

مدیر گروه پژوهشی جامعه‌اطلاعاتی پژوهشکده علوم اطلاعات:

کمپین‌ها؛ نقاط ثقل جامعه‌اطلاعاتی

■ الهه حسینی

واژه سایبر از لغت یونانی Kybernetes به معنی سکاندار یا راهنما مشتق شده است. واژه «فضای سایبر» را نخستین بار ویلیام گیبسون (William Gibson) نویسنده داستان علمی تخیلی در کتاب نورومنسر (Neuromancer) در سال ۱۹۸۴ به کار برده است. فضای سایبر در معنا به مجموعه‌هایی از ارتباطات درونی انسان‌ها از طریق کامپیوتر و وسائل مخابراتی بدون در نظر گرفتن جغرافیای فیزیکی گفته می‌شود. یک سیستم آنلاین نمونه‌ای از فضای سایبر است که کاربران آن می‌توانند به دور از دنیای واقعی با یکدیگر ارتباط برقرار کنند. بر خلاف فضای واقعی، در فضای سایبر نیاز به جابه‌جایی‌های فیزیکی نیست و کلیه اعمال فقط از طریق فشردن کلیدها یا حرکات ماوس صورت می‌گیرد. مفهوم فضای سایبر تنها به اینترنت خلاصه نمی‌شود بلکه حالت‌های ناهشیاری و حالت‌های ذهنی که در رؤیا ظاهر می‌شوند را شامل می‌شود. دکتر محمود بابایی -مدیر گروه جامعه‌اطلاعاتی پژوهشکده علوم اطلاعات و عضو هیأت علمی پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران- از ویژگی‌های فضای سایبر، تأثیرات آن بر جامعه اطلاعاتی، زیرساخت‌های لازم، ابزارها و امکانات اجتماعی‌سازی در این فضا و کمپین‌های اجتماعی در این گفت‌وگو سخن به میان آورده است.

■ مفهوم فضای سایبر دارای چه ویژگی‌هایی است؟

اولین بار واژه سایبرنتیک را «نوربرت وینر» استفاده کرد. وی معتقد بود که من یک سری اندیشه در ارتباط با انتقال اطلاعات از مبدأ به مقصد دارم و این فرایند را «سایبرنتیک» می‌نامم، ولی در عمل محدوده سایبرنتیک به همان مفهومی که «وینر» ارائه کرد، نماند و در کتاب «استفاده انسانی از انسان‌ها» گسترش پیدا کرد. در واقع معنای بسیار فراتر را «گیبسون» در رمان معروفش استفاده کرد که معطوف به فضایی خیالی بود، یعنی ارتباط انسان‌ها را با یکدیگر در فضایی غیر از فضای فیزیکی تجسم می‌کرد. واژه فضای سایبر که «وینر» ابداع کرد، بی‌ارتباط با ریشه‌اش نیست اما تعریف ما از فضای سایبر به موازات فضای زندگی عادی جریان دارد و در این فضای مجازی مکانیزم ارتباط و معنی تعامل، متفاوت از زندگی عادی است. در بحث تعامل و انسان و ماشین، «ارگونومی» مطرح می‌شود. تعامل ماشین و ماشین، انسان و ماشین و انسان را می‌بینیم و بی‌می‌بینیم آنچه در تعامل انسان و ماشین می‌گذرد، تابعی از ابزار است که کیفیت تعامل ما را با ماشین و انسان‌ها در فضایی که ماشین تعیین کرده و مصداق عینی‌اش فضای سایبر است، مطرح می‌کند. در تعریف فضای سایبر مکانیزم‌های ارتباط بسیار متفاوت است. تعامل انسان‌ها با توجه به محدودیت‌ها و توانایی‌های ماشین انجام می‌گیرد. فضای سایبر تنها فضای اینترنت نیست. یکی از مصداق واقعی‌اش اینترنت است اما مصداق عینی‌اش نیست. مصداق عینی به علاوه فضای خیالی و وهم‌انگیزی که وجود دارد، فضای سایبر را تشکیل می‌دهد. این فضای خیالی به معنای

