



رابطة العالم الإسلامي

الأمانة العامة

الإدارة العامة للمؤتمرات والمنظمات

الإعلام الجديد خصائصه وأنماطه ودوره

إعداد

المهندس سامي بن عمر الحصين

مؤسس مكتبة المورد للنشر الإلكتروني - الرياض

مقدم إلى

مؤتمر مكة المكرمة السادس عشر

الشباب المرسلين والإعلام الجديد

الذي تنظمه

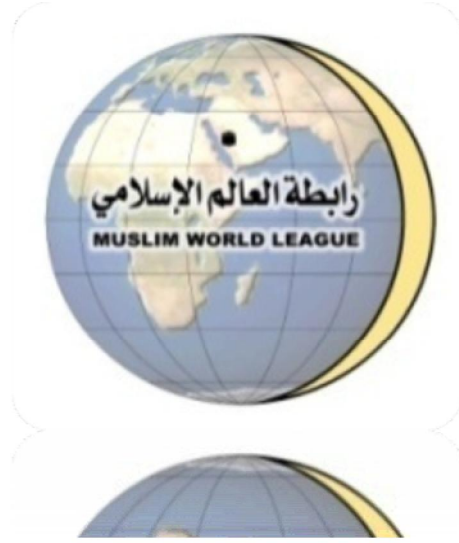
رابطة العالم الإسلامي

تحت رعاية خادم الحرمين الشريفين

الملك سلمان بن عبد العزيز آل سعود

مكة المكرمة

٣ - ٤ / ذو الحجة / ١٤٣٦ هـ ، الموافق ١٦ - ١٧ / سبتمبر / ٢٠١٥ م



رابطة العالم الإسلامي

مكة المكرمة - المملكة العربية السعودية

صندوق البريد (٥٣٧) أو (٥٣٨) مكة المكرمة (٢١٩٥٥)

هاتف: ٠٠٩٦٦١٢٥٦٠٠٩١٩ - الفاكس: ٥٦٠١٣١٩ - ٥٦٠١٢٦٧

برقياً: رابطة - مكة، تليكس: ٥٤٠٠٠٩ و ٥٤٠٣٩٠

www.themwl.org

البريد الإلكتروني للإدارة العامة للمؤتمرات والمنظمات

conferences@themwl.org

واتس أب: (٠٠٩٦٦٥٠٣٣٩٦٣٢٠)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

مقدمة

أدى تطور التقنية ودخولها في تفاصيل حياتنا اليومية؛ إلى تغيرات جذرية ليس على صعيد تعاملنا مع التقنية وأجهزته وأسلوب حصولنا على الخدمات وحسب؛ بل على مستوى اكتسابنا للعلوم والعناية بالصحة وأسلوب تعاملنا وتواصلنا مع بعضنا، فأصبح تواجد الشخص في الشبكات الاجتماعية من المؤهلات التي تدعم حصوله على وظيفة أو تؤدي إلى حرمانه منها، بل وأصبحت من الوسائل المعتمدة في تحديد الارتباط بشريك العمر.

وعلى صعيد الإعلام تحديداً؛ لم تكتف التقنية بتغيير الوسائل، فاستبدلت المطابع بالمواقع الإلكترونية، والأثير بالبودكاست Podcast، والساوند كلاود Sound Cloud والأقمار الصناعية باليوتيوب YouTube وفيمو Vemo، بل تجاوزتها إلى تغيير بيئة العمل وطبيعة العاملين فيه، فاستبدلت الإعلامي الموظف بالمواطن الصحفي، واستبدلت أجهزة الراديو والتلفاز بالأجهزة المحمولة، هذه التغيرات أحالت الإعلام التقليدي من صانع للخبر وموجه للرأي؛ إلى منصات لنشر ما ينتجه المواطن الصحفي والتفاعل مع ما تقوده الشبكات الاجتماعية.

