

الويب 2.0 وتحول عناصر العملية الإعلامية

أ. عبوب محمد أمين

كلية العلوم الانسانية والاجتماعية (جامعة شلف)

aboubamine@gmail.com

ملخص:

يُعتبر التغير في البنية السيميائية (الدلالية) للويب، من الويب 1.0 والقائم على أحادية إنتاج المحتوى إلى الويب 2.0 ذي المصادر المفتوحة، والذي يمكن المستخدم من إنتاج وإعادة إنتاج المضامين الإعلامية إضافة إلى العديد من التغيرات في البيئة المعلوماتية، وبما أن العمل الاعلامي الصحفي جزء من الظاهرة السوسيوولوجية لهذا التحول في صبغة الويب بصفة خاصة، فقد أضحي ضروريا التركيز على هذا الجانب المهم من الظاهرة التفاعلية داخل البيئة المعلوماتية، وسعيا منا إلى فهم تفاعلات المستخدم مع هذا التطور الحاصل من حيث إمكانياته الجديدة في التعبير من جهة وكذا التطور في العملية الإعلامية المبنية على (الاتصال) من جهة أخرى، تهدف هذه الدراسة البليوغرافية الوصفية إلى التعريف ببعض مفاصل الظاهرة الإعلامية الجديدة والتي تتمحور حول المستخدم كسلطة فاعلة في العملية الإعلامية عبر جميع مراحلها، وكذا المكاسب والمخاطر المترتبة عن هذا التحول.

Summary:

The change in the semiotic structure of the web from Web 1.0 which based on mono content production to the Web 2.0 of open sources, which enables the user to produce and reproduce the informational contents, as well as many changes in the informatics environment, and since the journalistic informational work is a part of the sociological phenomenon of this shift in the Web version in particular, it has become necessary to focus on this important aspect of interactive phenomenon within informatics environment. And to understand how the user lives this evolution in his new possibilities of expression, as well as development in the

informational process based on the (contact), this descriptive bibliographical study will aim to introduce some parts of the new informational phenomenon, which focuses on the user as an effective authority in the informational process through all its stages, as well as the gains and the risks involved in this transformation.

مقدمة:

بما أن الاتصال بصفة عامة والاتصال الجماهيري بصفة خاصة جزء لا يتجزأ من المشهد السوسيو-ثقافي للمجتمع، فإن أي تحول وارد في الكل يجب أن يكون له انعكاس على سيرورة وتنظيم الجزء، وعليه فإن التحول الثوري القائم في الفضاء المعلوماتي ككل والمجتمعات الافتراضية الناشئة داخله كان له الأثر البالغ على العملية الإعلامية في كل مراحلها، وذلك بمنح المستخدم المجال والحرية لإثراء المحتويين الإعلامي والثقافي داخل هذا الفضاء.

تميزت أدوات وتطبيقات الويب 2.0 بمرونة أكبر نظرا لمنحها الكثير من فرص الابداع والتعلم وكذا التثاقف الإلكتروني، حيث فتحت المنصات الاجتماعية لإنتاج المعلومات، ما جعل الجمهور (المستخدمين) يتحولون من حالة التلقي إلى حالة الانتاج، وهذا ما ساهم في إتاحة إمكانيات وفرص للمشاركة في إنتاج الثقافة من خلال ما يسمى بالنشر الذاتي.

ومع ظهور مصطلحات جديدة كإعلام الوسائط الجديدة وصحافة المواطن فإن هذا التغيير الثوري قد أثر على الممارسة المهنية للإعلام، وقد مس هذا التغيير الجمهور أيضا عندما أصبح المستخدم ملزما بالتفاعل مع المحتويات الاعلامية، حيث تشجع البيئة الجديدة التشارك والمساهمة في بناء المعرفة أكثر من أي وقت مضى، حيث تؤكد الدراسات الإعلامية أن الويب 2.0 من أهم الطرق لتقليص الفجوة المعرفية الموجودة بين المجتمعات، بالاعتماد على التنظيم والتفاعل وكذا تبادل المعارف والخبرات.

من خلال ما سبق حري بنا التساؤل: ما هو الويب 2.0 وما خصائصه وتطبيقاته؟ كيف قام الويب 2.0 بالتأثير على المشهد الإعلامي وتحويله من إعلام رأسي إلى إعلام أفقي تشاركي؟ وما هو الوجه المظلم لهذه الظاهرة الإعلامية الجديدة؟

الويب 2.0 الماهية والمميزات:**تعريف الويب 2.0:**

الويب 2.0 مصطلح يطلق على المواقع والتطبيقات التي تتوفر فيها مجموعة من الخصائص تؤهلها لأن يطلق عليها هذا اللقب، وكان هذا المصطلح نتيجة عاصفة ذهنية في اجتماع أُقيم بين (O'Reilly) و(Media Live International) عام 2004، من خلاله حاول الخبراء من الطرفين الوصول إلى معايير محدده لتقسيم المواقع إلى مواقع الويب 1.0 (التقليدية) ومواقع الويب 2.0 (الجيل الجديد)، وفي بداية هذا الاجتماع قاموا بضرب أمثلة على مواقع من الويب 1.0 وما يقابلها من مواقع (الويب 2.0)، ويستهدف الجيل الجديد من الويب 2.0 تسهيل عملية التواصل والتعاون والتشارك في إنتاج وبناء المعلومات بين جمهور الإنترنت.

ومع ظهور الهندسة الجديدة للواب (Web) الواردة تحت اسم: الويب 2.0، التي حوّلت الويب من مداره السيمبائي الغارق في المضامين الساكنة والباردة التي لا يمكن إدراك تفاعل الجمهور معها، إلى مداره الاجتماعي العلائقي المزدهر بالتفاعلات والانفعالات مع ما يتم استثماره من مضامين وخدمات لا حصر لها، وهي الهندسة التي منحت الفرد قوّة التحكّم في المضامين الذي يبنيها وحتى تلك التي يقوم بتلقينها، وهيأت له الأرضية الصّالحة للتواصل والاندماج عبر طرح الأفكار ونقل الأحاسيس.

