



INSTITUTE FOR DEVELOPMENT OF FREEDOM OF INFORMATION



Policy, Advocacy, and Civil Society Development in Georgia (G-PAC)

საჯარო პოლიტიკის, ადვოკატირებისა და სამოქალაქო საზოგადოების განვითარება საქართველოში

საჯარო დაწესებულებების Facebook გვერდების იანვარ - აპრილის მონიტორინგის შედეგები

კვლევა მომზადდა პროექტის - „ელექტრონული ჩართულობის განვითარება საქართველოში“ - ფარგლებში.

პროექტს ახორციელებს „ინფორმაციის თავისუფლების განვითარების ინსტიტუტი“ (IDFI), „პოსტსაბჭოთა კვლევების ცენტრთან“ (CPSS) ერთად, აღმოსავლეთ-დასავლეთის მართვის ინსტიტუტის (EWMI) პროგრამის - „საქართველოში საჯარო პოლიტიკის, ადვოკატირებისა და სამოქალაქო საზოგადოების განვითარების“ (G-PAC) - ფარგლებში. ამ პროგრამის განხორციელება შესაძლებელი გახდა ამერიკელი ხალხის გულისხმიერი მხარდაჭერის შედეგად, ამერიკის შეერთებული შტატების საერთაშორისო განვითარების სააგენტოს (USAID) დაფინანსებით. კვლევა არ გამოხატავს USAID-ის ან ამერიკის შეერთებული შტატების მთავრობის შეხედულებებს.

ავტორები: სალომე ჩუხუა
თამარ თოლორდავა
მარიკა კეჭაყმაძე

რედაქტორი: ლევან ავალიშვილი

შესავალი

ბოლო ათწლეულის განმავლობაში ინტერნეტის მეშვეობით დამკვიდრდა მოქალაქესა და სახელმწიფოს შორის ურთიერთობის ახალი ფორმა. კომპიუტერული ტექნოლოგიების განვითარებამ გაამარტივა კომუნიკაცია არამარტო კონკრეტულ უწყებებთან, არამედ გაზარდა მთავრობის ანგარიშვალდებულება, გამჭვირვალობა და ღიაობა. თუკი წლების წინ მოქალაქეს მხოლოდ უამრავი ბიუროკრატიული პროცედურის შემდეგ შეეძლო მთავრობისთვის ხმა მიეწვდინა, დღესდღეისობით საკმარისია, ინტერნეტზე მიუწვდებოდეს ხელი და შეძლებს, მისთვის სასურველი ინფორმაცია უწყების ვებ-გვერდზე მოიძიოს, მისთვის საინტერესო კითხვა საიტზე განთავსებული შეტყობინების ფორმის მეშვეობით გაგზავნოს ან საჯარო დაწესებულებას დაუკავშირდეს ოფიციალურ Facebook გვერდზე.

Facebook-ის მნიშვნელობა და როლი თანამედროვე მსოფლიოში სულ უფრო მეტად თვალსაჩინო ხდება. აღსანიშნავია ამ სოციალური ქსელის როლი ე.წ. არაბული გაზაფხულის მოვლენების განვითარებისას. Facebook-ით ნებისმიერი სახის ინფორმაციის გავრცელება შესაძლებელი სწრაფად, თანაც უსასყიდლოდ, ამიტომ მისი როლი ქართული საზოგადოების ცხოვრებაში ძალიან დიდია. ვებგვერდის - www.quintly.com მიხედვით დღესდღეისობით საქართველოში 1,051,000 Facebook მომხმარებელი ფიქსირდება. ბოლო ერთი წლის მანძილზე კი ამ სოციალურ ქსელს დაემატა 271,020 მომხმარებელი საქართველოდან.¹ თუკი იმასაც გავითვალისწინებთ, რომ გვერდის www.opennet.net მიხედვით, ინტერნეტზე წვდომა მთელი მოსახლეობის 30.5%-ს აქვს,² აღმოჩნდება, რომ მათი უმეტესობა Facebook-ის მომხმარებელიცაა. ეს კიდევ ერთხელ მიანიშნებს ამ ქსელის მნიშვნელობაზე. საკმაოდ დიდ როლს თამაშობს Facebook-ი ქართულ პოლიტიკურ ცხოვრებაშიც. სოციალური ქსელით ბრძოლა პარტიებსა და პოლიტიკურ ლიდერებს შორის, უკვე დამკვიდრებული ტენდენციაა. თუკი იმასაც გავითვალისწინებთ, რომ სამთავრობო უწყებების უმრავლესობამ მასობრივად გააუქმა Twitter ანგარიშები, Facebook-ს როლი და მისია ორმაგად გაიზარდა.

Facebook-ის ამგვარი პოპულარობის ფონზე ინფორმაციის თავისუფლების განვითარების ინსტიტუტმა 2012 წლის 1 ივნისს დაიწყო პროექტი „ელექტრონული ჩართულობის განვითარება საქართველოში“, რომლის ფარგლებშიც ჩატარდა სამთავრობო უწყებების

¹ <http://www.quintly.com/facebook-country-statistics?period=1year>

² <https://opennet.net/research/profiles/georgia>

ვებ-გვერდებისა და ოფიციალური Facebook გვერდების მონიტორინგი, მომზადდა რამდენიმე კვლევა, ვიდეო, შემუშავდა რეკომენდაციების პაკეტი და ჩატარდა გამოკითხვები. პროექტის დასაწყისი -- 1 ივნისი - 31 აგვისტო დაეთმო სამთავრობო უწყებების, პოლიტიკური პარტიებისა და მედიის წარმომადგენელთა ოფიციალური Facebook გვერდების მუშაობის შესაწავლას, რის საფუძველზეც სექტემბერში მომზადდა პირველი კვლევა. სამთავრობო უწყებების, პოლიტიკური პარტიების და გარკვეულწილად, მედია საშუალებების Facebook გვერდების მუშაობა განსაზღვრული იყო მიმდინარე პოლიტიკური პროცესებით, შესაბამისად, ამ კვლევამ მოგვცა საშუალება, შეგვეფასებინა ყოფილი მთავრობის დამოკიდებულება სოციალური ქსელების მიმართ. იქიდან გამომდინარე, რომ სექტემბრის შემდეგ ქვეყანაში მომხდარმა პოლიტიკურმა პროცესებმა ხელისუფლების ცვლილება გამოიწვია, IDFI-ს გუნდმა პროექტის დასკვნითი ნაწილი დაუთმო ვებ-გვერდებისა და ოფიციალური Facebook გვერდების მუშაობის შესაწავლას ახალი ხელისუფლების პირობებში.