هذا التغير الكبير في الوسائل والانتشار؛ أدى إلى تمكينها من إحداث تأثيرات كبيرة في المجتمعات، تستطيع من خلالها توجيه الرأي العام لنشر ثقافة أو ترويح فكرة أو سلعة، ليس على المستويين المحلي والعالمي، كالمساعدة في إيجاد شخص مفقود، وإقناع (سناب شات) لإطلاق حملة للتعريف بمكة المكرمة في ليلة ٢٧ من رمضان، وإقالة الوزراء، وخلع الحكام، وقرارات الأمم

المتحدة والاتحاد الأوروبي باستضافة اللاجئين، وقرارات مجلس الأمن لإيقاف الهجوم على غزة.

في الورقة نستعرض تعريف الإعلام الجديد عموماً؛ والإعلام الاجتماعي والرقمي محل البحث، ونتطرق لنوعيه العام والخاص، والخصائص التي مكنته من تحقيق هذا الأثر الكبير، ونستعرض آلية توظيفه وقياس الأثر، ومقترحات لتوظيفه لخدمة البشرية في جوانب إيجابية.

تعريف الإعلام الجديد:

يعرّفه قاموس أوكسفورد^(١) بأنه: «وسائل الاتصال الجماهيري التي تستخدم التقنيات الرقمية مثل الإنترنت».

ويعرّفه قاموس كامبريدج^(٢) بأنه: «المنتجات والخدمات التي توفر المعلومات أو الترفيه باستخدام أجهزة الكمبيوتر أو الإنترنت، وليس عن طريق الوسائل التقليدية مثل التلفاز والصحف».

أما موسوعة ويكيبيديا^(٣) الإنجليزية فتعرّفه بأنه: «المحتوى المتاح حسب الطلب on-demand من خلال شبكة الإنترنت، بحيث يمكن الوصول إليه من خلال أي جهاز رقمي، وتتضمن عادةً تفاعل المستخدم ومشاركاته الإبداعية»، ومن الأمثلة الشائعة على وسائل الإعلام الجديدة: المواقع الإلكترونية؛ كالصحف على الإنترنت، المدونات، الويكي wiki، ووسائل الإعلام الاجتماعي، وتتميز وسائل الإعلام الجديد بخاصية الحوار، وهي تمكّن الناس

(1) <http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/new-media>

(2) <http://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/new-media>

(3) https://en.wikipedia.org/wiki/New_media

في جميع أنحاء العالم من المشاركة في المواضيع ومناقشتها والتعليق عليها، وبعكس التقنيات السابقة؛ يقوم الإعلام الجديد على وجود مجتمع تفاعلي ومشاركته الفاعلة.

بينما تعرّفه موسوعة ويكيبيديا العربية بأنه: «مصطلح حديث يتضاد مع الإعلام التقليدي، كون الإعلام الجديد لم يعد فيه نخبة متحكمة أو قادة إعلاميون، بل أصبح متاحاً لجميع شرائح المجتمع وأفراده الدخول فيه واستخدامه والاستفادة منه طالما تمكنوا منه وأجادوا أدواته».

وتعرّفه موسوعة ويبيديا^(١) بأنه: «مصطلح عام لكثير من أشكال الاتصالات الإلكترونية المختلفة التي أصبحت ممكنة من خلال استخدام تقنيات الحوسبة، ومصطلح «الجديد» مصطلح نسبي ليميزه عن وسائل الإعلام «القديمة»، كالصحف والمجلات المطبوعة التي هي تمثيل ثابت باستخدام النص والرسومات».

فمع الاختلافات الطفيفة في التعريفات؛ إلا أنها تجتمع في كون الإعلام الجديد يعتمد على التقنية الرقمية، وتتسم بالتفاعلية والجماهيرية، ولذا نجد للإعلام الجديد مرادفات تبين هذه الخصائص المميزة له، ومنها:

- ١- الإعلام الرقمي.
- ٢- الإعلام الاجتماعي.
- ٣- الإعلام التفاعلي.