وفي هذا الإطار يمكن أن نشير إلى خصائص البث على الإنترنت في إطار الويب 2.0 بدءا من تلك الروح الأساسية في جيل الويب الجديد المتمثلة في التشبيك (Networking) الذي تعتبره غايتها الأساسية وصولا إلى كل ما تحدته هذه المضامين من تغيرات على الرأي العام بمفهومه العام، حيث أن الأساس في هذه الحقبة ربط التطبيقات المختلفة بالشبكة والسماح للمستخدم باستعمالها لأغراض التواصل العميق وليس فقط الاتصال؛ وهي من أهم خواص هذه الحقبة، ومن ناحية ثانية فإن المحتوى -أيا كان- يعد ملكا لمن بثه على الخط (أون لاين)، ويمكن له تعديل خصائص عرضه كيفما شاء ومن جهة ثالثة ثمة خاصية الديمقراطية التي تتيح لمتلقي أي محتوى بالتعاطي معه إيجابيا وليس فقط تلقيه، عن طريق التعقيب عليه أو نقده من خلال استخدام نص أو بأي من الوسائط المتعددة أو حتى برابط، ومن

زاوية رابعة نجد ارتفاعا في درجة اليسر والسهولة في التعامل مع واجهات البرامج التي تدير علاقة المستخدم بالإنترنت.

فالويب 2.0 عبارة عن تحول أقل قيودا وأكثر إنسانية وديموقراطية نحو شبكة الانترنت يتحول فيها المستخدم من متلقي إلى شريك فاعل وإيجابي، ويعرف الويب 2.0 على أنه الجيل الثاني من المجتمعات الافتراضية والخدمات المُستضافة عبر الانترنت، ورغم غرابة التعريف إلا أنه ببساطة يتحدث عن ثورة معرفية جديدة في طريقها نحونا، فالإنترنت القديمة بنيت على البنية العلائقية (واحد إلى متعدد) أو ما يسمى ب (One To Many)، وذلك يعني موقع انترنت واحد لعدد كبير من المستخدمين وحول هذا المفهوم بنيت أغلب مواقع الانترنت منذ تأسيسها، أما الويب 2.0 فيسعى لخلق مفهوم جديد مبني على علاقة (متعدد نحو متعدد) أو (Many To Many). وترتكز بنيته على خلق فضاء انترنت جديد أكثر إنسانية وأكثر تفاعلا (محمد أمين عبوب، 2015، 221/220)

مميزات الويب 2.0:

- يُعتبر الويب 2.0 نقلة نوعية في ميدان تداول المعلومات وتغيير نوعية العلاقة التي تربط المستخدم بالبيئة المعلوماتية، نظرا لعدة سمات تميزه عن الأول أهمها:
- الانتقال من قاعدة البيانات العالمية إلى منصة العمل التعاوني الذي يساهم فيه الكل فبعدها كان المحتوى واقعا تحت سيطرة شركات إنتاج المعلومات وتوزيعها ونشرها أصبح هذا المحتوى تشاركيا (Content Collaboration)، فقد تم الانتقال بالويب من طابعه السيميائي الجامد إلى طابع تفاعلي تشاركي.
 - توفير قدر عالي من التفاعلية مع المستخدم، تجعله يشعر وكأنه يقوم باستخدام إحدى تطبيقات سطح المكتب على جهاز الكمبيوتر.
 - القدرة على نشر المحتوى في أشكال عديدة: يمكن للمستخدم نشر (الصور، أشرطة الفيديو، التعليق، ونشر وتقييم المحتويات...) عبر وسائط متعددة وكذا القدرة على التحكم حتى في خصوصيات المحتوى.
 - الثقة بالزوار: بما أنه من بين مميزات الويب 2.0 سابقة الذكر هي قدرة المستخدم على انتاج المحتوى فإن هذا يستلزم إعطاءه الثقة الكاملة للمساهمة

في بناء هذه الخدمة، فالمواقع التشاركية مثلا تمنح المستخدم الثقة الكاملة في توظيف أنظمتها وإدراج أي محتوى يرغب في إدراجه.

• دعم الاتصال: تسهل تطبيقات الويب 2.0 الاتصال في مجتمع الانترنت، فهي تربط المواقع ببعضها وتجمع الأفراد في شبكات اجتماعية مثل: (الفايسبوك، تويتر...)، كما تربط بين تقنيات الإنترنت وتقنيات عالم المحمول، فيقوم الويب 2.0 بدعم الاتصال التفاعلي.

• الترابط: معظم مواقع الويب 2.0 تنمو وتزدهر بفضل الترابط بينها، ويكون هذا الترابط عن طريق الوصلات التي تربط المواقع ببعضها البعض، أو تلك الوصلات والنصوص النشطة المتضمنة في المقالات والمحتويات المختلفة.

• السماح للمستخدمين بتعديل المعلومات من خلال الإضافة أو التغيير أو طلب الحذف من قاعدة بيانات الموقع، وهذا أكبر من مجرد التلقي لأنه يتيح التفاعل مع المحتوى وتقييمه وكذا المشاركة في إثرائه، لأن الجهة الراعية له تجعل تطبيقها متاحا

للجميع (Open source).

• مشاركة المستخدم في المحتوى: في السابق كانت الويب عبارة عن منصة للقراءة فقط، أما في الوقت الحالي فقد أصبح بإمكان المستخدم الإضافة والتعديل على محتويات مواقع الويب بكل سهولة.

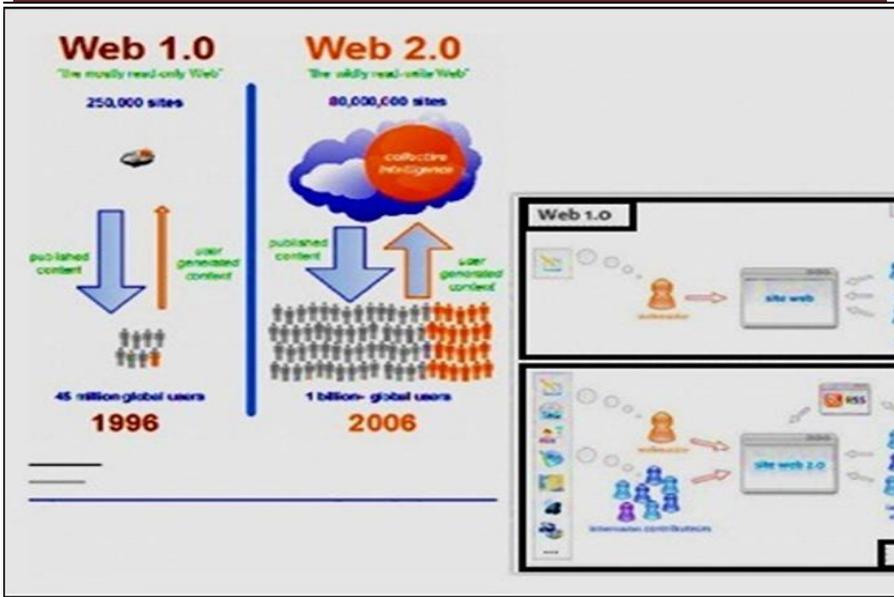
الفرق بين الويب 1.0 والويب 2.0: يعتبر الويب 2.0 امتدادا للويب 1.0 وتعتبر الفروق بين جيلي الويب عبارة عن تطورات في مجموعة من مميزات المواقع والخدمات والتطبيقات، حيث أن التغيير قد طال بنية الويب وكذا فرص المستخدم في المشاركة.