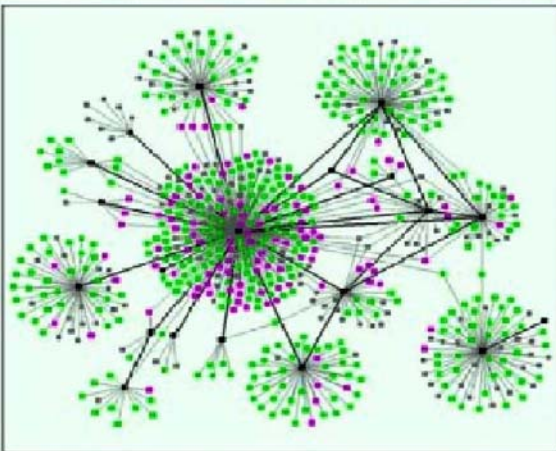
تصوری از رابطه انسان‌ها در فضا مانند بازی‌های کامپیوتری هستند. ابزارهایی از این قبیل واسطه کاربر (interface) های طراحی شده‌ای هستند که واقعیتی مانند رانندگی را در بازی‌ها عینیت می‌بخشند. البته نظایر آنها فقط یک تصور است. به عبارتی متشکل از پیکسل‌ها و صفر و یک‌ها هستند که سیستم آنها را پردازش کرده است و واقعی نیستند. «کستلر» اعتقاد دارد این فضا، مجاز واقعی و واقع مجازی است. بنابراین فضای سایبر فضایی است که توسط ماشین خلق شده و امکان تعامل انسان‌ها را از طریق مکانیزم‌ها و از طریق ماشین فراهم کرده و این تعامل نوعی زیست دوم است و مکمل زندگی عادی است. فضای سایبر به موازات زندگی عادی جریان دارد و تأثیر خودش را می‌گذارد.

■ مزیت‌ها، ظرفیت‌ها یا محدودیت‌های فضای مجازی (Cyber space) نسبت به دنیای واقعی (Real world) چیست؟

در ابتدا باید بدانیم هر کدام چه سرشتی دارند. سرشت زندگی واقعی برای ما انسان‌ها ملموس است که می‌توانیم ارتباط برقرار کنیم، تعریف کنیم، نامگذاری کنیم و با رفتارها و تعامل‌هایمان میزان نزدیکی، استفاده، عدم استفاده و حب و بغض‌مان را نشان دهیم و حالات خودمان را به هر پدیده ابراز کنیم و مختار هستیم که عملی را انجام دهیم یا از انجامش صرف‌نظر کنیم. اختیارمان در فضای مجازی به اندازه زندگی عادی نیست. فضای سایبر یک فضای واقعی است که به عنوان واقعیتی پذیرفته شده است و دقیقاً شبیه‌سازی شده زندگی واقعی است و نمی‌توانیم آنها را از شباهت‌های بی‌پهره بدانیم و در زندگی عادی تأثیرگذار هستند. در مقایسه مشکلی حل نمی‌شود. باید دید که این دو چگونه همزیستی می‌کنند و تأثیر متقابل دارند و در هم تغییر ایجاد می‌کنند. فضای سایبر زندگی دوم ماست. به تعبیری فضای سایبر امکاناتی را برای تسهیل زندگی واقعی و تکمیل آنچه که دست یافتن در زندگی واقعی دشوار است را برای پوشاندن خلأها فراهم می‌کند. زندگی در فضای مجازی باعث تکامل در زندگی عادی می‌شود. مقایسه درست نخواهد بود، چرا که آنها باید به عنوان یک امکان در نظر گرفته شوند. چون با همه حیات، زندگی موازی دارند. بیشتر از مقایسه باید دید که چه بهره‌برداریهایی از آنها می‌توان داشت و چه تأثیری می‌توانند داشته باشند.

