiilor de referință și utilizarea de etichete* [3].

Elementele de bază ale informațiilor de referință folosite de orice sistem de marcare socială reprezintă un set de trei componente: *utilizator, resursă {tags}*. Acest set definește modul în care funcționează sistemul de marcare socială, indică faptul că un utilizator a marcat o anumită resursă cu un set de etichete concrete [ibid.]

Ceea ce privește utilizarea etichetelor, acest proces implică, în mod clar, utilizarea folksonomiilor. O folksonomie (combinație între "folk" și "taxonomie", termen creat de Thomas Vander Wal), este un sistem de organizare și un mod de clasificare socială, folosind etichete. Din acest motiv, orice sistem de marcare socială poate fi privit și ca un sistem de etichetare socială. Spre deosebire de taxonomii (sau clasificări), în care există mai multe tipuri de relații ierarhice, folksonomiile nu se bazează pe ierarhii: nu există nici o relație explicită între termenii inclusi. Acestea sunt doar cuvintele-cheie pe care un grup de utilizatori le-au folosit pentru a descrie un anumit conținut. Folksonomia, ca proces, se bazează pe utilizarea

etichetelor de conținut digital pentru categorizare sau adnotare, ceea ce permite utilizatorilor să clasifice site-uri web, imagini, documente și alte forme de date, astfel încât conținutul să poată fi ușor clasificat și localizat de utilizatori. Resursele pot fi, de asemenea, clasificate în funcție de numărul de utilizatori care etichetează conținut web [1], [4].

Când o resursă web este etichetată, sistemul de marcare socială permite utilizatorului să descrie conținutul său prin adăugarea unui set de date, cunoscute sub denumirea *metadate* (date despre date). În funcție de sistemul de marcare, acest set de date sau metadate conține următoarele elemente [1]:

- Etichete sau termeni care definesc și prezintă resursele. Acestea pot fi nume, acronime, numere, sau orice șir de text fără restricții de format sau sens.

- Note sau comentarii: un text scurt care descrie conținutul resursei.

- Repere: părți ale resursei marcate ca fiind relevante.

- Recenzii: texte care evaluează liber conținutul unei resurse.

- Evaluări: note personale sau semne de punctuație care indică faptul că utilizatorii au marcat sau nu o anumită resursă pe o scară, de exemplu, de la 1 la 5.

În acest fel, folksonomiile adaugă metadate cu valoare semantică, ceea ce este deosebit de relevant în domeniile academic sau de cercetare.

Alte caracteristici comune ale sistemelor de marcare socială sunt:

- permit utilizatorilor să creeze colecții de marcaje în mod individual, clasându-le ca private (disponibil numai pentru proprietar și pentru utilizatori sau grupuri invitate) sau publice (disponibil pentru toată lumea);

- ajută la crearea unor rețele sau grupuri de utilizatori interesați de probleme similare;

– furnizează un set de instrumente care ajută la stocarea și descrierea legăturilor;

– includ pivot navigarea – o modalitate de a explora sau de a re-orienta selecția de marcaje și descoperirea informațiilor prin navigarea colecțiilor de marcaje filtrate de către utilizatori și etichete.

Există multe site-uri de marcarea socială și lista lor este în creștere, unele dintre aceste site-uri sunt analizate succint în această lucrare în continuare.

3. Exemple de sisteme de marcarea socială

Actual, există multe aplicații online disponibile în scopul de a marca informația, unele având caracteristici avansate și fiind destinate diferitelor tipuri de resurse, după cum s-a evidențiat mai sus. Procesul de marcarea socială este, de asemenea, implementat în unele rețele sociale, precum *Twitter* și *Facebook*. În continuare, sunt prezentate trei sisteme de marcarea socială, care oferă servicii excelente și instrumente facile pentru a realiza un proces de marcarea.