جدول رقم (1) يوضح الفرق بين الويب 1.0 والويب 2.0

الويب 1.0	الويب 2.0
ويب ثابتة (Statique)	معلومات متشابهة (Dynamique)
المستخدم ذو دور سلبى (التلقي)	إعطاء الفرصة أكثر للمستخدم حتى يكون له دور إيجابي
مواقع تابعة لأشخاص أو مؤسسات عامة أو خاصة حكومية أو غير حكومية	مواقع تشاركية تعتمد على المستخدم في صناعة المحتويات وكذا مراقبتها وتقييمها (ويب تشاركي)

مواقع معلوماتية تكتفي ببث المعلومات والأخبار	مواقع اجتماعية تسعى إلى ربط المستخدمين وخلق بيئة اجتماعية جديدة لتبادل الخبرات والمعارف المساهمة في بناء المعرفة
مواقع تخدم مصالح شخص أو فئة معينة	مواقع تبنى على اساس الأهداف أو المصالح المشتركة لمختلف الفئات حتى تلك المنبودة في المجتمعات الواقعية
إدارة مركزية: يكون التحرير والتنظيم والادراج والحذف من حق المسؤول عن الموقع (النشر- Publishing)	إدارة مشتركة: مبني على التحرير المشترك والنقد (المشاركة - Participation)
قليلة أو منعدمة التحديث	أنية التحديث
تنقل المعلومات من مؤسسة أو شخص الى جمهور (One To Many) النشر والبث المركزي	تنقل المعلومات من مؤسسة أو مستخدم إلى مؤسسة أو مستخدم آخر (Many To Many) النشر والبث الذاتي
غياب التفاعلية: الطبيعة الساكنة للمحتويات حيث لا يمكن التفاعل معها	مواقع تفاعلية: حيث يمكن للمستخدم التفاعل مع المواد والمحتويات حيث يمكنه التعليق والتقييم وحتى إثراء المحتويات (مصادر مفتوحة)
غياب الديمقراطية الاعلامية (ضالة رجع الصدى)	مواقع أكثر ديمقراطية وإنسانية وتطبيقا لحرية التعبير حيث انه مبني على ويب اتصالي (رجع صدى كبير)
برمجيات بسيطة، تقدم بعض الإمكانيات البسيطة لمستخدم ويب.	تطبيقات ويب، برمجيات احترافية مقدمة عبر تقنيات ولغات برمجة ويب 2.0

(المصدر: إعداد الباحث)



الشكل رقم (1): مسيرة المعلومات التفاعلية عبر قنوات الويب 2.0 مقارنة بالويب 1.0 (المصدر: <http://www.blaine.k12.wa.us>)

التقنيات والخدمات الاعلامية للويب 2.0:

هناك العديد من التطبيقات الإعلامية التي ظهرت بظهور الويب 2.0، منها مجتمعات المحتوى والشبكات الاجتماعية وكذا المدونات بأنواعها ومجتمعات النشر الالكتروني وغيرها، وفي الآتي سنتطرق إلى أهم هذه التطبيقات والتي تعتبر تحولا في ملامح العمل الإعلامي، حيث أن الويب 2.0 جعل الاعلام يعتمد على الاتصال بمعناه الأولي الشخصي والآني المتنوع.

المدونات:

تعريف المدونات:

تستخدم كلمة "مدونة" العربية كمقابل للكلمة الإنجليزية (blog) وهي اختصار لكلمتي (Web log) والتي تعني سجل الشبكة وقد اشتق من كلمة (blog) اسم المدون (blogger) و (bloggig) أو التدوين الذي يعني مصدر الكلمة والفعل (blog) اي يدون، كما ظهر أيضا مصطلح الفضاء التدويني أو (blogospher) (فوزي شريطي

مراد، 2015، 128)، عربيا "هناك العديد من التسميات التي استخدمت كمقابل لكلمة (blog) منها: البلوجز، البلوغز، المذاكرات الإلكترونية، المدونات الشخصية، يوميات الإنترنت، السجل الشخصي، المعارضة الإلكترونية، الصحافة الإلكترونية .. وغيرها الكثير من التعريفات التي وردت في كتابات المؤلفين العرب عن المدونات الإلكترونية، إلا أن "مدونة" هو التعريف الأكثر قبولا وانتشارا واستخداماً لهذه الكلمة حتى الآن" (شيماء اسماعيل عباس، 2007).

تعتبر المدونات الإلكترونية كأحد مصادر المعلومات التي فرضت نفسها بقوة وسرعة على الشبكة العنكبوتية العالمية، قامت باقتحام المجالات المختلفة وخاصة السياسية منها وذلك بفتح مجال للمفكرين والمعارضين وأصحاب الرأي من استخدامها لنشر وجهات نظرهم حول القضايا المحلية والدولية، متجاوزة بذلك كل الحواجز الزمنية والمكانية والرقابية على المعلومات التي لا تجد قبولا سياسيا أو دينيا أو اجتماعيا في بلد ما.

خصائص المدونات:

يكتسي التدوين أهمية كبيرة في الممارسة الإعلامية الحديثة لكون الويب الجديد قد فسح المجال لهذا النشاط الإعلامي، وذلك لعدة عوامل أهمها أن المدونة تجعل من حرية التعبير والوصول إلى المعلومة سهلة المنال، فالمدونة أكثر أنواع أدوات وتطبيقات الجيل الجديد نموا وانتشارا وقربا من المستخدم، ومن خصائصها ما يلي:

- تعتمد أغلب المدونات على النصوص، التي تتميز بالاختصار والمباشرة وتوظيف سجل لغوي عادي وعامي في أحيان كثيرة، مع وجود بعض المدونات التي تعتمد على المحتويات الصوتية ومقاطع الفيديو وعلى الصور الفوتوغرافية.
- سهولة الانشاء ومرونة الاستعمال: لا تعتبر عملية إنشاء مدونة بالعملية الصعبة أو المعقدة، فهي عملية سهلة وفي متناول الجميع حيث لا يتطلب الأمر جهدا كبيرا ولا وقتا طويلا، ولا تحتاج مستوى تعليميا معينا. (عبد الكريم تفرقنيت، 2012، ص 96)
- تعتبر المدونات من الممارسات الاجتماعية لجماعة بعينها داخل الفضاء الاجتماعي، فالمدونون يعتبرون انفسهم جزء من جماعة تتقاسم جملة من القيم والطقوس والرموز اللغوية. (الصادق رابح، 2009، ص 442)