■ تأثیر فضای مجازی (Cyberspace) و زندگی دوم (Second life) بر دنیای واقعی چگونه است؟

این تأثیر کاملاً نسبی است، چرا که زیرساخت‌هایی که در یک جامعه وجود دارد فضایی را مهیا کند که مردم و کنشگران در آن فعال باشند تا ما فضای مجازی را واژه انتزاعی ندانیم و واقعیت را عینی فرض کنیم. اینترنت و پدیده‌های مرتبط با آن امکان تعامل در محیط را با هم فراهم کردند. باید دید حد و مرز و سازوکارهای آن چگونه است. مثلاً باید با توجه به محدودیت‌های ابزاری زیرساختی حرکت کنیم. فناوری حرف اول را می‌زند. توانایی‌های نرم‌افزاری و سخت‌افزاری، دامنه تعامل و سقف پرواز شما را تعیین می‌کنند. حال این تأثیر در فضای سایبر امکان تبادل و دادوستد اقتصادی (تجارت الکترونیکی) است و اینکه بسیار تأثیرگذار است که بدین وسیله چقدر از وظایف دولت را می‌توانیم به فضای سایبر منتقل کنیم. در این میان جنبش‌های اجتماعی حضور پررنگ دارند که در واقعیت ملموس جامعه تأثیرگذار است. علاوه بر اینها، انبوه تعاملات و اشتراک‌گذاری‌ها انجام می‌شود. انسان‌ها در قالب



شبکه‌های اجتماعی، گروه‌های مباحثه و سیستم‌های پیام فوری با هم در ارتباط هستند. اینکه پدیده‌های این چنینی چه تأثیری دارند را باید با توجه به این واقعیت پاسخ دهیم که توانایی‌های زیرساختی و امکانات فنی موجود در جامعه از نظر قدرت و توانایی و گستردگی در چه حد است. کاربرد دولت الکترونیکی در کشورهای جهان سوم با کشورهای توسعه‌یافته قابل مقایسه نیست. در واقع از یک مفهوم مشترک استفاده می‌کنیم ولی از نظر واقعیت استفاده از این امکانات در یک سطح نیستیم. این تأثیرات متقابل و توانایی‌ها با توجه به جوامع گوناگون متفاوت است. هرچند که فضای سایبر مرز جغرافیایی ندارد اما زندگی واقعی ما این ویژگی را دارد. مردم ایران با جوامع دیگر متفاوتند و مقوله فضای سایبر را باید از این منظر دید. فضای سایبر در آموزش، اقتصاد، فرهنگ و حتی جنبش‌های سیاسی و شیوه اطلاع‌رسانی تأثیر گذاشته، عمق و وسعت آن نیز هم مهم است که نیاز به مطالعات موردی و مطالعات دقیق دارد.