I. *Diigo*, o abreviere pentru *Digest of Internet Information, Groups and Other stuff*, reprezintă un sistem de marcarea socială, o aplicație web, disponibilă gratuit, care oferă nu doar servicii de bookmarking și salvare a paginilor web favorite, ci și servicii de adnotare, arhivare, partajare pentru marcările personale și de grup. Deși, principalul scop al aplicației este de a marca, ea oferă în plus posibilități de a arhiva pagini întregi și de a realiza colecții de text. Informațiile sunt stocate pe un server de Internet, permițând utilizatorilor să lucreze cu acestea de la orice computer cu conexiune la Internet, astfel încât să poată fi partajat ulterior cu alți utilizatori. Este similar cu alte aplicații de acest tip, dar are caracteristici suplimentare care permit utilizatorilor să organizeze și să afișeze prezentările lor de marcaje online prin intermediul diapozitivelor interactive care sunt deschise pentru comentarii și adnotări publice [1].

Aplicația *Diigo* este, de asemenea, utilizată în calitate de rețea socială, dar cu unele diferențe. Este o rețea socială de informare, a

cărei principal obiectiv este evidențierea, organizarea și găsirea informațiilor în activitățile de cercetare și pentru schimbul de informații cu alți utilizatori.

În linii generale, *Diigo* se bazează pe o relație strânsă între cele două componente de bază ale sale: *utilizatori* și *informații*. Rezultatul relațiilor posibile – utilizator-utilizator, informație-utilizator sau informație-informație – creează conexiuni sociale bazate pe preferințe specifice, realizează o îmbunătățire a cunoștințelor utilizatorilor în procesul de partajare și accesare a informațiilor [5].

Diigo poate fi utilizat, de asemenea, în calitate de instrument de cercetare în grup sau ca o comunitate de cunoaștere, deoarece permite o cercetare eficientă și colaborativă în grup, rezultatele putând fi partajate sau evidențiate prin adăugarea de note la paginile marcate.

În cele din urmă, sistemul *Diigo* poate fi utilizat pentru a crea o comunitate de utilizatori ce partajează informații. Indiferent de diversele sale utilizări, *Diigo* oferă utilizatorilor un set de instrumente utile pentru a gestiona marcarea informațiilor în cadrul lucrului individual sau colaborativ.

II. *Pinterest* se deosebește de site-urile standard de marcarea, deoarece permite marcarea prin intermediul imaginilor și videoclipurilor. În acest sens, *Pinterest* este o platformă excelentă pentru a căuta și selecta conținut vizual. Dacă imaginile sunt utilizate în mod regulat în postările de pe un blog sau în alte activități de marketing, postarea celor de pe *Pinterest* poate ajuta la generarea unui număr mare de trafic de imagini pe site-ul gestionat [9].

În cadrul aplicației se utilizează tehnologia „pinurilor” (pins), care reprezintă idei găsite și salvate de pe web. Utilizatorii pot crea și eticheta colecții de imagini tematice în așa-numite „panouri” (boards), în care se poate fixa un conținut original sau se poate repune conținutul altor utilizatori. Imaginile colecționate pe *Pinterest* sunt însoțite de un link spre sursă [ibidem].

În linii generale, *Pinterest* poate fi utilizat pentru:

- crearea unor colecții de foldere online, structurate pe categorii, unde pot fi păstrate imagini și clipuri video;
- crearea de panouri, în care vor fi colectate imagini și clipuri video preferate;
- crearea unui portofoliu online pentru păstrarea imaginilor;
- inițierea unui blog;
- promovarea și partajarea imaginilor colectate sau a blogului creat.

III. Site-ul *Digg* este unul dintre cele mai populare site-uri de știri sociale, fondat în anul 2004. În specificațiile sale intră integrarea cu Facebook și categorii specifice de instrumente. *Digg* este cunoscut pentru oferta de cele mai relevante și convingătoare conținuturi pentru utilizatorii *Digg*. Deci, dacă marcați pagina dvs. web pe acest site, atunci puteți obține un trafic excelent pe site-ul dvs. *Digg* oferă posibilități de adăugare a videoclipurilor, podcast-urilor, colaborarea prin efortul de editare ale articolelor altor utilizatori, abonarea la articolele trimise de utilizatori fie prin e-mail, fie prin RSS [7].

Digg este divizat în diferite categorii, care sunt, la rândul lor, structurate în subcategorii. Categoriile includ domenii de tip tehnologie, știință, business, video, divertisment, sport și jocuri. Cea mai preferată categorie este tehnologie, conform literaturii de specialitate [ibidem].