• التفاعلية: تعتبر التفاعلية من أهم ميزات المدونات حيث تمكن جمهورها من التفاعل مع المواضيع والمواد المنشورة وكذا المشاركة بأراء حولها، فتنحول المدونة إلى فضاء للنقاش والتحاور والتفاعل، فتصبح بذلك مجالا للإعلام الاجتماعي التشاركي. أنواع المدونات:

توجد أنواع مختلفة من المدونات الإلكترونية، ويمكن تصنيفها في مجملها إلى نوعين أساسيين من حيث طبيعة المواضيع المنشورة على المدونة (مدونات سياسية، اجتماعية، رياضية...)، ومن حيث شكل المحتوى المنشور (مدونات الصور، المقالات، مقاطع فيديو...) وفيما يلي أهم أنواع المدونات:

• المدونات التي تحتوي على المذكرات اليومية (Online Diary Blogs): تتناول هذه المدونات يوميات مالکها (ماذا فعل؟ وماذا دار في خاطر المدون في ذلك اليوم؟) ولا تحتوي هذه المدونات بالضرورة على روابط لمواقع إلكترونية أخرى.

• المدونات التي تحتوي على المقالات (Article Blogs): يمكن أن يحتوي هذا النوع من المدونات على عرض وتعليقات على الأخبار والأحداث والتقارير، وهي عادة ما تكشف قدرا أقل من الحياة اليومية لكاتبها بخلاف المدونات الإلكترونية التي تحتوي على المذكرات.

• المدونات العلمية المتخصصة: وهي تلك المهتمة بجانب علمي محض كالبيئة أو التكنولوجيا أو الزراعة أو غيرها من التخصصات العلمية الإنسانية، وهي غالبا تنطلق من منتديات متخصصة ليحولها أصحابها إلى مدونات أو العكس (عبد القادر سعيد، 2015).

• المدونات التي تحتوي على الصور (Photos Blogs): ويحتوي هذا النوع من المدونات على الصور، مثل "صورة اليوم" وغيرها.

• المدونات التي تحتوي على مقاطع بث مرئي (Videocast Blogs): حيث أن مقاطع البث المرئي (Videocasts) هي أحدث اتجاه في أوساط المدونات الإلكترونية، وهي مماثلة لمقاطع البث الإذاعي (Podcasts) غير أنها تعد بوسائط الفيديو وليس البث المباشر.

• المدونات السريعة جدا (Tumblelog) أو (Microblog): سنة 2005 ظهرت تسمية (Tumblelog) لتدل على نوع من المدونات تمارس ما يمكن تسميته بالتدوين السريع متعدد الوسائط، في هذه المدونات لا تتجاوز التدوينات في العادة الفقرتين، ويمكن أن تكون (ملاحظات، روابط، صور، فيديو، أو مقاطع موسيقية...) غير أنها لا توفر إمكانية التعليق على التدوينات. (محمد سعيد احجيوج، 2016).

الشبكات الاجتماعية: (Social Networking):

سبق ظهور مواقع الشبكات الاجتماعية ظهور الويب 2.0 بكثير، إلا أنها تعد من ضمن التطبيقات التي أُضيفت إليها مجموعة من الخصائص الجديدة والتي جعلتها أكثر تفاعلية، حيث أصبح بإمكان الأصدقاء مشاركة الصور والفيديوهات والأحداث وحتى المناسبات الخاصة.

تُعرف الشبكات الاجتماعية أنها "أماكن للتجمع على الخط المباشر تشجع أعضائها على بناء شبكات من أصدقائهم ومعارفهم" (Leonard, A، 2004)، فهي مجتمعات على الخط المباشر "تقوم بدعم الاتصال بين الأفراد عن طريق شبكات من الأصدقاء الموثوق فيهم، وتقدم مكانا لتجمع الأفراد على الخط المباشر، وإقامة علاقات جديدة أو للتعرف على أفراد آخرين في نفس مجال عملهم" (Mew, Lionel، 2009، p295)، فهي تمكن الأفراد من التواصل لأسباب شخصية أو مهنية سواء كانوا على معرفة مسبقا ببعضهم البعض أم لم يكونوا.

مجتمعات الأخبار والقوائم البريدية:

تعتبر القوائم البريدية مواقع اجتماعية يتم التسجيل فيها قصد الاستفادة من الخدمات الإعلامية (الإخبارية) التي توفرها والتي تتميز بالسرعة والكم الكبير من المعلومات التي تمس الكثير من الجوانب والمواضيع، وتمكن هذه المواقع المسجلين من التعليق على هذه الأخبار وخلق نقاشات حولها، وهذا ما يصنع نوعا من التفاعل داخلها.

مجتمعات البث الإلكتروني (البودكاست) (Podcast):

هي مواقع اجتماعية تضمن لأفرادها مساحة للبث الشبه إذاعي أو البث السمعي البصري (Streaming) أو (Podcasting)، ويكون البث فيها مباشرا أو مسجلا، لمواد

منتجة ذاتيا، أو يقوم المستخدمون بإعادة إنتاج مواد منتجة سابقا مثل (أفلام، برامج أو أشرطة وثائقية...)، ومثال ذلك مواقع (Streamiz) للبت المسجل والأفلام السينمائية والوثائقية و(Justin) للبت المباشر والآني، أما البت غير الآني فالمتمثل في مواقع تتضمن مواد سمعية أو سمعية بصرية أنتجت أو أعيد إنتاجها أو بثها، مثال ذلك اليوتيوب (Youtub) والدايلي موشن (Delymotions).

*اليوتيوب: هو أحد أشهر المواقع الإلكترونية على شبكة الإنترنت و"تقوم فكرة الموقع على إمكانية إرفاق أي ملفات تتكون من مقاطع الفيديو على شبكة الإنترنت دون أي تكلفة مالية، فبمجرد أن يقوم المستخدم بالتسجيل في الموقع يتمكن من إرفاق أي عدد من هذه الملفات ليراها ملايين الأشخاص حول العالم، كما يتمكن المشاهدون من إدارة حوار جماعي حول مقطع الفيديو من خلال إضافة التعليقات المصاحبة، فضلا عن تقييم ملف الفيديو من خلال إعطائه قيمة نسبية مكونة من خمس درجات لتعبر عن مدى أهمية ملف الفيديو من وجهة نظر مستخدمي الموقع، وطبقا لتصنيف أليكسا العالمي فإن موقع يوتيوب يأتي في المركز الثالث من حيث أكثر المواقع العالمية مشاهدة، بعد كل من: ياهو، وجوجل" (رضا عبد الواحد أمين، 2009، ص520).