კვლევის ამ ნაწილის მთავარი მიზანი იყო გამოგვევლინა ძირითადი ტენდენციები, შეგვედარებინა პირველ ანგარიშთან და შეგვემუშავებინა რეკომენდაციები ხარვეზების გამოსასწორებლად. პროექტის დასკვნით ნაწილში განხორციელდა შემდეგი სამთავრობო უწყებებისა და პოლიტიკური პარტიების ოფიციალური Facebook გვერდების მონიტორინგი:

სამთავრობო დაწესებულებები:

1. საქართველოს პარლამენტი - www.facebook.com/parliamentgeo
2. საქართველოს პრეზიდენტი - <https://www.facebook.com/SaakashviliMikheil?fref=ts>
3. საქართველოს მთავრობა - www.facebook.com/OfficialBIDZINAIVANISHVILI?ref=stream
4. საქართველოს თავდაცვის სამინისტრო - www.facebook.com/mod.gov.ge
5. საქართველოს შინაგან საქმეთა სამინისტრო - www.facebook.com/miaofgeo
6. საქართველოს შრომის, ჯანმრთელობისა და სოციალური დაცვის სამინისტრო - www.facebook.com/mohgovge
7. სოფლის მეურნეობის სამინისტრო - www.facebook.com/AgricultureGeorgia
8. ფინანსთა სამინისტრო - www.facebook.com/mofgeorgia
9. ენერგეტიკისა და ბუნებრივი რესურსების სამინისტრო - www.facebook.com/menr.gov.ge
10. საქართველოს რეგიონული განვითარებისა და ინფრასტრუქტურის სამინისტრო - www.facebook.com/mrdi.gov

11. საქართველოს განათლებისა და მეცნიერების სამინისტრო - www.facebook.com/mes.gov.ge
12. საქართველოს ოკუპირებული ტერიტორიებიდან იძულებით გადაადგილებულ პირთა, განსახლებისა და ლტოლვილთა სამინისტრო - www.facebook.com/devniltasaministro
13. საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტრო - www.facebook.com/economypr
14. საქართველოს გარემოს დაცვის სამინისტრო - www.facebook.com/MOEgeorgia
15. საქართველოს იუსტიციის სამინისტრო - www.facebook.com/MinistryofJusticeofGeorgia
16. საქართველოს სპორტის და ახალგაზრდობის საქმეთა სამინისტრო - <https://www.facebook.com/sport.youth.georgia>
17. თბილისის მერია - www.facebook.com/CityHallofTbilisi
www.facebook.com/ugulavagigi³
18. სახელმწიფო აუდიტის სამსახური - www.facebook.com/saooofgeorgia
19. ცენტრალური საარჩევნო კომისია - www.facebook.com/CentralElectionCommissionOfGeorgia

მონიტორინგის პერიოდში ძირითადად ყურადღება გამახვილდა შემდეგ დეტალებზე:

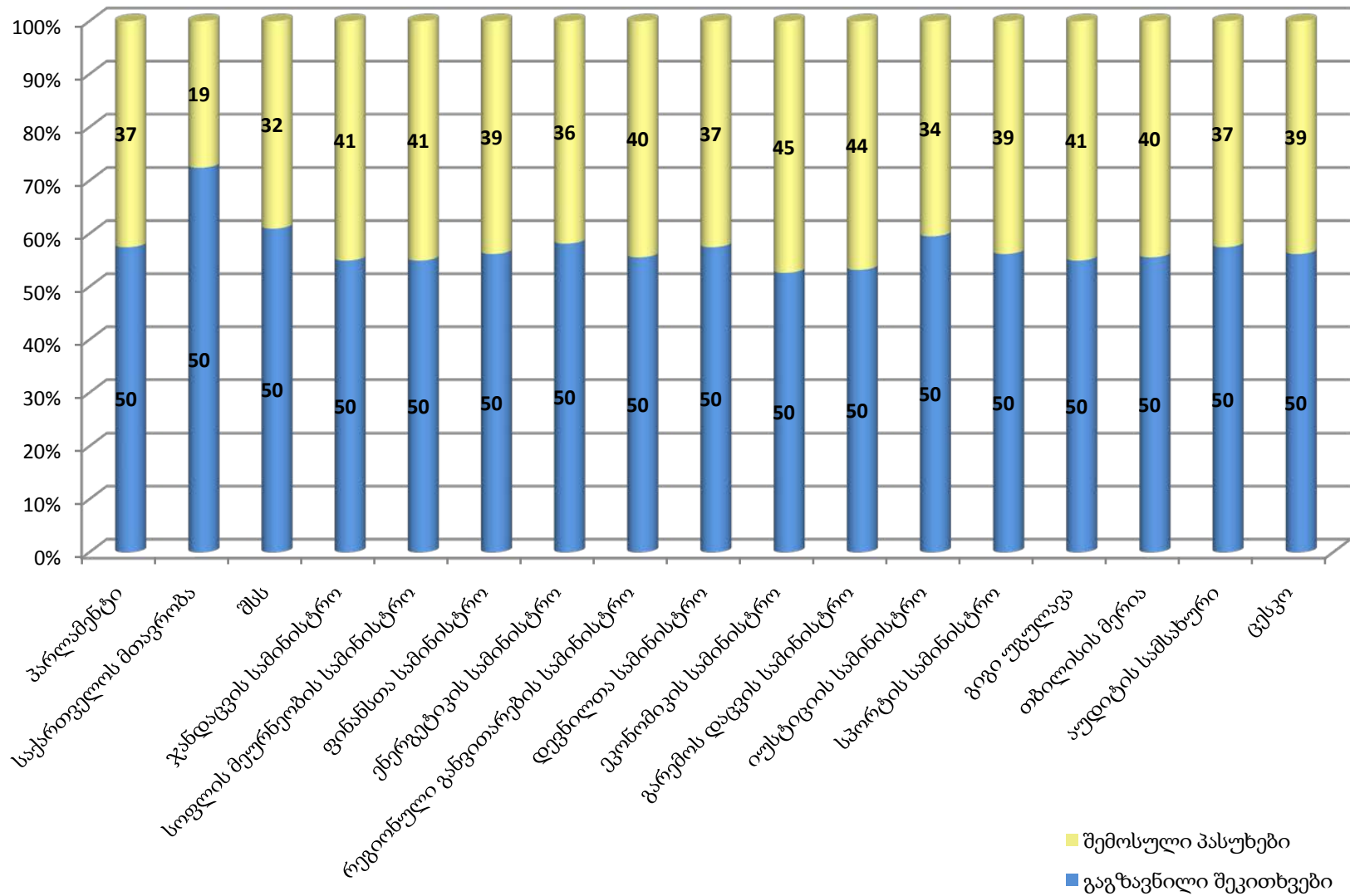
- **გვერდის პოპულარობა** -- ამ კომპონენტში იგულისხმება გვერდის მიერ მოპოვებული მოწონებების რაოდენობა; კერძოდ, გაიზარდა თუ იკლო გვერდის გამომწერთა რაოდენობამ ხელისუფლების ცვლილების შემდეგ.
- **ღიაობა** -- ღიაა თუ არა უწყების გვერდი მოქალაქეთა კომენტარებისა და მოსაზრებებისათვის.
- **შეტყობინების გაგზავნის ფუნქცია** -- გააქტიურებულია თუ არა შეტყობინების გაგზავნის ფუნქცია, რაც უწყებასთან უშუალო კავშირის ერთ-ერთი ძირითადი საშუალებაა.
- **სიახლეების განთავსების სტატისტიკა და სტრატეგია** -- უწყების მიერ სოციალური ქსელის გამოყენების დონის თუ ეფექტურობის დასადგენად, ხორციელდებოდა განთავსებული ინფორმაციის, მისი სახეობისა და განთავსების ფორმის ანალიზი.
- **მოქალაქეების კომენტარებზე გამოხმაურება** -- ეხმაურება თუ არა გვერდის ადმინისტრაცია მოქალაქის შეკითხვებს, რომლებიც კომენტარების ან კედლის

³ პროექტის გუნდმა ჩაატარა არამართო თბილისის მერიის ოფიციალური Facebook გვერდის მონიტორინგი, არამედ, გიგი უგულავას ოფიციალური Facebook გვერდისა, რადგან პირადი გვერდი, ხშირ შემთხვევაში, უფრო აქტიურია, ვიდრე ოფიციალური გვერდი.