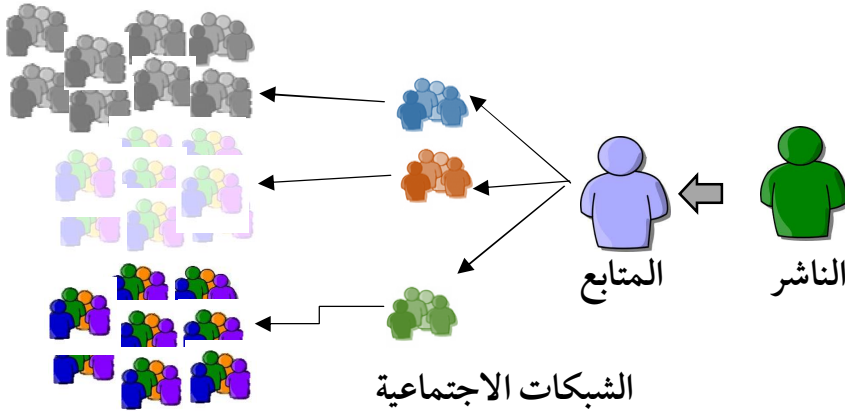
(1) http://www.webopedia.com/TERM/N/new_media.html

وحيث إن مصطلح الإعلام الجديد واسع يشمل كل ما هو جديد، فالبعض يرجعها لظهور الأسطوانات المدمجة، أو لزمان ظهور البرقيات، وسنركز في هذه الورقة على الإعلام الرقمي أو الإعلام الاجتماعي، وهي ما يقصد حالياً بالإعلام الجديد.

خصائص الإعلام الجديد:

يتميز الإعلام الجديد بخصائص تميزه عن نظيره التقليدي، وما يذكر هنا هو في حال فصل الإعلام التقليدي عن الإعلام الاجتماعي، مع ملاحظة أن الإعلام التقليدي أصبح يستخدم الإعلام الاجتماعي لسد النقص واكتساب الخصائص التي ينفرد بها الإعلام الاجتماعي، ومنها:

١- المشاركة والانتشار: وهي أقوى خصائص الإعلام الاجتماعي، فكل فرد أصبح إمبراطورية إعلامية بذاته، تكبر وتصغر حسب عدد وسائل الإعلام الجديد التي يستخدمها، وسهولة المشاركة في الإعلام الجديد أتاحت مشاركة كل من يرغب في نشر الخبر؛ دون الحاجة لاتفاقيات استخدام المحتوى التي تتم بين القنوات الإعلامية، كما تتيح وسائل الإعلام الرقمي تخزين المحتوى مباشرة ومن ثم مشاركته عبر قنوات أخرى سواء كانت رسائل قصيرة أو واتس أب أو غيرها.



٢- التفاعلية: يعكس الإعلام التقليدي حيث يكون التواصل من طرف واحد كالصحف والتلفاز، فإن الإعلام الاجتماعي يوفر التواصل في الاتجاهين، مما يمنح المشارك الشعور بأنه جزء من صناعة الخبر، فيزيد احترامه لمقدم الخبر فرداً كان أو منظومة، ويتيح الإجابة عن أسئلة المتلقي لحظياً؛ مما يزيل ما قد يكون لديه من لبس ويمنح فهماً أكبر فيضاعف التأثير ويمهد للولاء.

٣- اللاتزامنية: بينما يشترط الإعلام التقليدي التواجد حيث نشر المعلومة سواء كان لحظياً في حال التلفاز أو خلال يوم من نشره في حال الصحف؛ فإن الإعلام الاجتماعي يمكّنك من الاطلاع على الخبر ساعة تشاء، ويمكنك توظيف تقنيات لتزويدك بالخبر لحظياً حسب أدوات تستخدمها، كمن يختار متابعة أشخاص بعينهم أو متابعة موضوع معين.

٤- نطاق التغطية: حيث إن ما يُنشر فيها بطبيعته؛ ينتشر عالمياً ويؤثر ويتأثر به، فحين جرت أحداث في إيران؛ وجهت الحكومة الأمريكية شركة تويتر بالتأكد من عدم توقف الخدمة للصيانة لاستمرار الاطلاع على مجريات الأحداث.