مجتمعات (الويكيز):

تعتبر الويكي (Wiki's) (وتعني الويكي أن المحتوى أو المعلومة متوفرة للجميع) أحد تطبيقات Web 2.0 ويعود ظهورها إلى "سنة 1995 عندما قام كل من وارد كينغهام (Ward Cunningham) و بوليوف (Bo Leuf) بإنشاء أول موقع وهو موقع ويكي ويب (Wiki Wiki Web)، والذي شكل مجتمعا متعاوننا مفتوحا للجميع، حيث يمكن لأي شخص أن يشارك في تطوير وزيادة محتويات الموقع" (عباس مصطفى صادق، 2008، ص211)، فمواقع الويكي نوع يعتمد على التأليف والتحرير التشاركي عن طريق منصات إنتاج المحتوى وتقاسمه، وهي عبارة عن منصة الكترونية مفتوحة المصدر تسمح بتحرير وتخزين المعلومات عن أي موضوع، والويكي هي موقع انترنت قائم على مبدأ المشاركة الجماعية والتعاون على تطوير محتوى المواقع، ويسمح الويكي لمشركيه أن يقوموا بإثراء محتوياته بصورة جماعية بالإضافة أو التعديل وحتى الحذف حسب ما يراه المستخدمون دون أية قيود في الغالب، وتتميز هذه المواقع كذلك بتعدد اللغات التي تنشر بها المعلومات والعديد منها ينطق بأكثر

من لغة عالمية وهذا ما يسمح بالاستفادة من هذه المعلومات من طرف كل البشرية.

فهي مواقع تسمح للمستخدمين بإنشاء أو تعديل أي صفحة على الموقع، والمثير في الأمر أن الموقع يشجع على الاستخدام الديمقراطي للويب ويعزز تكوين محتوى من قبل المستخدمين العاديين، حيث يستعين التحرير الحر بما يسمى بالذكاء الجمعي (Intelligence Collective) والذي يساهم فيه الأفراد أو المستخدمون فيمكن للمستخدم التعليق على المعلومات ونقدها وتكملتها أو إثرائها أو الإعلان عنها أو التحذير منها والذي قد يتسبب في حذفها أو تجاهلها.

إلا أن الوكيز تعاني من توتر ومشاكل مرتبطة بانفتاح النظام التحريري الذي يعد من أهم ميزاتها، وكذا أنظمة المراجعة والمراقبة التحريرية للمحتوى، وتحرر المصادقية والتدقيق في نوعية المعلومات.

ونلخص فيما يلي بعض مميزات التأليف الحر:

• تبسيط عملية تحرير المحتوى: يمكن تغيير محتويات كل مقال حسب الرغبة، فإذا أراد شخص تغيير محتويات الصفحة سيظهر له نموذج لتحرير المحتوى، وعندما ينتهي من إضافة وتعديل ما يريد عليه أن يقوم بحفظ التعديلات وستظهر الصفحة كما قام بتحريرها.

• تستخدم تطبيقات التأليف الحر أوامر بسيطة لتنسيق محتوياتها، فلا حاجة لتعلم لغة (HTML) للمشاركة في إضافة وتعديل محتويات مواقع ويكيز.

• تشجع العمل الجماعي: فأغلب مواقع التأليف الحر تسمح لأي زائر بتعديل وإضافة المحتويات. (محمود عبد الستار خليفة، 2008)

• عدم وجود سلطة فعلية لمراقبة المحتويات النصية، غير أن هناك تجمعات على هذه المواقع تقوم بدراسة التغييرات والإضافات لتنظيمها ومراجعتها.

• تحتفظ تطبيقات التأليف الحر بسجل لتاريخ الصفحات، فإذا أخطأ شخص ما في تحرير إحدى الصفحات يمكن الرجوع إلى الصفحات السابقة المحفوظة، ويمكن المقارنة بين الصفحات لإظهار الفروق بينها، فلا خوف هنا من ارتكاب الأخطاء.

مجتمعات نشر المحتويات النصية:

هي مواقع متخصصة في نشر المحتويات النصية، تحتوي على مجموعة كبيرة من المستخدمين يقومون بشر محتويات نصية (دراسات، مقالات، أبحاث...) وهناك من يصنف هذه المواقع على أنها مجتمعات تحرير حر (Wiki) ويكي، لكن هذا النوع من المواقع لا يعتمد على معلومات مجردة بل أغلبها مقالات ورؤى ودراسات وبحوث أكاديمية تمت بجهد شخصي ممنهج.

ومن أمثلة مواقع النشر الإلكتروني موقع كنول (Knol) وهو اسم مقتبس من كلمة (Knowledge) أي المعرفة. وهو موقع تابع لشركة جوجل العالمية أطلق عام 2008 كواحد من بين التطبيقات الاجتماعية التي أطلقتها الشركة، يقوم فيه المستخدمون بنشر بحوثهم ودراساتهم وكل المعلومات التي يرون أنها مهمة لشريحة معينة من المستخدمين في مختلف المجالات (السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية، التكنولوجية، الصحة، الثقافة والعلوم وغيرها)، وتتيح هذه الخدمة فتح نقاشات وإضافة تعقيبات حول هذه المواضيع.

الويب 2.0 بوابة الإعلام الاجتماعي

صحافة المواطن:

ظهر مصطلح صحافة المواطن قبل ظهور الانترنت للإشارة إلى نوع مستحدث من الصحافة المكتوبة ظهر في السبعينات من القرن الفائت، من خلال تخصيص مساحات على صفحات الجرائد بصفة خاصة ووسائل الإعلام بصفة عامة لجمهور القراء والمتابعين للمشاركة وإبداء آرائهم، عن اهتماماتهم وميولاتهم نحو مختلف الموضوعات، ومع ظهور الانترنت وخاصة الجيل الثاني من الويب (Web 2.0) وإعلام الوسائط الجديدة (هناك إشكال في مصطلح "الإعلام الجديد" فالإعلام جديد في كل طور من أطوار التحول والتغير في التكنولوجيا المستعملة في ذلك، فالإعلام جديد مع ظهور الطباعة، وجديد كذلك عند ظهور الراديو، والتلفزيون...، لهذا فمصطلح الإعلام الجديد عليه بعض التحفظات فلا جدة في الاعلام إنما الجودة في الوسيلة أو التقنية أو ما تسمى بالقناة، أما لغويا فالأمر أسهل مما هو ظاهر فمصطلح (Media) يعنى به وسائل أو وسائط الإعلام وليس "إعلام" حيث أن الاعلام يقابله باللغة الانجليزية (Information) والتي تعني الإنباء والإخبار والنشر...لهذا فإن مصطلح (اعلام جديد) لا يعبر عن الظاهرة كتقنية وممارسة ومحتوى)، فان المصطلح قد

استعير ليبدل على ذلك المستخدم الذي يقوم بلعب دور فعال في جمع المعلومات وتحليلها ونشرها بطرق وقنوات حديثة (الانترنت خاصة) وهذا ما يجعل من الويب أكثر إنسانية وذلك لميزاته الفريدة.