პოსტების სახით განთავსდება და ზოგადად, რამდენად გამოიყენება კონკრეტული საკვლევი ობიექტის გვერდი სადისკუსიო პლატფორმად.

- **მოქალაქეთა წერილებზე გამოხმაურება** -- პასუხობს თუ არა უწყების ოფიციალური Facebook გვერდი პირადი წერილის სახით შემოსულ შეტყობინებას.
- **წყაროები** -- ბმულების გაზიარებისას რა ტიპის წყაროებს ეყრდნობა გვერდის ადმინისტრაცია.

ზემოთ ჩამოთვლილი მიზნების მისაღწევად მონიტორინგის პერიოდში პროექტის გუნდი ყოველდღიურად აღრიცხავდა გვერდის გამომწერთა რაოდენობას. ამ დაკვირვების მიზანი იყო გაგვერკვია, იზრდებოდა, მცირდებოდა თუ სტაბილურად ერთ ნიშნულზე იყო გაჩერებული უწყების პოპულარობა. გარდა ამისა, ახდენდა სიახლეების კლასიფიცირებას სიახლის ტიპისა და ყოველდღიურად განთავსების რაოდენობის მიხედვით, იმის გასარკვევად, თუ რამდენად აქტიურობს უწყების Facebook გვერდი და ძირითადად რა სახით აწვდის მომხმარებელს ინფორმაციას. მონიტორინგის პროცესში პროექტის გუნდი ახდენდა მოქალაქეებისგან შემოსული კომენტარების დახარისხებას შეკითხვისა და მოსაზრების სახით. ცალკე აღირიცხებოდა მოქალაქეთა კომენტარებზე გვერდის ადმინისტრაციის გამოხმაურების სტატისტიკა და ხარისხი. გარდა ამისა, მონიტორინგის პერიოდში ყველა იმ დაწესებულებას, რომელსაც შეტყობინების გაგზავნის ფუნქცია გააქტიურებული ჰქონდა, პროექტის გუნდმა 50 შეკითხვა გაუგზავნა სხვადასხვა Facebook ანგარიშებიდან. ამ ექსპერიმენტის მიზანი იყო აღგვერიცხა, რამდენი უწყება პასუხობს მოქალაქეების შეკითხვებს და რამდენად სრულყოფილად. მოცემული გრაფიკი აღრიცხავს ექსპერიმენტის შედეგს, რომლის მიხედვითაც საუკეთესო შედეგი ჰქონდათ ეკონომიკისა და გარემოს დაცვის სამინისტროებს:



მონიტორინგის ფარგლებში ასევე ყურადღება გამახვილდა განთავსებული ბმულების წყაროზე -- რამდენად დაბალანსებული ინფორმაციას აწვდიდა დაწესებულება მომხმარებელს.

ქართული სამთავრობო უწყებების Facebook გვერდების მონიტორინგის პარალელურად ინფორმაციის თავისუფლების განვითარების ინსტიტუტი იკვლევდა საერთაშორისო გამოცდილებას Facebook-ს გამოყენების კუთხით. კვლევებმა ცხადყო, რომ საქართველოსგან განსხვავებით ევროპული ქვეყნების ყველა საჯარო დაწესებულება არ ფლობს ოფიციალურ Facebook გვერდს. ის უწყებები კი, რომლებიც სარგებლობენ ამ სოციალური ქსელით, მას მხოლოდ სადისკუსიო პლატფორმად იყენებენ. სწორედ ეს გახდა იმის მიზეზი, რომ მხოლოდ რამდენიმე საკვლევი ობიექტის Facebook გვერდის უცხოურ ანალოგებთან შედარება მოხერხდა.

IDFI საჯარო დაწესებულებების მიერ სოციალურ ქსელ Facebook-ზე გაწეული ხარჯებითაც დაინტერესდა. პროექტის ფარგლებში საჯარო დაწესებულებებიდან მოთხოვნილ იქნა ინფორმაცია აპლიკაციებისა და რეკლამის განთავსებაზე დახარჯული თანხების შესახებ. წინამდებარე ანგარიშის მიზანია შეაფასოს ელ-ჩართულობის დონე სოციალური ქსელების გამოყენების კუთხით, შეადაროს ამჟამინდელი მდგომარეობა 1 ოქტომბრამდე არსებულ სიტუაციას (IDFI-მ სექტემბრის ბოლოს მოამზადა კვლევა სოციალური ქსელების შესახებ) და შეიმუშაოს რეკომენდაციები დარჩენილი ხარვეზების გამოსასწორებლად.

საჯარო დაწესებულებების Facebook გვერდების იანვარ - აპრილის მონიტორინგის შედეგები

საქართველოს პარლამენტი

საქართველოს პარლამენტის Facebook გვერდი არ გამოირჩევა განსაკუთრებული აპლიკაციებით, მოქალაქეთა კომენტარებზე გამოხმაურებით ან დისკუსიების წარმართვის ინიციატივით. ხარვეზია რუბრიკაში გვერდის შესახებ, სადაც მითითებულია ყოფილი პარლამენტის მისამართი. აუცილებელია, ეს ხარვეზი გამოსწორდეს და პარლამენტის მისამართთან ერთად რუბრიკას დაემატოს საკონტაქტო ელ-ფოსტა, ტელეფონი და სხვა საშუალებები, რითაც მოქალაქე შეძლებს პარლამენტთან დაკავშირებას. ამასთან, სასურველია, პარლამენტმა შეიმუშავოს დისკუსიების