■ منظور از «کمپین‌های اجتماعی» چیست و چه ویژگی‌هایی دارند؟

در بحث کمپین‌های اجتماعی ذهنیت به سوی کمپین‌های سیاسی معطوف می‌شود. «کستلر» اعتقاد دارد جنبش‌های بنیادگرای «القاعده» از اینترنت استفاده می‌کنند، بین شبکه‌ها سوییچ می‌کنند و برای جذب هوادار هم از فضای سایبر استفاده می‌کنند. طرفداران محیط‌زیست هم از این فضا بهره می‌برند. به نظر این کمپین‌ها در فضای سایبر و شبکه‌های اجتماعی بیشتر امکان ظهور و بروز و گسترش فعالیت‌هایشان را پیدا کرده‌اند. فراخوان‌ها در فضای سایبر اگر با فراخوان در فضای فیزیکی مقایسه شود امکانات و محدودیت‌ها درک خواهد شد. مسأله هویت کنشگران در فضای سایبر می‌تواند مستعار و غیر واقعی باشد. عناصر و بازیگران در فضای سایبر می‌توانند آشکار نشوند. شکل‌گیری کمپین‌های فضای سایبر در حوزه حمایت از خبرنگاران و حقوق بشر و کسانی که با ریشه‌های استبدادی مبارزه می‌کنند به راحتی شکل می‌گیرد و فراخوان‌های شبکه اجتماعی به راحتی دیده می‌شود. «هابرماس» به حوزه عمومی و عرصه عمومی اشاره می‌کند که نمود عینی می‌یابد. در این فضا افراد بر اساس شرایط مردم‌سالارانه گفت‌وگو نقطه نظرات خود را مطرح می‌کنند و به اجماع می‌رسند. دولت‌ها هم به این نقطه رسیده‌اند که وزن سیاسی، اجتماعی، فرهنگی که به حرکت در می‌آید، وزنی سنگین است. مانند اتفاقی که در مصر، تونس و انگلیس رخ داده است. طغیان‌های رخ داده علیه فشارها و هنجارها بر

اساس فراخوان‌هایی بود که منشأ آن از فضای سایبر است. البته کمپین‌هایی که این‌گونه سریع شکل می‌گیرند، سریع هم از بین خواهند رفت و نیز کنشگران در فضای سایبر آزادی‌هایی دارند که در فضای فیزیکی وجود ندارد. البته سازوکارهای ارتباطی و فراخوان‌ها و انتقال اطلاعات از طریق چت یا ایمیل نیز رخ می‌دهد.

■ کمپین‌های اجتماعی چگونه ظرفیت‌های جامعه اطلاعاتی را تقویت می‌کنند؟

کمپین‌ها در جامعه اطلاعاتی به عنوان نقاط ثقل محسوب می‌شوند. به عبارتی دیگر اگر این کمپین‌های مجازی شکل بگیرند، جامعه اطلاعاتی مفهوم و واقعیت خارجی نخواهند داشت. تجارت الکترونیکی به این دلیل توصیه می‌شود و مورد استقبال قرار گرفته است که بخشی از ظرفیت‌ها و امور اجرایی دنیای واقعی را سرعت بخشیده است. با استفاده از اینها، جوامع در حوزه‌های مختلف می‌تواند شکل بگیرد. جامعه اطلاعاتی بدون اینها در حد حرف باقی می‌ماند و نمی‌تواند شکل بگیرد. تولیدکنندگان و مبادله‌کنندگان و کسانی که در عرصه تولید و توزیع فعالیت می‌کنند، بدین وسیله می‌توانند امور اجرایی‌شان را سرعت دهند و با هزینه‌های کمتری کارها را پیش ببرند. در بخش‌های فرهنگی هم می‌توان از این طریق به مسأله بی‌سوادی اعتراض کنیم که می‌تواند جامعه‌ای مجازی در فضای سایبر شکل بگیرد که در مبارزه با بی‌سوادی فعالیت کند. نظایر اینها عین اهدافی است که باید در رشد جامعه اطلاعاتی به آنها توجه کنیم. به عنوان مثال آموزش استفاده از اینترنت و ارتباطات الکترونیکی از طریق کارگاه‌ها و فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی انجام گیرد. امکان اعتراض به اعتیاد در فضای سایبر خیلی بیشتر از فضای فیزیکی است. در کل مسائلی که در فضای فیزیکی جامعه امکان بیان و طرح ندارند به راحتی می‌توانند در فضای سایبر مطرح شوند. این مباحث مخاطبان و کنشگران خاص دارند. این فضا این امکان را دارد که مسائل و گفتمان‌ها مطرح شوند و به شفافیت برسند که «شفافیت» آرمانی در جامعه اطلاعاتی است.