أطلق دان غليمور و"كريس ويليس" (Chris Willis) and (Dan Gillmor) مع "شين بومان" (Shayne Bowman) تسمية صحافة المواطن (Citizen Journalisme) في تقريرهم السنوي سنة 2002 والذي حمل عنوان: (We Media: How audiences are shaping the future of news and information) (Shayne Bowman and Chris Willis، 2011، p03)، وهي معروفة كذلك بالصحافة التشاركية (Participatory Journalisme) وقد ناقش هذه التسمية "جي لاسيكا" (J.D.Lasica) في كتابات مختلفة، وبحسب "لاسيكا" فإن: "الصحافي المواطن يلعب دورا نشطا في عملية جمع وتحليل ونشر الأخبار" (عباس مصطفى صادق، 2008، ص 183).

ففي تعريف ل "شاين برومان" و"كريس ويليس" فإن صحافة المواطن هي: "نشاط للمواطنين يلعبون خلاله دورا حيا في عملية جمع وتحرير وتحليل الأخبار، وهذه المشاركة تتم بنية مد الوسائل الإعلامية بمعلومات دقيقة وموثوق بها ومستقلة تستجيب لمتطلبات الديمقراطية" (عباس مصطفى صادق، 2009، ص 34)، ومن هنا تظهر ماهية المواطن الإعلامي حيث أنه مصطلح يطلق على صحافة الجمهور (Public Journalisme) التي يقوم بها الناس العاديين، وهي تعمل على الاستفادة منهم بمن في ذلك الذين يعيشون على هامش المجتمع، وذلك للدخول في نشاط كان سابقا حكرا على المؤسسات الصحافية والصحافيين المحترفين، وهو ما أعلن عن انتقال جمهور وسائل الإعلام من التبعية إلى المشاركة.

الإعلام الاجتماعي (Social Media):

ويشير مفهوم إعلام المجتمع (Society Media) - الذي بدأ ينتشر على نطاق واسع- إلى ذلك المحتوى الإعلامي الذي يقوم أفراد المجتمع أو الجمهور بخلقه في الواقع وبننتاجه وبثه عبر الوسائل الاتصالية الشبكية المتمثلة في الانترنت بدرجة أولى، وساعد في انتشار هذا النوع من الإعلام انتشار تجهيزات تقنية مثل كاميرات الفيديو والكاميرات الرقمية والهواتف النقالة المتطورة، وكذا الجيل الثاني للويب، ولقد ساعد على ذلك أيضا انتشار المواقع الإلكترونية التي تسمح بإرفاق وبث هذا

النوع من المعلومات على الإنترنت، وأشهر هذه المواقع هي (يوتيوب، فليكر، مجتمعات الويكي...الخ)، حيث أنها حسب فريد كافازا (Frède Kavaza) (مستشار مستقل في شؤون الانترنت) "الإعلام الاجتماعي يشمل مجموعة من الخدمات التي تسعى إلى تطوير التحوار والتفاعلية الاجتماعية على شبكة الانترنت" (Agence wellcom, 2003, p6).

ويمكن اعتبار وسائل الإعلام الاجتماعية بأنها: "مجموعة من التطبيقات المعتمدة على الإنترنت التي تبنى على أسس أيديولوجية وتكنولوجية من الويب 2.0، تتيح تبادل المحتوى المقدم من المستخدمين" (Merzougui Houssein Eddine, 2010 – 2011، ص 65).

فمنذ بداية التسعينيات، كان ثمة عدد لا يكف عن التنامي أيضا من الناس الذين شرعوا بنشر مجلاتهم المدونة على شبكة الانترنت التي تدور حول شؤون حياتهم اليومية ومستجداتها، ما دفع بعض مطوري خدمات الانترنت إلى تصميم أدوات تمكن أي شخص من نشر نصوص على الخط مباشرة، وقد طورت هذه الظاهرة بسرعة مفرداتها ومصطلحاتها الفنية الخاصة بها، ومن بينها مصطلح (Web) ومصطلح (Social Media) أي الإعلام الاجتماعي... التي أصبحت إحدى أكثر الطرق الشائعة لوصف تشعبات هذه الاتجاهات (محمد لعقاب، 2009، ص 75-76).

ثورة العصر الميديولوجي الجديد:

تعتبر العصور الميديولوجية (الميديولوجيا) أو الإعلاميات مصطلحا جديدا استعمله ريجيس دوبريه (Régis Debray) في كتابه علم الإعلام العام، أي علم دراسة الوسائط المادية التي يتجسد عبرها الكلام، وقد قسم العصور الميديولوجية إلى ثلاثة عصور، عصر المجال الكلامي (logosphere)-عصر المجال الخطي (Graphosphere)-وعصر المجال التلفازي (Videosphere) وهو تصنيف لتطور وسائل الإعلام واستخداماتها عبر العصور والأزمنة منذ ظهور اللغة و الحرف إلى العصر الحديث، ويقول "جوال دي روزناني" (Joël de Rosnay) في كتابه

(Joël de Rosnay) *masses La Révolte du pronétariat, des mass media aux media des* (2006، ص 18.19، ص 2006) أن طبقة ثورية جديدة ستسيطر على المجال الإعلامي المعاصر، فبظهور الويب 2.0 لم تصبح الشركات الكبرى والمالكة للتقنية