4. Impactul procesului de marcarea socială în învățământ

Marcarea socială utilizată în învățământ reprezintă o posibilitate nouă și interesantă pentru profesori și studenți, în scopul de a desfășura activități de analiză, investigație, colaborare online și schimb de informații.

În ultimii ani, procesul de marcarea socială a devenit foarte popular în activitățile didactice. Cu ajutorul instrumentelor de marcarea socială, profesorii completează liste de lectură, liste de manuale pentru studenți, organizează analiza conținuturilor educaționale, implică studenții în activități de cooperare și altele [6].

Direcția principală, cu referire la design-ul activităților didactice din învățământ, în care se aplică cu succes marcarea social, reprezintă *cercetarea și înțelegerea conținuturilor educaționale*. În cazul când profesorul intenționează să evidențieze un pasaj de text sau o idee cheie despre subiectul pe care studenții îl analizează, o aplicație de marcarea socială poate oferi instrumente facile pentru astfel de activități, cât și pentru marcarea paginii respective. De asemenea, studenții pot organiza individual marcaje despre subiectele de cercetare, ca apoi să le partajeze și să le discute cu alți studenți sau cu profesorul. În așa cazuri, marcajele etichetate ca „cercetare” sau „evenimente curente” pot fi distribuite altor utilizatori implicați într-un proiect comun [2], [4].

În procesul unor activități de cercetare și înțelegere a conținuturilor educaționale, o aplicație de marcarea socială poate fi utilă în [4]:

- marcarea site-uri favorite; accesarea ulterioară a acestor site-uri din alte locații (școală, casă, bibliotecă) și partajarea lor cu alți utilizatori;
- clasificarea site-urilor după titluri, note, etichete din cuvintele-cheie, liste și grupuri;
- salvarea capturilor de ecran a unui site sau a imaginilor;
- urmărirea adnotărilor făcute de alți utilizatori (din același grup) și comentarea acestora;
- salvarea site-urile web relevante în listele de conturi ale utilizatorilor.

Folosit în procesul de învățământ, un sistem de marcarea socială poate ajuta studenții să-și dezvolte și să îmbunătățească abilitățile de comunicare, organizare și clasificare.

În linii generale, procesul de marcarea socială simplifică distribuirea listelor de referință, a bibliografiilor, a documentelor și a altor resurse. În mod similar, biblioteca unei instituții de învățământ poate crea o bancă electronică de legături web și, cel mai important,

aceste legături pot fi revizuite și verificate, pentru accesul ulterior al studenților de pe site-ul bibliotecii sau al instituției.

În calitate de *instrument de colaborare*, marcarea socială permite profesorilor și studenților să salveze site-uri web într-o colecție publică sau privată, să evidențieze informațiile unei pagini web și să atașeze note pentru a evidenția mai puțin sau mai mult o pagină web. De exemplu, profesorul poate să identifice și să partajeze cu studenții săi articole de știri, video, bloguri, podcast-uri etc., din rețeaua Internet. Studenții înșiși pot identifica, de asemenea, teme și pot să le partajeze într-un grup de cursuri [3].

Cu ajutorul unor aplicații de tip marcarea socială se poate crea și susține o gamă completă de interacțiuni între student, grup și profesor. În plus, profesorii pot organiza munca individuală a studenților și pot oferi feedback individual și feedback de grup [5]. Multe site-uri de marcarea socială permit, de asemenea, profesorilor să revadă și să comenteze legăturile trimise de studenți.

Alte caracteristici educaționale specifice unui sistem de marcarea socială sunt [4]:

- evidențierea informațiilor importante în text și imagini;
- scrierea de comentarii direct pe paginile web;
- organizarea paginilor web legate tematic;
- sprijinirea colaborării și partajării resurselor online;
- facilitarea discuțiilor online.