٥- تعدد الوسائط واتحادهما: في الإعلام الرقمي؛ تعدد الوسائط وتتحد في نقل المعلومة من الصورة والصوت والنص والفيديو، فلم يعد معنى للمسميات التقليدية من صحيفة أو إذاعة أو قناة تلفزيونية، بل هي وسيلة إعلام توظف جميع الوسائل الممكنة، فقناة البي بي سي البريطانية تستخدم (واتس أب) للتواصل مع الجمهور.

وسائل الإعلام الجديد:

تتعدد وسائل الإعلام الجديد وتنمو بشكل مستمر عاماً بعد عام، مدفوعة بانتشار تقنيات الهواتف الذكية، وتطور الشبكات الاجتماعية لتلبية الاحتياجات المختلفة، ففي حين تشتهر الشبكات الاجتماعية العامة؛ نجد شبكات متخصصة لدول معينة مثل:

- شبكات مخصصة لدول معينة: مثل شبكة (بيب) المخصصة للمجتمع النرويجي؛ وتتطلب رقم هاتف في النرويج للاشتراك فيها.
- شبكات مخصصة لأعراق معينة: مثل شبكة «الكوكب الأسود» مخصصة لأعراق معينة؛ مثل الخاصة بالأمريكيين من أصول أفريقية، ويبلغ عدد مستخدميها ٢٠ مليوناً.
- شبكات مخصصة لشريحة معينة: مثل شبكة «عالم صغير» المخصصة للأثرياء الأوروبيين الذين يحبون السفر.

تجاوز عدد المشتركين في الشبكات الاجتماعية ١, ٢ ملياراً؛ مما يعني أن قرابة ثلث سكان العالم مشتركون في شبكة اجتماعية أو أكثر.



رسم بياني ١: إحصائية عدد مستخدمي الإنترنت والشبكات الاجتماعية حول العالم

ويمكن تقسيم أدوات الإعلام الجديد إلى تصنيفات مختلفة؛ فيمكن تصنيفها حسب الشريحة التي نتواصل معها، فمنها ما هو:

١- شخصي: يُستخدم للتواصل مع الأهل والأصدقاء من خلال هاتفك المحمول، بالرسائل القصيرة والواتساب، وهذا النوع من أكثرها تأثيراً، للثقة الموجودة بين الأشخاص الموجودين لروابطهم القريبة ومعرفتهم لبعضهم البعض على المستوى الشخصي، ويزداد انتشار هذا النوع في الدول التي تولي اهتماماً للروابط العائلية مثل البلاد العربية والإسلامية.

٢- مرتبط بالعمل: يستخدم في التواصل داخل منشأة معينة؛ حكومية كانت أو خاصة، مثل برامج Yammer وجايف Jive وغيرها، وتخدم في تقوية الأواصر داخل المنشأة وخلق جوٍّ أسري، وتحفُّزٍ على ابتكار

الحلول الجديدة لتطوير المنشأة، وتساعد القيادة العليا في اكتشاف الكفاءات، وتزداد أهمية هذا النوع كلما كبرت الشركة وتعددت فروعها في بلد واحد أو عدة دول.

٣- العامة: ما يُستخدم للتواصل مع عموم البشرية في أنحاء العالم؛ مثل فيسبوك وتويتر وغيرها.

ويمكن أيضاً تقسيمها بحسب التقنية التي تستخدمها، مثل:

١- المدونات: تُستخدم كمواقع شخصية ينشر فيها صاحب الموقع نتاجه الفكري والأدبي، وقد تكون مدونات مطولة مثل ووردبرس وتمبلر، وقد تكون مدونات مختصرة مثل تويتر.