Basic Info

Joined Facebook 05/23/2011

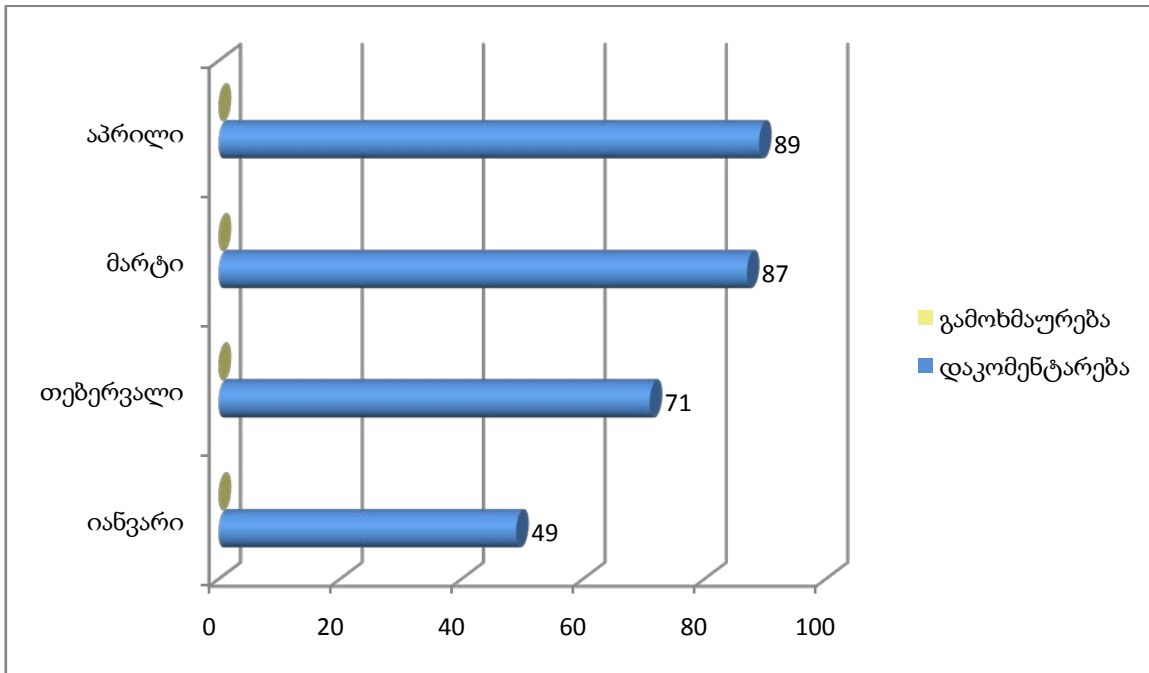
Location რუსთაველის გამზირი 8ა, 0118

Contact Info

Website <http://www.parliament.ge>

მოდერაციის პოლიტიკა და მომხმარებლებს ამავე რუბრიკაში აცნობოს, რა შემთხვევაში წაიშლება კომენტარი, დაიბლოკება მომხმარებელი და ა.შ. უწყების მხრიდან მეტი პასუხისმგებლობის აღება მომხმარებლებს დადებითად განაწყობს გვერდის მიმართ

და შესაძლოა, პარლამენტის Facebook გვერდი მცირე სადისკუსიო პლატფორმად იქცეს. მაგრამ მანამ, სანამ მოდერაციის სტრატეგიას შეიმუშავებს, გვერდის ადმინისტრაციამ დიდი ყურადღება უნდა დაუთმოს მომხმარებელთა შეკითხვებსა და მოსაზრებებს. სამწუხაროდ, ამ გვერდზე დაფიქსირდა მოქალაქეთა შეკითხვების, პრობლემების თუ მოსაზრებების იგნორირება, რაზეც ქვემოთ მოცემული ჩარტიც მეტყველებს. მონიტორინგის პერიოდში გვერდის ადმინისტრაცია მოქალაქეთა არცერთ კომენტარს არ გამოხმაურებია.

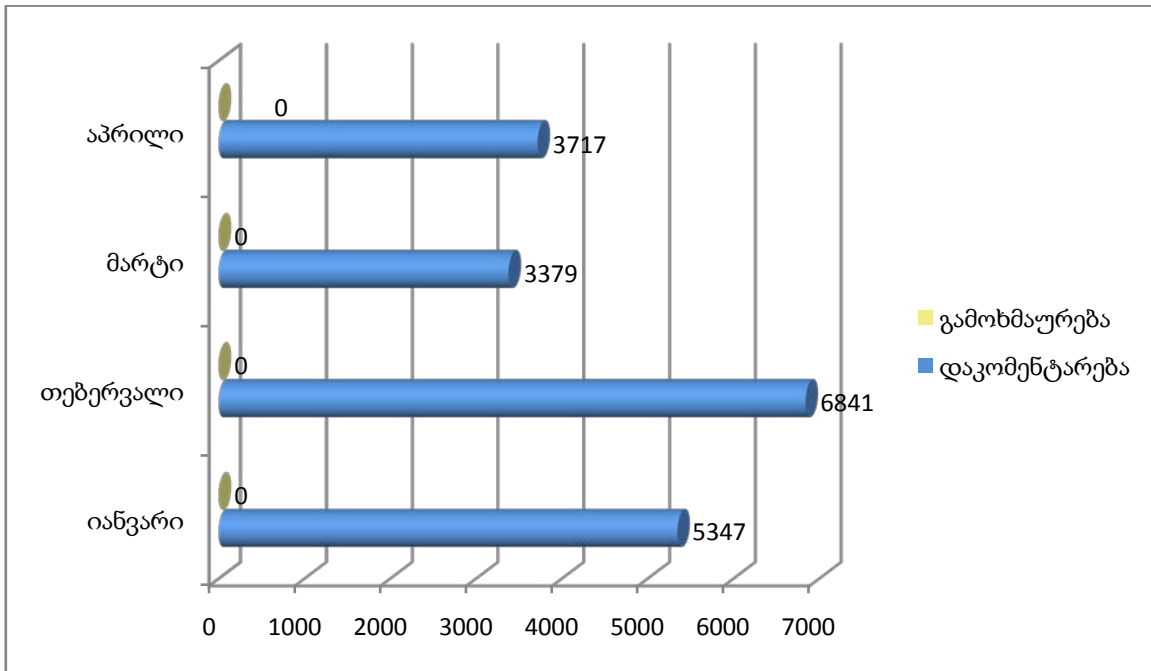


პარლამენტმა Facebook-ზე გაგზავნილი 50 სატესტო კითხვიდან 37-ს უპასუხა, რაც საკმაოდ კარგი შედეგია თუ გავითვალისწინებთ გვერდის პასიურ როლს ღია კითხვებისა და კომენტარებზე პასუხის გაცემის კუთხით.

ამასთან, ბმულების გაზიარებისას გვერდის ადმინისტრატორები მხოლოდ საკუთარ წყაროებს ეყრდნობიან. მონიტორინგის პერიოდში გვერდზე არ დაფიქსირებულა სხვა წყაროდან გაზიარებული სიახლე. ზემოთ ჩამოთვლილი ხარვეზები იმის ინდიკატორია, რომ პარლამენტის Facebook გვერდი სათანადოდ ვერ არსრულებს საკომუნიკაციო პლატფორმის ფუნქციას.

საქართველოს პრეზიდენტის ადმინისტრაცია

socialbakers.com-ის მონაცემებით გამომწერთა რაოდენობით (220 366) საქართველოს პოლიტიკურ სპექტრში პრეზიდენტის ოფიციალური გვერდი მეორე ადგილზეა. მიუხედავად მოქალაქეთა მაღალი აქტიურობისა, გვერდის ადმინისტრაციის მხრიდან გამოხმაურების დონე ნულს უტოლდება. როგორც მოცემული გრაფიკიდან ჩანს, მონიტორინგის პერიოდში (იანვარი - აპრილი) პრეზიდენტის გვერდის მომხმარებლები აქტიურობდნენ კითხვებისა და კომენტარების დაფიქსირებით, თუმცა არცერთ მათგანზე გვერდის ადმინისტრაციის მხრიდან რეაგირება არ მოჰყოლია.



აღსანიშნავია, რომ პრეზიდენტის ოფიციალურმა Facebook გვერდმა სულ ცოტა ხნის წინ გააქტიურა შეტყობინების გაგზავნის ფუნქცია. ეს მისასაღმებელი პრაქტიკაა და ემსახურება როგორც მოქალაქეებისთვის კომფორტული გარემოს შექმნას.