Conturile utilizatorilor create într-un sistem de marcarea socială facilitează organizarea cercetării și a colaborării prin utilizarea de marcaje și etichete. Conturile utilizatorilor pot fi private (fără adrese de e-mail), sau grupate pentru a simplifica distribuirea resurselor. Atât profesorii, cât și studenții pot crea un cont de grup comun, utilizând o parolă partajată [2]. În cadrul unui grup se poate permite aderarea altor persoane care au interese comune. O avansare în acest sens ar fi crearea unei etichete unice pentru toate legăturile legate de acel grup.

Concluzie

Marcarea socială oferă utilitate sporită în stocarea, interacțiunea, recuperarea și partajarea conținuturilor web. Aplicarea unui sistem de marcarea socială în învățământ permite profesorilor să extindă activitatea de învățare în cadrul unor comunități distincte de învățare, procesul de predare devenind modern și centrat pe instruit.

Bibliografie

1. Dixon, A., Social_Bookmarking. SVEA Training Modules. Accesat de pe: www.svea-project.eu/www.svea-project.eu/fileadmin/svea/downloads/Social_Bookmarking_02.pdf (vizitat pe 20.02.2019).
2. Essel, J.E., Morphing Public Spaces into Learning Spaces with Social Bookmarrs: An Exploration of Current Progress and Prospects. Development Project Report. Jyvaskyla University of Applied Sciences. Teacher Education College, 2007. Accesat de pe site-ul https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/20415/jamk_1199277691_2.pdf?sequence=1&isAllowed=y (vizitat pe 03.03.2019).
3. Estellés, E., Del Moral, E., González, F., Social Bookmarking Tools as Facilitators of Learning and Research Collaborative Processes: The Diigo Case. Accesat de pe adresa: <http://www.ijello.org/Volume6/IJELLOv6p175-191Estelles683.pdf> (vizitat pe 05.03.2019).
4. Farwell, T.M., Waters, R.D., Exploring the Use of Social Bookmarking Technology in Education: An Analysis of Students' Experiences using a Course-specific Delicious.com Account. MERLOT Journal of Online Learning and Teaching, vol. 6, No. 2, June 2010. http://jolt.merlot.org/vol6no2/waters_0610.pdf (vizitat pe 22.04.2018).
5. Fox, B. Collaborate and Share Social Bookmarks with Diigo Platform | Noplag Review. Accesat de pe site-ul <https://medium.com/@braydenfox/collaborate-and-share-social-bookmarks-with-diigo-platform-noplag-review-11ea8f2b884f> (vizitat pe 04.03.2019).

6. Gormley, K. A., McDermott, P., How Social Bookmarking Can Help The 21st Century Teacher. În revista online The language and literacy spectrum. Vol. 20, 2010. Accesat de pe adresa: <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1059516.pdf> (vizitat pe 07.03.2019).
7. Hog, T., Lerman, K., Social Dynamics of Digg. 2012. Accesat de pe adresa: https://www.researchgate.net/publication/221661023_Social_Dynamics_of_Digg (vizitat pe 09.03.2019).
8. Page: Best practice guide. Pinterest 101. <https://business.pinterest.com/sub/business/guides/best-practice-guide-en.pdf> (vizitat pe 08.03.2019).
9. Rasheed, A.A., Berri, J., Social Bookmarking as a Knowledge Sharing Tool. Accesat de pe adresa: https://www.researchgate.net/publication/261874046_Social_Bookmarking_as_a_Knowledge_Sharing_Tool (vizitat pe 08.03.2019).

CALITATEA CURSURILOR ELECTRONICE MOOC

Roza DUMBRĂVEANU, dr., conf. univ.

Summary

The international quality framework for the evaluation of the MOOC quality is presented. The integration of quality approaches, new pedagogies and organisational mechanisms into MOOC courses with a focus on different dimensions are described.

Perspective de evaluare a calității unui curs MOOC

În varianta completă din engleză, MOOC înseamnă *Massive Open Online Courses*, iar în română – *Cursuri Online Deschise Masive*. Cursurile MOOC fac parte din categoria cursurilor electronice livrate online prin intermediul serviciului web, având un număr foarte mare de studenți. În acest sens, evaluarea calității unui curs MOOC trebuie să respecte aceleași proceduri și criterii, aplicabile pentru cursurile electronice. De asemenea, trebuie să se țină cont de anumite particularități, condiționate de specificul