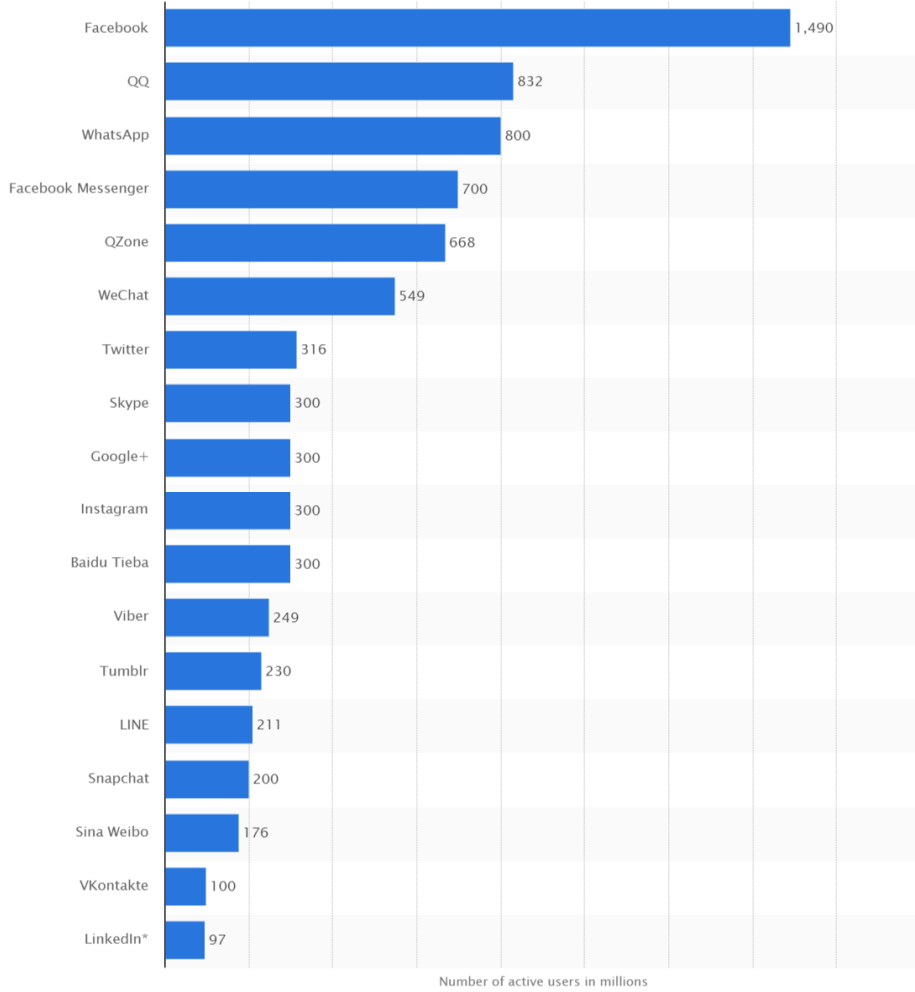
٢- شبكات التواصل الاجتماعي ومنها ما يكون عاماً مثل الفيسبوك، ومنها ما يكون متخصصاً مثل لينكد إن.

٣- شبكات التصوير: تكون وسيلة التعبير فيها: الصورة؛ مثل أنستغرام التي استحوذت عليها شركة فيسبوك بقيمة مليار دولار، وتقدر قيمتها حالياً بـ ٣٥ مليار دولار، وفليكر من شركة ياهو، وبيكاسا من شركة جوجل، وبنترست Pintrest.

٤- شبكات الفيديو: وأشهرها: يوتيوب التي استحوذت عليها شركة قوقل بقيمة ٦, ١ مليار دولار، وتقدر قيمتها حالياً بـ 45 مليار دولار، وشبكة سناب شات التي تعتبر مع بنترست من أسرع الشبكات الاجتماعية نمواً.