მომხმარებელთა ამგვარი აქტიურობის ფონზე ბევრი შეკითხვა თუ მნიშვნელოვანი პრობლემა უყურადღებოდ რჩება. მესიჯის გაგზავნის ფუნქციის აღდგენით გვერდმა მომხმარებელი აღჭურვა კომუნიკაციის კიდევ ერთი მექანიზმით. სასურველია, ასევე გაიხსნას გვერდის დახურული კედელი, რომ მოქალაქეებმა საკუთარი მოსაზრებები Facebook-ის კედელზე გააზიარონ. ეს ხელს შეუწყობს მოქალაქესა და დაწესებულებას შორის კომუნიკაციის დარეგულირებას. იქიდან გამომდინარე, რომ გვერდმა მესიჯის გაგზავნის ფუნქცია მხოლოდ ერთი თვის წინ აღადგინა, პროექტის ფარგლებში სატესტო კითხვების გაგზავნა ვერ მოხერხდა. შესაბამისად უცნობია ამ კომპონენტში პრეზიდენტის სოციალურ ქსელში მოქალაქეებთან კომუნიკაციის ხარისხი.

საკმაოდ მწირი ინფორმაციაა განთავსებული პრეზიდენტის გვერდის საინფორმაციო განყოფილებაში. გვერდი ძირითადად საკუთარ წყაროებს ეყრდნობა და გამომწერებს არ სთავაზობს დაბალანსებულ ინფორმაციას. სიახლეების გავრცელების ძირითადი ფორმა კი უმეტესწილად ბმულები და ფოტოებია.

აღსანიშნავია, რომ გვერდზე ფუნქციონირებს საინტერესო აპლიკაცია „წერილი პრეზიდენტს“, რომელიც ამავდროულად მის ოფიციალურ ვებ-გვერდზეც არის განთავსებული. ვებ-გვერდების მონიტორინგის ფარგლებში ჩატარებულმა ექსპერიმენტმა კარგი შედეგი გვაჩვენა. კერძოდ, პრეზიდენტის სახელზე გაგზავნილ შეტყობინებაზე საპასუხო წერილი მოგვივიდა განათლების სამინისტროდან. პრეზიდენტის ადმინისტრაციამ შემოსული კითხვა გადაამისამართა, განათლების სამინისტრომ კი რეაგირება მოახდინა, რაც თავის მხრივ ორივე საჯარო დაწესებულების იმიჯზე დადებითად მეტყველებს. მისასალმებელია დაგეგმილი ღონისძიებების კალენდარის განთავსება. ამ ბმულზე შეგიძლიათ იხილოთ როგორც უკვე ჩატარებული თუ დაგეგმილი ღონისძიებები. პრეზიდენტი აქტიურად იყენებს YouTube-ის საკუთარ არხს ინფორმაციის გასავრცელებლად, თუმცა Twitter-ზე ბოლო სიახლე დაახლოებით სამი თვის წინ გამოქვეყნდა. აპლიკაციების განყოფილებაში ასევე განთავსებულია ონლაინ ტრანსლაციის, Livestream-ის ბმული, თუმცა, როგორც ჩანს, არხი გაუქმებულია, აპლიკაცია კი დღემდე რჩება გვერდზე. გვერდზე ასევე რჩება 2012 წელს ჩატარებული ფოტოკონკურსის აპლიკაცია. სასურველია, ადმინისტრაციამ ძველი, ტექნიკურად გაუმართავი და არარელევანტური აპლიკაციები გვერდიდან აილოს, დაიწყოს აქტიურად გამოხმაურება მოქალაქეთა პოსტებზე. კომუნიკაციის გაადვილების მიზნით კი უზრუნველყოს მომხმარებლები სხვადასხვა საკომუნიკაციო მექანიზმებით. მიუხედავად იმისა, რომ აპლიკაცია „წერილი პრეზიდენტს“ წარმატებულად მუშაობს, ამ გზით შეკითხვის დასმა უფრო ბიუროკრატიულია, მეტ დროს მოითხოვს და შედეგსაც დაუყოვნებლივ ვერ ვიღებთ.

საქართველოს მთავრობა

საქართველოს მთავრობის ოფიციალური Facebook გვერდი ბიძინა ივანიშვილის სახელს ატარებს. ეს არ არის პირველი შემთხვევა, როცა პრემიერ მინისტრის პირადი გვერდი საქართველოს მთავრობის ოფიციალურ გვერდად იქცა. IDFI წერდა ამ პრაქტიკის უარყოფით მხარეებზე და განსაკუთრებულ ყურადღებას ამახვილებდა იმ ფაქტზე, რომ თანამდებობის პირის შეცვლასთან ერთად გვერდზე ინტეგრირებული საინტერესო და ინტერაქციული აპლიკაციები ქრება. მაგალითად, ყოფილი პრემიერის, ნიკა გილაურის დროს მის ოფიციალურ გვერდზე ინტეგრირებული იყო პეტიციების აპლიკაცია, რომელიც ივანე მერაბიშვილის თანამდებობაზე დანიშვნის შემდეგ მის ოფიციალურ გვერდზე გადავიდა. ივლისიდან კი საქართველოს მთავრობის ოფიციალური გვერდი შეიქმნა, რომელსაც ვანო მერაბიშვილის გვერდისგან განსხვავებით არც ბევრი გამომწერი ჰყავდა და არც პეტიციების აპლიკაცია იყო ხელმისაწვდომი. გასათვალისწინებელია ისიც, რომ ცალკეული პროვინციების სახელზე გაკეთებულ

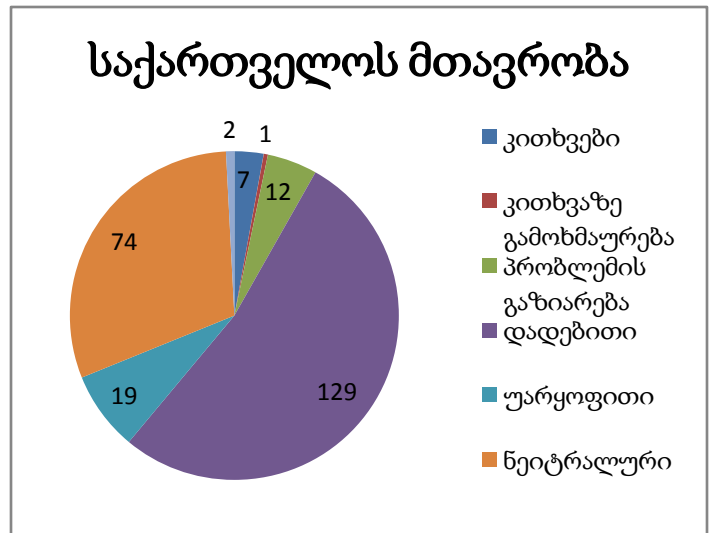
#	Page	Local Fans	Fans	ER
1	 Bidzina Ivanishvili official	206 700	311 244	0.093%
2	 Mikheil Saakashvili	180 027	220 443	0.455%
3	 Ministry of Education and Science of Georgia	113 616	127 999	N/A
4	 საჯარო სამსახურის ბიურო	44 774	46 255	Find in Analytics
5	 Irakli Garibashvili Official	18 843	20 088	Find in Analytics
6	 Anders Fogh Rasmussen	10 235	100 503	Find in Analytics
7	 NATO	8 672	134 878	Find in Analytics
8	 Mehriban Əliyeva	3 971	71 063	Find in Analytics
9	 რესპუბლიკური პარტია Republican Party	3 643	4 067	Find in Analytics
10	 Nicolas Sarkozy	2 930	832 608	Find in Analytics

გვერდებზე სახელმწიფო ბიუჯეტიდან სოლიდური თანხები იხარჯებოდა. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, ოფიციალური გვერდი არ უნდა იცვლებოდეს თანამდებობის პირის ცვლასთან ერთად, რათა თავიდან ავიცილოთ საბიუჯეტო სახსრების არასამართლიანი განკარგვა, მნიშვნელოვანი საკომუნიკაციო

მექანიზმებისა და გამომწერების დაკარგვა.