ورؤوس الأموال هي المسيطرة على الفضاء المعلوماتي بكل مجالاته الإعلامية والثقافية والاقتصادية...، وهذا ما انجر عنه ميلاد طبقة جديدة سماها ب (البرونيتاريا) (Pronetariat) وهي تسمية مستوحاة من مصطلح (البروليتاريا) (Proletariat) مشتق من الكلمة اللاتينية (Proletarius) والتي تعني مواطن الطبقة الأخير، وهو مصطلح ظهر في البيان الشيوعي الذي كتبه كارل ماركس (Karl Marx) ويدل على طبقة العمال الذين لا يملكون سوى سواعدهم وعقولهم لتأمين عيشهم، والتي ستسيطر على وسائل الإنتاج بعد تحرير المجتمعات من الرأسمالية) وقد ظهر بظهور الفكر الشيوعي، وتتكون هذه الطبقة من مستخدمي الإنترنت وتطبيقاته الحديثة الذين يتميزون بمستوى ثقافي وتقني متميز يُمكنهم من التعامل مع هذه المنصات والتطبيقات الحديثة، كما أن هذه الطبقة (المستخدمون) تقوم بالاستفادة من الطابع الشبكي لهذا الفضاء والقدرة على تلقي وإنتاج وتوزيع وبيع المحتويات، حيث يرى العديد من الباحثين أن هذا التحول في عناصر العملية الإعلامية راجع لثلاث عوامل عامة:

- أزمة وسائل الإعلام التقليدية وانخفاض مستوى ثقة الجماهير في مصداقيتها.
 - التطور الحاصل في منظومة الويب التي ساعدت على إتاحة المواقع وأدوات التحرير بسهولة ويسر دون تكلفة.
 - تمرد الجمهور على التبعية والهيمنة التي كانت تمارسها وسائل الاعلام التقليدية، وأصبح متمسكا بحقه في تلقي المعلومة التي يريد متى يريد بالصيغة التي يريد، ولم يتوقف تمرده هنا فقد أصبح منتجا وناشرا ومسوقا للمعلومة.
- "وترتبط هذه العوامل ببعضها، لو ان التطور قد حدث على شبكة الويب وحدها في وجود المصدقية وضوابطها ما كان الجمهور قد لجأ إلى الشبكة، لأن وسائل الإعلام كانت ستستفيد من هذا التطور أيضا وينعكس بالتالي على جمهورها الذي يثق فيها وفي مصداقيتها ولم يكن ليتمردها عليها ويشكل الإعلام البديل وجماعته ويلجأ إلى وسائل أخرى للاحتفاظ بحقه في التعبير" (محمد عبد الحميد، 2009، ص13) والوصول الحر إلى المعلومة.

وفعلا، فإذا كان من حق الصحفي في السابق أن ينشر الأخبار والمعلومات ويعبر عن الآراء والمواقف، فإن تكنولوجيا المعلومات اليوم جعلت من كل مواطن صحفيا ينشر ما يشاء في الوقت الذي يشاء، كما أن المعارضة والممارسة السياسية لم تبق مثلما كانت عليه في الماضي.

وقد حول إنتاج المحتوى الرقمي المواقع الاجتماعية إلى "مصدر أساسي للمعلومات وأشرطة الفيديو وشهادات الناس، فلجأ المواطن الإعلامي إلى تصوير الأحداث على جواله أو كاميراته ومن ثم وضع أشرطة الفيديو على الشبكات الاجتماعية والمواقع المشابهة حتى باتت مؤسسات إعلامية كبرى مثل ال (سي.أن.أن) وال (بي.بي.سي نيوز)" (العرب أون لاين، 2015) والجزيرة تأخذ قدرا كبيرا من هذه المحتويات الموجودة على هذه الشبكات لعرضها على شاشاتها ونشرها على صفحات جرائدها.

موت حارس البوابة الإعلامية بعد موت المؤلف:

تمر الرسالة الإعلامية بمراحل عديدة في رحلتها من المصدر إلى المتلقي، سماها "لوين كورت" (Kurt Lewin) بالبوابات (Gates)، "وقال أن هذه البوابات تقوم بتنظيم كمية أو قدر من المعلومات التي ستمر من خلالها" (جهان أحمد رشقي، 1978، ص 473) هذه الرسائل - تقوم هذه النظرية على أن القائم بالاتصال مكلف بحراسة البوابات التي تمكن من نفاذ المعلومات والأخبار، فيقوم المهنيون أو حراس البوابة بمعالجة مواد ومحتويات إعلامية واتخاذ قرارات فتح وإغلاق البوابات لأهداف موضوعية مختلفة، حيث تؤثر على عملية اختيار وانتقاء المعلومات التي ستمر عبر البوابات مجموعة من المؤثرات المرتبطة بقيم وتقاليد المجتمع السائدة، وكذا المعايير الذاتية للقائم بالاتصال ومعايير مهنية متعلقة أساسا باتجاه وخط سير المؤسسة الاعلامية التي ينتهي اليها، وكذا توقعات الجمهور وردود أفعالهم اتجاه المحتويات النافذة، ويندرج هذا التصور ضمن الاتجاه الأحادي في نفاذ المعلومة.

لكن ومع ظهور الاعلام الاجتماعي عبر وسائط الاتصال الجماهيرية الحديثة تغير هذا التصور، وأضحى التفاعل حقيقيا وشخصيا وفي جميع الاتجاهات، وانتقال المعلومة لا يمر عبر بوابات الاعلام أحادي النفوذ، وذلك بإعطاء المستخدم الحق في توليد وإنتاج المعلومة والتصرف في قنوات نشرها التي أصبحت خارج سيطرة

المؤسسات الإعلامية التقليدية وحراس بواباتها، وهذا ما انجر عنه تعزيز سلطة المستخدم في إنتاج ونشر ونفوذ المعلومة وكسر حاجز السيطرة الإعلامية وتجريد حارس البوابة من سلطته، حيث يصبح الحارس أحيانا مجبرا على السماح للمعلومات بالنفوذ وهذا ما يجعل تفسير أي منع لنفوذ هذه المعلومات على أنه تعميم إعلامي، لأنه قد تم تسريها ونشرها عبر القنوات الجديدة للإعلام ذات المصادر المفتوحة.

المستخدم صانع للأجندة الاعلامية:

تفترض نظرية ترتيب الأجندة أو الأولويات الإعلامية أن القائمين على الوسائل الاعلامية يختارون بعض المواضيع التي يقومون بالتركيز عليها بشدة حيث تصبح أهم بكثير من مواضيع أخرى، وهذا ما يخلق صورة ذهنية زائفة حول الموضوع وأهميته، أما عبر وسائط الاعلام الجديدة تستمد المواضيع أهميتها من رحم المجتمع حيث يقوم الجمهور باختيارها أو فرضها على وسائل الاعلام كمواضيع أكثر أهمية.