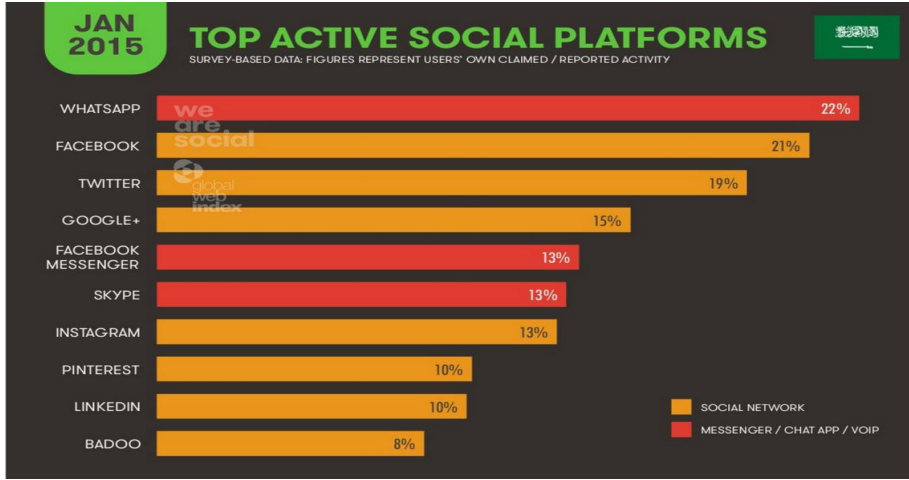
٥- شبكات الأخبار الاجتماعية: والتي يغذيها زوارها بروابط الأخبار التي يرون أهميتها وتغنيتك عن المواقع الإخبارية، حيث يشرح لك الجمهور الأخبار الأكثر أهمية، ومن أشهرها: موقع قرأته Reddit، وموقع NowPublic وغيرها.

٦- شبكات المشاركة المعرفية: يجتمع فيها المشاركون لتبادل المعرفة العلمية والإجابة عن أسئلة بعضهم البعض المتقدمة نوعاً ما، وتتميز بوجود العلماء والمبرزين، ومن أشهرها: موقع كورا Qoura، وموقع بارليو Parleo.



رسم بياني ١: إحصائيات أكبر الشبكات الاجتماعية من حيث عدد المستخدمين

يبين (الرسم بياني ١) قائمةً بأهم الشبكات الاجتماعية وأعداد المشتركين في أشهرها، بإحصائية شهر أغسطس من عام ٢٠١٥^(١)، ويلاحظ أن عدد المشتركين في بعض هذه الشبكات الاجتماعية؛ يجعلها كأضخم دولة في العالم، بل تتجاوز أحياناً أعداد الشبكات في قارة كاملة، من هنا يتضح الأثر الكبير لهذه الشبكات الاجتماعية والذي لا يحصل عليه مستخدموها بل مؤسسها ممن يملكون وصولاً لجميع المشتركين، بل وتحليل بياناتهم وتفاعلهم مع الآخرين. بينما يبين (الرسم البياني ٢)^(٢) أن هذا التوزيع يختلف من بلد لآخر؛ فبينما تسيطر شبكات التواصل العامة في العالم، نجد أن شبكات التواصل الخاصة هي الأكثر انتشاراً في بلدان معينة - كالمملكة العربية السعودية - والذي يساعد في تحليل الحياة المجتمعية واختلافاتها بين الشعوب.



رسم بياني ٢: أكثر الشبكات انتشاراً في المملكة العربية السعودية

(1) <http://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>

(2) <http://wearesocial.net/blog/2015/01/digital-social-mobile-worldwide-2015/>

التغيرات التي أحدثها الإعلام الجديد على التقليدي:

لا يقتصر أثر الإعلام الجديد أو الإعلام الاجتماعي أو الإعلام الرقمي على تقديم وسائل جديدة، بل بما أحدثه في الإعلام من ثورة.

١- قنوات التوزيع: من المكتبات إلى هاتفك الجوال، فصحيفة النيويورك تايمز لم يعد أحد بحاجة للذهاب إلى المكتبة لشرائها ولا للاشتراك فيها لتصل إلى منزله؛ بل ولا يحتاج أحدٌ لجهاز حاسب للاطلاع عليها؛ فيكفيه هاتفه الذكي.

٢- تعريف الوسائل: في السابق كانت هناك صحيفة وإذاعة وتلفاز، والآن تكفي زيارة موقع لصحيفة تستخدم البودكاست أو الساوند كلاود ليكون لها إذاعتها الرقمية، وتستخدم اليوتيوب والفيمو ليكون لها قنواتها التلفزيونية الرقمية، وكذا بالنسبة للقنوات الفضائية التي أصبحت تنشر موادها المرئية بصيغة الفيديو على يوتيوب أو صوتياً على بودكاست أو تفرغها نصاً، بل أصبحت القنوات الفضائية تستكتب كُتَّاب الصحف للكتابة على موقعها الرقمي.