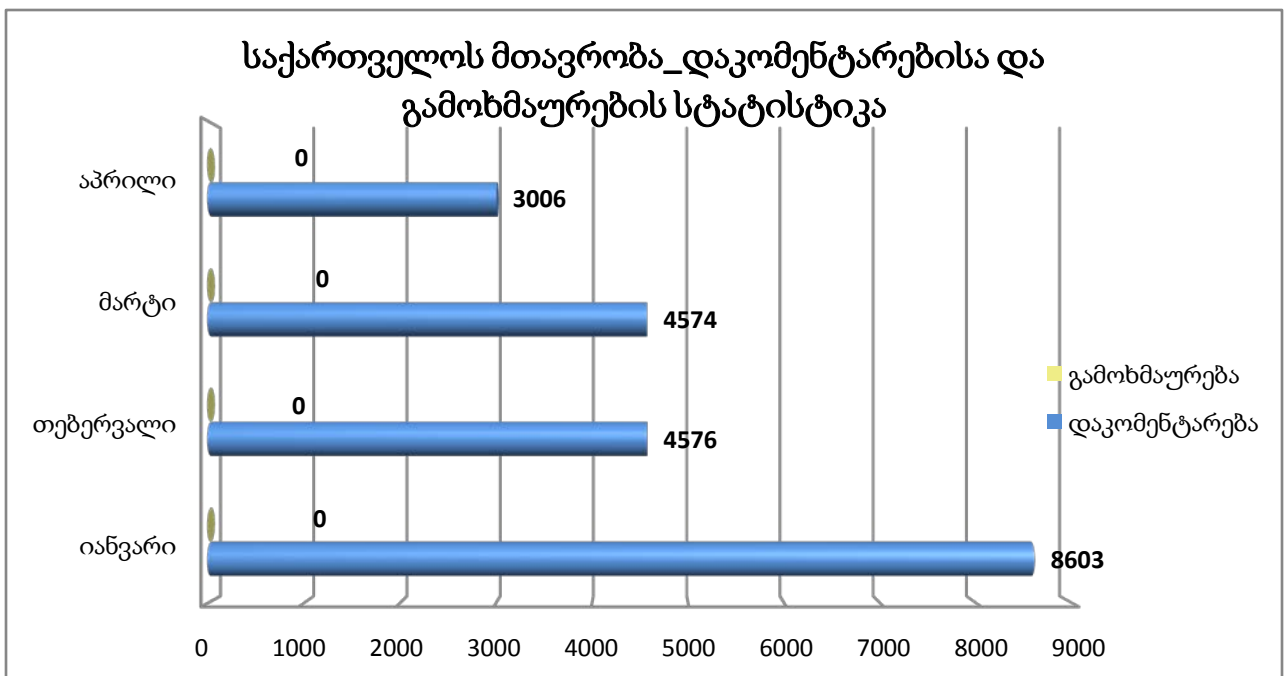
საქართველოს მთავრობის Facebook გვერდს 311 000 გამომწერი ჰყავს. ეს საკმაოდ ანგარიშგასაწევი რიცხვია. ვებგვერდის socialbakers.com მიხედვით, ეს გვერდი პირველია ქართული პოლიტიკური Facebook გვერდების რეიტინგში, რომელიც მათ გამომწერთა რაოდენობის მიხედვით შედგა.

მთავარი ტენდენცია, რაც საქართველოს მთავრობის Facebook გვერდზე რამდენიმე თვიანი მონიტორინგის შემდეგ გამოიკვეთა, არის დისკუსიების სიმცირე და მოქალაქეთა კითხვების ნაკლებობა. ეს საკითხი ასეთივე პრობლემური იყო 1 ოქტომბრამდე. როგორც გრაფიკიდან ჩანს, საქართველოს მთავრობის Facebook გვერდზე წინა ხელისუფლების დროსაც თითქმის არ



გვხვდებოდა მოქალაქეთა კითხვები, უმეტესწილად მომხმარებლები საკუთარ დადებით მოსაზრებას ტოვებდნენ კომენტარის სახით, ადმინისტრატორების მხრიდან გამოხმაურების დონე კი ნულს უტოლდებოდა.

შემდეგი გრაფიკი კი ასახავს საქართველოს მთავრობის ოფიციალურ Facebook გვერდზე განთავსებული კომენტარებისა და გამოხმაურების სტატისტიკას 1 ოქტომბრის არჩევნების შემდეგ პერიოდში. ცხადია, რომ ამ მხრივ მდგომარეობა არ შეცვლილა, კითხვების რაოდენობა მინიმალურია, ისევე როგორც მათზე გამოხმაურების.



აუცილებელია, სოციალურ ქსელებში, განსაკუთრებით კი სამთავრობო უწყებების გვერდებზე დაინერგოს დისკუსიის კულტურა. მოქალაქეებმა უნდა გამოიჩინონ ინიციატივა, ადმინისტრატორებმა კი წახალისონ დისკუსია. სასურველია, უწყების

პირველმა პირმა თვეში რამდენჯერმე თავად გაუწიოს მოდერაცია დისკუსიებს და პასუხი გასცეს მოქალაქეების შეკითხვებს.

About

The official page of UK Prime Minister David Cameron. Moderation policy: <https://www.gov.uk/government/organisations/prime-ministers-office-10-downing-street/about/social-media-use>

About Me

David Cameron was born in 1966 and raised in Berkshire.

Mr Cameron's family has always been the starting point of everything he has wanted to achieve in politics. He is proud of the values that were instilled in him when he was young.

Today, as a father, he knows how important quality family time is, and has made shared parental leave a priority. Mr Cameron, his wife Samantha, and their young children live in London and West Oxfordshire, where he has been MP for Witney since 2001. Very sadly their much loved eldest child, Ivan, died on 25 February 2009.

Education and career

Mr Cameron was educated at Eton College before studying Philosophy, Politics and Economics at Oxford, gaining a first class honours degree.

Before becoming an MP, Mr Cameron worked in business and government. He worked as a Special Adviser first to the Chancellor of the Exchequer and then to the Home Secretary.

Afterwards he spent seven years at UK media company, Carlton Communications, and served on the management Board.

David Cameron was elected Leader of the Conservative Party in December 2005. <http://www.number10.gov.uk/meet-the-pm>

Basic Info

Born	October 9, 1966
Affiliation	Conservative Party
Country	United Kingdom
Current Office	Office: Prime Minister
Political Views	Conservative
Gender	Male

Contact Info

Website: <http://www.gov.uk/number10>
<http://www.flickr.com/number10gov>
<http://www.twitter.com/number10gov>
<http://www.youtube.com/number10gov>

History by Year

2010 🇬🇧 Coalition Government formed

1966 🇬🇧 Born on October 9, 1966

იმის საილუსტრაციოდ, თუ როგორ უნდა გამოიყურებოდეს პოლიტიკოსის Facebook გვერდი, მით უმეტეს, თუ ეს გვერდი იმ უწყების ოფიციალური გვერდიცაა, რომელსაც ეს ადამიანი წარმოადგენს, გთავაზობთ ბრიტანეთის პრემიერ მინისტრის, დევიდ კამერონის Facebook გვერდის მაგალითს:

ამ გვერდის ქართული ანალოგისთვის სამაგალითოა ორი ფაქტი: გვერდზე მოცემულია ე.წ. მოდერაციის პოლიტიკა, რაც გულისხმობს მომხმარებლის გაფრთხილებას, თუ რა ტიპის კომენტარი წაიშლება და ზოგადად, რა დანიშნულება აქვს ამ გვერდს. გარდა ამისა, მისასალმებელია, რომ პრემიერს მოცემული აქვს ბრიტანეთის მთავრობის ვებ-გვერდის და სოციალური ქსელების ოფიციალური გვერდების მისამართები.