■ ابزارها و امکانات اجتماعی‌سازی در فضای سایبر کدامند و چه ویژگی‌هایی دارند؟

ابزارهای اجتماعی‌سازی که گفتمان‌ها و جوامع مجازی را شکل می‌دهند، شبکه‌های اجتماعی هستند اما همه چیز فضای سایبر نیست. کارکردهای این ابزارهای اجتماعی‌سازی در فضای سایبر باعث شده است که خیلی نمود پیدا کنند از سویی نیز پدیده «وبلاگ» را داریم که یکی از گویاترین سازوکارهای ارتباط و تولید محتوا در فضای سایبر است. علاوه بر اینها باید سیستم‌های پیام فوری، ایمیل، چت و یادکست هم به عنوان مکانیزم قبول کنیم اما نمی‌توانیم آنها را جایگزین هم کنیم، بهترین راه تجمیع آنهاست که مثلاً از طریق شبکه‌های اجتماعی ارائه شوند. اما وبلاگ‌ها ویژگی‌هایی دارند که شبکه‌های اجتماعی فاقد آن هستند. وبلاگ‌ها شبکه‌هایی به هم پیوسته هستند که از طریق گروه‌ها (nod) به هم پیوند خورده‌اند. لینک‌ها، موضوعات، تگ‌ها و به اشتراک‌گذاری آنها این پدیده را تشریح می‌کند. یکی از ویژگی‌های مهم چت، ارتباط و تعامل همزمان است. از مزایای ویدئو کنفرانس می‌توان در آموزش و یادگیری الکترونیکی بهره برد. ایمیل نیز می‌تواند فردی یا گروهی باشد. ایمیل‌ها محدوده بسته‌تری را نسبت به شبکه‌های اجتماعی دارند اما از سویی توانایی خاص خود را دارا هستند. گروه‌های مباحثه در این میان نیز ارزش بسیاری دارند و هنوز هم پدیده‌های پر کاربرد و پر طرفداری هستند.

■ برای شکل‌گیری اجتماعات در فضای مجازی به چه زیرساخت‌هایی نیاز داریم؟

در بحث زیرساخت‌ها دو عامل داریم: زیرساخت‌های انسانی و

فنی. در ایجاد و استقرار شبکه‌های اجتماعی بیش از هر چیز به موضوع سخت‌افزار و نرم‌افزار نگاه فنی داریم. این دو بعد متخصصان خاص خودش را دارد که آنها تصمیم می‌گیرند چطور باشد و محدوده و فراگیری‌اش چگونه باشد. شبکه‌های اجتماعی به نوعی جامعه‌زاد هستند و شبکه‌های اجتماعی فرمایشی رشد نمی‌کنند یا فقط مخاطبان خاص خود را دارند. مثلاً اگر وزارت بازرگانی بازاریان را به شرکت در شبکه‌های اجتماعی خاص جامعه آنها وادار کند، در صورتی مخاطبان آنها جذب خواهند شد که برایشان منافی را در پیش داشته باشد. اما شبکه اجتماعی به مفهوم عام در اینجا منظور است که در واقع جامعه با توجه به توانایی آنها مخاطبان خودش را جذب می‌کنند و اقبال از آنها سبب پویایی‌شان می‌شود. به عبارتی دیگر، عامل انسانی در شبکه‌گیری و استمرار و تداوم آنها حرف اول را می‌زند و ما نمی‌توانیم آنها را جدا کنیم، چرا که برخی خاص هستند و برخی عام. پیوستن به شبکه‌های اجتماعی به روان‌شناسی جامعه‌یازی می‌گردد و اینکه نبض جامعه چگونه می‌زند، عملکرد و عضوگیری شبکه‌های اجتماعی و وبلاگ‌ها نبض جامعه هستند. اگر مقیاس اندازه‌گیری نداشته باشیم که آنها را بسنجیم، باید ببینیم حرف‌ها چیست، لایک‌ها و لینک‌ها چگونه‌اند و از طریق وب‌سنجی آنها را استخراج کنیم.