٣- الإعلاميون: لم يقتصر تأثير الإعلام الجديد على الوسائل وقنوات التوزيع؛ بل طال الموارد البشرية للعمل الإعلامي ليستبدل الصحفي الموظف بالمواطن الصحفي، فأصبح كل مواطن في مكان الحدث يملك جهازاً ذكياً؛ مراسلاً لتلك القناة أو تلك، سواء كانت تتبع إمبراطورية إعلامية أو منصةً من منصات التواصل الاجتماعي.

تأثير الإعلام الاجتماعي في المجتمع:

تثار أسئلة كثيرة حول الأثر الاجتماعي للاستخدام واسع النطاق لمواقع الشبكات الاجتماعية مثل: الفيسبوك، لينكد إن، ماي سبيس، تويتر، وغيرها: هل تؤدي هذه التقنيات إلى عزل الناس وقطع أو اصر العلاقات بينهم؟ أم أن هناك فوائد من ارتباط البشر بعضهم البعض بهذه الطريقة؟ وقد قام مركز أبحاث ييو إنترنت ومشروع الحياة الأمريكية؛ بدراسة^(١) شاملة تستكشف فيها الشبكات الاجتماعية وكيف يؤثر استخدامها على الثقة والتسامح، والدعم الاجتماعي، والمجتمع، والمشاركة السياسية حيثما كان ذلك ممكنا، وسعت الدراسة لبيان ما إذا كان التغيير في السلوكيات والمواقف الاجتماعية للناس مرتبطاً باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، أو بخصائص ديموغرافية أخرى ذات صلة، مثل العمر والجنس والطبقة الاجتماعية، وخلصت الدراسة إلى نتائج ترسم صورة غنية ومعقدة للدور الذي تلعبه التقنية الرقمية في عالمنا وحياتنا الاجتماعية، ومنها:

- أن مستخدمي الفيسبوك أكثر ثقة بالناس وبعضهم البعض.
- أن مستخدمي الفيسبوك تربطهم علاقات قوية.
- أن مستخدمي الفيسبوك يدعمون بعضهم البعض اجتماعياً سواء بالنصيحة أو تكوين علاقة صداقة أو حتى عيادتهم عندما يكونون مرضى، كما تساعد في إيجاد الوظائف الخالية.
- أن الفيسبوك يعيد إحياء العلاقات القديمة من الطفولة أو الدراسة.
- أن الشبكات الاجتماعية تقوي الروابط الاجتماعية.

(1) <http://www.pewinternet.org/2011/06/16/social-networking-sites-and-our-lives/>

ولا تختلف هذه النتائج كثيراً عما أظهره تقرير «الإعلام الاجتماعي العربي» لعام ٢٠١٥، وفيه:

- ٨١٪ يعتقدون أن الشبكات الاجتماعية أتاحت لهم التواصل بشكل أسهل.
- ٧٩٪ يعتقدون أن الشبكات الاجتماعية غيرت العالم عما كان عليه.
- ٧٠٪ يعتقدون أن الشبكات الاجتماعية قربت الناس بعضهم ببعض؛ عكس السائد لدى الناس.
- ٦٦٪ يعتقدون أن الشبكات الاجتماعية تشجع الناس على أن يكونوا أكثر إبداعاً في طرح أفكارهم ومناقشتها.
- ٦٣٪ يعتقدون أن للشبكات الاجتماعية أثراً كبيراً في تغيير حياتهم.
- ٦١٪ يعتقدون أن للشبكات الاجتماعية أثراً إيجابياً في المجتمعات.
- ٥٧٪ يعتقدون أن الشبكات الاجتماعية جعلتهم أكثر سعادة.
- ٤١٪ يعتقدون أن الشبكات الاجتماعية تساعد في المحافظة على العادات والثقافات.