Social media moderation policy

The [Prime Minister's Facebook page](#) is reactively moderated. We can't accept responsibility for the content of any comment.

We reserve the right to remove comments received on Facebook and the website that:

- contain abusive, obscene, indecent or offensive language, or link to obscene or offensive material
- contain swear words or other sorts of profanity
- are completely removed from the topic of conversation or aren't relevant to the item posted on the wall
- contain abusive language towards an individual involved in the thread, other organisations or the page administrator
- constitute spam or promote or advertise products, except where it's for an event, publication or similar item that has direct relevance to the subject of discussion. Information about locating and sharing knowledge and expertise is welcomed, but within the specific discussion
- are designed to cause nuisance to the page administrator or other users

For serious and/or persistent breaches of the moderation policy, we reserve the right to prevent users from posting further comments.

Prime Minister's Facebook page

The [Prime Minister's Facebook page](#) is managed by the Prime Minister's Office digital communications team.

It's used to highlight speeches and announcements from the Prime Minister.

Comments posted on and messages received on the Facebook page are views of individuals and don't represent the views of the government.

საქართველოს მთავრობის ოფიციალური გვერდი ინფორმაციას, ძირითადად, ფოტოების, ბმულების და ჩანაწერების სახით ავრცელებს. საგულისხმოა ის ფაქტი, რომ გვერდი ძირითადად საკუთარ წყაროებს ეყრდნობა (საკუთარი YouTube არხი, scribd.com-ის ანგარიში). სასურველია, უწყებამ მოქალაქეს დაბალანსებული ინფორმაცია შესთავაზოს სხვადასხვა მედია-საშუალებების და სხვა უწყებების ოფიციალური ვებ-გვერდებიდან და YouTube არხებიდან. ეს მომხმარებლებში საჯარო დაწესებულებისადმი ნდობას გაზრდის. წინა ხელისუფლების პირობებში საქართველოს მთავრობის ოფიციალური Facebook გვერდი ერიდებოდა რიგი ტელეკომპანიების სიუჟეტების გამოყენებას და ძირითადად აზიარებდა

რუსთავი 2-ის, იმედისა და საზოგადოებრივი მაუწყებლის სიუჟეტებს. აუცილებელია ეს პრაქტიკა შეიცვალოს.

აქვე მისასალმებელია, რომ საქართველოს მთავრობის ოფიციალური გვერდის ადმინისტრაციამ შემოიღო ახალი ტენდენცია scribd.com-ის გამოყენების სახით. ამ საიტის მომხმარებელს შეუძლია ატვირთოს ნებისმიერი სიდიდის ფაილი, მნიშვნელოვანი დოკუმენტი, წიგნი და ა.შ. პრემიერმინისტრი ამ ვებ-გვერდს იყენებს ღია წერილების, მიმართვების, ანგარიშების გამოსაქვეყნებლად. გარდა ამისა, პრემიერის მიმართვის ტექსტი, ღია წერილები მის Facebook გვერდზე ქვეყნდება ჩანაწერების სახითაც.

საგულისხმოა, რომ გვერდის კედელი გახსნილია და ნებისმიერ მსურველს აქვს საშუალება საკუთარი აზრი კედლის პოსტის სახით გაუზიაროს პრემიერს, თუმცა აქ პრობლემას ვაწყდებით -- მოქალაქეების აქტიურად განათავსებენ პოსტებს, უწყების მხრიდან კი არცერთ შემთხვევაში არ მოჰყოლია რეაგირება. მოქალაქეთა პოსტები ძირითადად სოციალურ პრობლემებს ეხება.

დაახლოებით ასეთივე შედეგი მოჰყვა უწყებისთვის გაგზავნილი შეტყობინებების ექსპერიმენტს: გაგზავნილი 50 შეკითხვიდან ადმინისტრატორებმა მხოლოდ 19-ს გასცეს პასუხი, რაც მთლიანი რაოდენობის დაახლოებით 40%-ს შეადგენს და აუცილებელია ამ კუთხით მუშაობის გამოსწორება.

მნიშვნელოვანია, რომ ყველა რესურსი, რაც დაწესებულების სოციალური ქსელის გვერდს გააჩნია, ბოლომდე იქნას გამოყენებული. გვერდის ერთადერთი ფუნქცია არ უნდა იყოს მხოლოდ სიახლეების გაზიარება, ხოლო იმ შემთხვევაში, თუ გვერდი მხოლოდ ამ მიზნისთვის შეიქმნა, აუცილებელია მოქალაქეთა ინფორმირება გვერდის ნაწილში - „შესახებ“, სადაც გვერდის დანიშნულებაზე, ფუნქციაზე და მოდერაციის პოლიტიკაზე იქნება საუბარი.

თავდაცვის სამინისტრო

2012 წლის ოქტომბერში IDFI წერდა თავდაცვის სამინისტროს ოფიციალურ Facebook გვერდზე არსებულ ტენდენციებზე.⁴ მიუხედავად იმისა, რომ 1 ოქტომბრის საპარლამენტო არჩევნები უკვე ჩატარებული იყო, სამინისტროს ოფიციალურად სათავეში ჯერ კიდევ ყოფილი მინისტრი - დიმიტრი შაშკინი ედგა.

თავდაცვის სამინისტროს ოფიციალური Facebook გვერდის მონიტორინგი მიმდინარე წლის აპრილამდე გაგრძელდა. აღსანიშნავია ის მთავარი ცვლილება, რაც ამ გვერდმა ახალი ხელისუფლების მოსვლის შემდეგ განიცადა: არ ფიქსირდება ყალბი Facebook ანგარიშების აქტიურობა.