■ میزان دستیابی به فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطاتی چگونه بر سهولت شکل‌گیری اجتماعات مجازی تأثیر گذارند؟

در این زمینه سخت‌افزارها و نرم‌افزارها حرف اول را می‌زنند. پهنای باند مناسب از ضروریات است. وبلاگ‌ها و شبکه‌های اجتماعی سرورهای قدرتمند می‌خواهند. در عین حال توانمندی‌های نرم‌افزاری باید باشد که امکانات لازم را در اختیار کاربر قرار دهد. برای درج و تغییر اطلاعات باید صدور فرامین مختلف وجود داشته باشد، چرا که شبکه‌های اجتماعی مهم در دنیا بدون توجه به این عامل امکان حیات پیدا نمی‌کنند و عنصر تعیین‌کننده است که در ادامه راه شبکه‌های اجتماعی بسیار مؤثر است. البته در ابتدای راه هم عامل تعیین‌کننده‌ای است.

■ تجهیزات اجتماعی‌سازی و کمپین‌های اجتماعی در فضای مجازی تا چه حد در تعیین رتبه یک کشور در بین جوامع اطلاعاتی تأثیر گذار است؟

عامل تعیین‌کننده تعیین رتبه بین جامعه اطلاعاتی ایده‌آل موارد مذکور نیستند. برای تعیین رتبه به شاخص‌های فنی‌تری نیاز داریم. مثلاً کشور چین امکانات سخت‌افزاری و نرم‌افزاری بسیار خوبی دارد که در شکل‌گیری اجتماعات مجازی‌اش تأثیر گذار است اما جامعه اطلاعاتی تک‌ساحتی نیست که فقط محدود به تجهیزات شود.

■ نظام‌های اقتصادی چگونه بر ابزارها و امکانات اجتماعی‌سازی در فضای سایبر تأثیر می‌گذارند؟

شرایط اقتصادی تعیین‌کننده توانایی بسترسازی برای استفاده از فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی است. هرچه نیازهای اقتصادی از نظر میزان سرمایه‌گذاری، رشد اقتصادی و تورم به سمت بهره‌وری پیش روند، استفاده از فضای سایبر تسریع و تسهیل داده می‌شود. اگر درآمد سرانه ملی کشور را نگاه کنیم، باید توجه کنیم که در چه صورت حاضر به استفاده از فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی می‌شوند که نیازهای اولیه پاسخ داده شوند. هزینه کردن برای استفاده از اینترنت اگر به اندازه کافی در جامعه فراهم نشود، نمی‌توان از جامعه اطلاعاتی حرف زد. درآمد و تولید ملی از نظر موازنه تجاری کشور و رشد اقتصادی همه نکاتی است که در سرمایه‌گذاری به نقش دولت تأکید می‌شود. دولت‌ها و حکومت‌ها مأموریت‌هایی را دارند که باید به آنها بپردازند و اگر دارای نوسان باشند دستیابی به اینها دشوار خواهد بود.

■ آیا جوامع مجازی به‌طور هدفمند در حال رشد هستند. روند گسترش آنها چگونه کنترل می‌شود؟