أما عن التحول الحاصل في مجال صناعة الرسائل الإعلامية داخل الوسط الإعلامي الجديد فيقول الكاتب يوشاي بنكلر (Yochai Benkler) "إن التغيير الحاصل في الإعلام الرقمي وتبني الأفراد لثقافة المشاركة قد أثر في سلطة الإعلام وفي كيفية تقديم القضايا ومعالجتها" (نديم منصور، 2014، ص60)، يتبين من هذا أن مستخدمي المدونات والشبكات الاجتماعية ومختلف الوسائط الجديدة هم من يفرضون على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة أجندة المواضيع المهمة وكيفية التطرق إليها والمحتوى الذي يجدر تحليله وتفسيره والزوايا التي يعتبرونها أهم، ومن هذا انتقلت وظيفة ترتيب الأولويات من يد القائم بالاتصال في المؤسسة الإعلامية إلى يد القائمين بالاتصال الجدد، فتصبح نسبة استهلاك المواد والمحتويات الإعلامية أكبر لأن صانع هذه الاهتمامات هو نفسه المستهلك لها.

خلاصة

تعتبر خصائص ومميزات الجيل الثاني من الويب من أهم عوامل التحول الذي مس عناصر العملية الإعلامية (الاتصالية)، حيث أن مفاهيم الاتصال وقنواته أصبحت نفسها المخصصة للإعلام، وكذا التحول في أدوار طرفي العملية الاتصالية

وتبادلها خلال العملية الاعلامية، وهذا ما يجعلنا نطرح أسئلة حول مصداقية هذه العملية وكذا الاخلاقيات الضابطة لهذا النوع الجديد من الممارسة الاعلامية ومدى تأثيرها على الصورة الاعلامية عامة.

المراجع:

كتب:

باللغة العربية:

- فوزي شريطي مراد، التدوين الإلكتروني والإعلام الجديد، دار أسامة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2015، ص 128.
- عباس مصطفى صادق: الاعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق للنشر والتوزيع، 2008، ص 211.
- محمد لعقاب، تأثير الانترنت على العمل السياسي (أوباما نموذجاً)، منشورات دار الصباح، الطبعة الأولى، 2009، ص 75-76.
- محمد عبد الحميد: المدونات والإعلام الجديد، دار عالم الكتب، الطبعة الأولى، مصر، 2009، ص 13.
- جيهان أحمد رشتي، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، ط2، القاهرة، دار الفكر العربي، 1978، ص 473
- نديم منصور، سوسيولوجيا الانترنت، منتدى المعارف، سلسلة اجتماعيات عربية، الطبعة الأولى، بيروت، 2014، ص 60

باللغات الاجنبية:

- Mew, Lionel Q. L. Online Social Networking: a task-person technology fit perspective / directed by William H. Money; School of Business, George Washington University, 2009. 295 p. PhD. Dissertation.
- Shayne Bowman and Chris Willis ; We Media: How audiences are shaping the future of news and information, Edited by J.D. Lasica, senior editor Online Journalism Review , Sep 21-2011, p03.

- Agence wellcom ; Tout ce que vous avez toujours voulu savoir sur les médias sociaux sans jamais oser le demander ; 8 rue Fourcroy - 75017 Paris .p6
- Merzougui Housseem Eddine, Social Media & The War on GAZA, Faculty of Law and Political Science, El Hadj Lakhdar University - Batna - 2010 – 2011,
- Joël de Rosnay ; **La Révolte du pronétariat, des mass media aux media des masses**, Éditions Fayard, collection Transversales, 2006.

مجلات:

- محمد أمين عبوب: صحافة المواطن: من متلقي الى منتج للمضامين الإعلامية. مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الاوسط، عدد 08، سبتمبر 2015، ص ص 220، 221
- الصادق رابح: المدونات والوسائط الاعلامية، بحث في الوصل والفصل، ابحات المؤتمر الدولي: تكنولوجيا جديدة...لعالم جديد، جامعة البحرين 7-9 ابريل 2009، منشورات جامعة البحرين، 2009، ص 442
- رضا عبد الواحد أمين: استخدامات الشباب الجامعي لموقع يوتيوب على شبكة الإنترنت، أبحاث المؤتمر الدولي الإعلام الجديد : تكنولوجيا جديدة ..لعالم جديد جامعة البحرين 7-9 ابريل 2009، ص 520
- عباس مصطفى صادق: مصادر التنظير وبناء المفاهيم حول الإعلام الجديد، من فانفر بوش إلى نيكولاس نيغروبونتي، أبحاث المؤتمر الدولي الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة...العالم جديد، جامعة البحرين 7-9 ابريل 2009، ص 34 .

مذكرات:

- عبد الكريم تفرقنيت، المدونات الالكترونية الجزائرية: دراسة وصفية لعينة من المدونات السياسية المكتوبة بالعربية، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة الجزائر 03. 2011-2012، ص 96

التقارير والورش:

- الابداع في الصحف، التقرير الدولي العالمي 2011.2012، مؤسسة اينوفايشان الدولية للاستشارات الاعلامية، مصر، 2012، ص 150.
- محمود عبد الستار خليفة: ورشة عمل خدمات المعلومات في البيئة الرقمية: ويب 2.0 ، مكتبات 2.0 ، مسقط: جمعية المكتبات العمانية. 2008. (ورشة عمل نفذها الباحث في سلطنة عمان 24-25 أكتوبر 2008)

مواقع:

- شيماء إسماعيل عباس إسماعيل، المدونات المصرية على الشبكة العنكبوتية العالمية مصدرا للمعلومات مع إشارة خاصة لمدونات المكتبات ومدونات المكتبيين، (cybrarians journal)

- ع 13، يونيو 2007 <http://www.cybrarians.info/journal/no13/blogs.htm> ، (2016/06/07).
- عبد القادر سعيد، المدونات الثورة الإعلامية الجديدة، موقع الشهاب، (26-04-15) »http://www.chihab.net/modules.php?name=News&new_topic=11
- محمد سعيد احجيج: أقل بقليل من مدونة، " <http://www.mshjiouij.com/blog/archives/167> ، (2016/03/24).
- العرب أون لاين، السلطة الخامسة. الفيس بوك يلغي أدوار الوسائط التقليدية، موقع أخبار العالم، «http://www.akhbaralaalam.net/news_detail.php?id=30267»، (2015/04/12).
- Blaine School District; **Web 1.0 VS Web 2.0** «<http://www.blaine.k12.wa.us/CTE/LEADERSHIP/Web%2012.html>»، (2016/06/27).
- Leonard, A. You are who you know, Salon.com Technology, 2004, «http://www.salon.com/technology/feature/2004/06/15/social_software_one»، (15-04-26).