ولا يقتصر التأثير على الجانب الاجتماعي؛ بل يتجاوزه للجانب الاقتصادي؛ وبيانه كما يلي:

- ٦٢٪ يعتقدون أن استخدام الشبكات الاجتماعية سهّل عليها إيجاد فرصة وظيفية.
- ٦٦٪ يعتقدون أن للشبكات الاجتماعية تأثيراً كبيراً على نجاح الشركات
- ٥٢٪ يعتقدون أن الشبكات الاجتماعية قناة فاعلة للتواصل بين الحكومات والشعوب.

Social media have made it easier for people to connect with each other **81%**

Social media have changed the world as we know it **79%**

Social media bring people closer together **70%**

I am keen on following up with the latest news on social media **67%**

Social media encourage people to be creative and innovative in presenting and discussing their ideas **66%**

Social media have a big impact on the success of companies **66%**

Social media has had a life changing impact on my life **63%**

It is easier to find a suitable job when using social media than when using traditional means (advertisements, recruitment agencies, etc.) **62%**

Social media have a positive impact on the society **61%**

I believe that many social media websites are relevant to me **58%**

Social media has made me a happier person **57%**

Having a profile on one or more social media websites is a necessity these days **57%**

Social media form a great channel of communication between the government and the people **52%**

I trust social media **44%**

Social media help in preserving our traditions and habits **41%**

الخلاصة:

مع تحول الإعلام من التقليدي إلى الاجتماعي الرقمي؛ أصبح تأثير التقنية والشبكات الاجتماعية عظيماً، ولا يقتصر هذا التأثير على الترفيه، بل يمتد لغير المجتمعات والأفكار من خلال تكوين علاقات قوية، تنشأ من خلالها أواصر قوية وولاءات يصبح معها التغيير والتأثير ممكناً؛ سواء كان هذا التغيير إيجابياً أو سلبياً.

هذا التأثير الكبير أدى إلى إقبال البشر بشكل متزايد ليصبح مستخدموها يمثلون ثلث سكان العالم؛ بنسبة نمو بلغت ٢١٪ في العام الماضي، مما سيضاعف تأثيرها وانتشارها مدعوماً بظهور شبكات اجتماعية جديدة بشكل مستمر لتلبية احتياجات شرائح مختلفة من المجتمع، وادراك تأثيرها الكبير؛ ولقيمة المعلومات المتوفرة فيها، وبتيح تحليلها التعرف على طبيعة المجتمعات واحتياجاتها وتوجهاتها في الدول المختلفة للتنافس على إنشاء شبكاتها الاجتماعية المختلفة مثل الهند والصين وروسيا وغيرها.

وعلى عكس ما يتصور الكثير من أن الشبكات الاجتماعية تؤدي إلى تفكيك أواصر الترابط المجتمعي وتغيير العادات والتقاليد؛ بينت الدراسات أن الشبكات الاجتماعية كانت عاملاً إيجابياً في هذا الجانب، بل إنها أحياناً تذكى الجانب العصبي.

إن دائرة الاستفادة من الشبكات الاجتماعية وتفعيل فوائدها الإيجابية؛ من شأنه أن يخدم المجتمعات والدول، ويمكن الوصول إليه من خلال تطبيق نموذج مبسط يقوم على ما يلي:

- ١- الشفافية ابتداءً في نشر المعلومة للمجتمع؛ ودرء الشائعات وإثراء المجتمع بالعلم والمعلومة الصحيحة.
- ٢- الاستماع لأفكار المجتمع؛ والتي لا تخلو من الإبداع والتميز، وهو توظيف للعقل الجمعي لمئات الملايين من البشر الذين لا يخلون من صاحب تجربة سابقة أو رأيٍ ثاقب.
- ٣- تحليل تلك الآراء المرسلة أو المتداولة في تلك الشبكات الاجتماعية الصريحة والضمنية، للوصول إلى الحل المناسب.
- ٤- تطبيق الحلول مما يؤدي إلى تفعيل المجتمع وإسهامه فيها وبناء حياة أفضل له وللأجيال القادمة.