دو دیدگاه در این رابطه وجود دارد. دیدگاه اول خوشبینانه است. «کستلز» تأکید می‌کند که جامعه به صورت مرحله‌ای از گذشته به مرحله نوین وارد می‌شود و معتقد است که مرحله سختی را پشت سر گذاشته‌ایم و به مرحله پسا صنعتی و جامعه اطلاعاتی رسیده‌ایم. فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی جامعه را به نقطه‌ای رسانده است که تمام فرآیندهای اقتصادی، سیاسی و اجتماعی به یک شبکه انجام شده است و جامعه شبکه‌ای شده است. عده‌ای هم اعتقاد دارند که دستاوردها و مناسبات سرمایه‌داری درستی را نمی‌دانند. «هربرت شیلر» و «هابرماس» تأکید دارند که مناسباتی را که جامعه اطلاعاتی می‌گویند مناسبات غلطی است و از مرحله‌ای به مرحله بعد نرفته و تداوم همان مرحله است. فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی نقش‌شان نادیده گرفته نمی‌شود و همان مرحله است و همان مناسبات حاکم است که در جامعه صنعتی وجود داشته و گسترش نوعی جامعه به جامعه دیگر نیست. بحث هدفمندی این دو دیدگاه را در بر دارد. پاسخ به اینکه آیا اینها با طراحی‌های خاص ایجاد شده‌اند هم مثبت است، هم منفی. ویژگی شبکه اجتماعی همان‌طور که «هابرماس» تأکید می‌کند، نقطه‌ای برای همگرایی و تفاهم است؛ عرصه‌ای است که مردم و دولت‌ها گفت‌وگو می‌کنند. در واقعیت امر اجتماعات مجازی سازمانی را به صورت هدفمند نداشته‌ایم چرا که در جایی که دولت‌ها، سازمان‌ها و کشورها وارد شده‌اند، این امور دارای قواعد بوده است. همه وبلاگ‌ها و شبکه‌های اجتماعی سازمانی شکل نگرفته‌اند بلکه به تناسب نیاز در هر جایی شکل گرفته و بر اساس نیاز از آن بهره‌برداری کرده‌اند.

■ چالش‌ها و موانع شکل‌گیری اجتماعات مجازی در فضای سایبر کدامند؟

موانع در سطح کلان و در سطح فردی وجود دارند. موانع کلان نیاز به جامعه‌شناختی قوی دارند تا رفع شوند و موانع فردی روان‌شناسی فردی را می‌طلبند. سیاست‌گذاری موجود در جامعه چه از نظر توسعه فناوری‌های اطلاعاتی و در سطح فردی باید دارای ویژگی‌های خاص قوی و ملی باشد که از پدیده‌های نوین استقبال شود. حتی شکل استفاده از آنها در فراگیری آنها تأثیر گذار است. استفاده از وبلاگ‌ها هیچ‌وقت محدود نبوده است، اما چگونگی استفاده از اینها ممکن است محدودیت‌هایی را ایجاد کند. فرهنگ استفاده از فناوری‌های اطلاعاتی در کیفیت و نحوه استفاده در سیاست‌گذاری‌های دولت هم تأثیر می‌گذارد. چالش‌های عمده شبکه‌های اجتماعی هویت غیر واقعی و مستعار صاحبان پروفایل‌هاست که دیدگاه‌ها را منفی می‌سازد.

■ ابزارهای وب ۲ تا چه حد می‌توانند به عنوان امکانات اجتماعی‌سازی در فضای سایبر به کار روند؟

تولد رسانه‌های اجتماعی و تعامل واقعی در فضای سایبر مدیون سازوکارهای فنی ابزارهای وب ۲ است. وب ۲ امکانی را فراهم کرد که محتوا توسط کاربر تولید شود؛ محتوایی که در این فضا توسط کاربر تولید و به اشتراک گذاشته می‌شود و قاعداً باعث کنش و واکنش دیگران می‌شود و توسط آنها تکامل می‌یابد. امکان به اشتراک‌گذاری تگ‌ها که آنها را با اصطلاح فولکسونومی (طبقه‌بندی عامیانه) می‌شناسیم، نقطه کلیدی در فهرست‌نویسی است و حتی با ضعف‌هایی که دارند، به افزایش دسترسی به محتوا می‌انجامند. وب ۲ کاربر محور است. در وب سنتی (وب ۱) یک نفر تولیدکننده و دیگران بهره‌بردار بودند. پس سلسله مراتب قبلی به هم ریخت و با تعامل و اشتراک‌گذاری‌های وب ۲ می‌توانیم از به اشتراک‌گذاری صحبت کنیم و این ویژگی‌ها منوط به کنش و واکنشی است که وب ۲ فراهم کرده است.