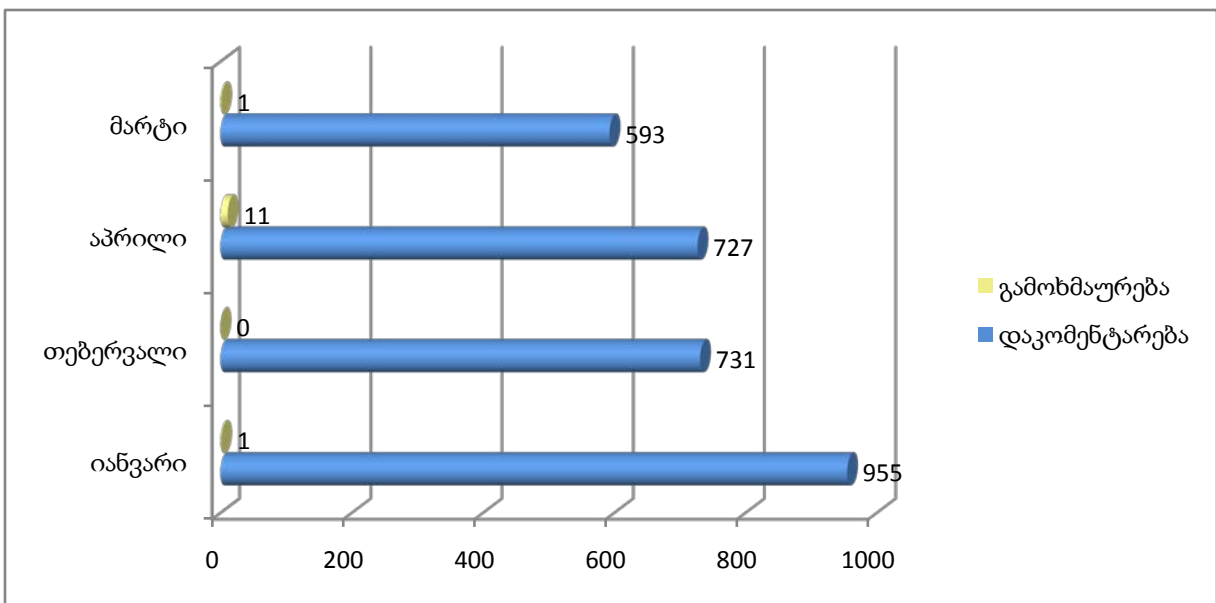
⁴ <http://eparticipationge.wordpress.com/2012/10/24/ministris-kulti/>

საგულისხმოა, რომ დიმიტრი შაშკინის მინისტრობის პერიოდში თავდაცვის სამინისტროს Facebook გვერდი გამოირჩეოდა ყალბი Facebook ანგარიშების სიმრავლით. უფრო კონკრეტულად კი, გვერდზე აქტიურობდა მომხმარებელთა ერთი ჯგუფი. ექვს იწვევდა ის, რომ:

- ყველა მათგანის ანგარიში შექმნილი იყო რამდენიმე თვის წინ.
- მომხმარებელს საკუთარ კედელზე არ ჰქონდა სხვა აქტივობა, გარდა სამთავრობო უწყებების სიახლეების გაზიარებისა.
- კონკრეტული უწყების გვერდზე დღეში ათობით დადებითი შინაარსის კომენტარს ტოვებდა, მაგრამ არცერთი მათგანი არ იყო შეკითხვა ან პრობლემის გაზიარება.
- მოწონებული ჰქონდა მხოლოდ სამთავრობო უწყებები და მეგობრების სიაში დამატებული ჰყავდა სხვა ასეთივე საექვო Facebook ანგარიშები.

ამასთან, დაფიქსირდა ასეთი ტენდენცია: მომხმარებლები ძირითადად ორიენტირებულნი იყვნენ არა იმდენად უწყების წარმატების ხაზგასმაზე, რამდენადაც, მინისტრის, როგორც ნამდვილი პროფესიონალის წარმოჩენაზე და ცდილობდნენ სამინისტროში მომხდარი ნებისმიერი სიახლე განეხილათ შაშკინის პირად წარმატებად.

დღეისთვის ეს მდგომარეობა შეიცვალა. თუმცა, პრობლემები ამ უწყების Facebook გვერდზე მაინც მრავლადაა. ყველაზე მნიშვნელოვანი და ხაზგასასმელია ის, რომ მოქალაქეების შეკითხვები და პრობლემები უპასუხოდ რჩება. ამას ცხადყოფს თავდაცვის სამინისტროს Facebook გვერდის იანვარი-აპრილის სტატისტიკა, სადაც აღრიცხულია მომხმარებლების მიერ დატოვებული კომენტარებისა და მათზე გაცემული პასუხების რაოდენობა. გრაფიკიდან ჩანს, რომ ამ თვეებში უწყების მხრიდან შეკითხვებზე თუ კომენტარებზე გამომხაურება ძალიან მცირეა:



გარდა ამისა, თავდაცვის სამინისტროს ოფიციალური Twitter ანგარიში არ გააჩნია. მის ნაცვლად უწყება მინისტრის პირადი Twitter გვერდით სარგებლობს. სასურველია, ეს პრაქტიკა აღიკვეთოს და უწყებამ მომხმარებელს ოფიციალური გვერდი შესთავაზოს.

კიდევ ერთი ტენდენციაა ბმულების მხოლოდ საკუთარი წყაროდან გაზიარება. თავდაცვის სამინისტრო უმეტესწილად მხოლოდ საკუთარ წყაროებს იშვებულებს და ბმულებს საკუთარი YouTube არხიდან ან ვებ-გვერდიდან აზიარებს. სასურველია, უწყებამ დანერგოს დაბალანსებული ინფორმაციის მიწოდების პრაქტიკა, რაშიც იგულისხმება როგორც საკუთარი, ასევე სხვა წყაროების აქტიურად გამოყენება. ოქტომბრამდე ძირითადად დაწესებულებების Facebook გვერდები იმედის, რუსთავი 2-ისა და საზოგადოებრივი მაუწყებლის სიუჟეტებს აზიარებდნენ.

About

სამშობლო ღირსება ერთგულება

Basic Info

Joined Facebook 04/01/2010

Location Georgia, Tbilisi, Gen. Kvinitadze str. №20, 0112 Tbilisi, Georgia

Contact Info

Phone +99532 910645

Website <http://www.mod.gov.ge>

მისასალმებელია, რომ უწყების ოფიციალური Facebook გვერდის “შესახებ” ნაწილში მითითებულია საკონტაქტო ტელეფონი, მისამართი და ოფიციალური ვებ-გვერდის მისამართი.

თუმცა, ამასთანავე, სასურველია, დაემატოს ინფორმაცია უწყების დაარსების, ისტორიის და ზოგადად საქმიანობის შესახებ.

თავდაცვის სამინისტროს Facebook გვერდი ერთ-ერთი ყველაზე დახურულია. მომხმარებელს გვერდზე მოსაზრების გაზიარების ან პირადი შეტყობინების გაგზავნის საშუალება არ აქვს. როგორც ზემოთ აღინიშნა, მოქალაქეთა კომენტარებს ადმინისტრაცია თითქმის არ ეხმაურება.

აუცილებელია, სამინისტროს ოფიციალურ Facebook-ზე გაიხსნას კედელი, გააქტიურდეს შეტყობინების გაგზავნისა ფუნქცია, ხოლო მოქალაქეთა კითხვები, კომენტარები და პრეტენზიები არ დარჩეს უპასუხოდ. სწორედ იმის გამო, რომ გვერდს გაუქმებული აქვს შეტყობინების გაგზავნის ფუნქცია, მონიტორინგის ფარგლებში ვერ მოხერხდა სატესტო კითხვების გაგზავნა და შესაბამისად, უწყების მხრიდან გამომხმარებლის დონისა და ხარისხის დადგენა.

შინაგან საქმეთა სამინისტრო

შინაგან საქმეთა სამინისტროს ოფიციალურმა Facebook გვერდმა 1 ოქტომბრის შემდეგ რამდენიმე საინტერესო ცვლილება განიცადა. პირველ რიგში, აღსანიშნავია, რომ გვერდს დაემატა კედელზე პოსტის განთავსების ფუნქცია, რაც მნიშვნელოვანი მექანიზმია უწყებასა და მოქალაქეს შორის კომუნიკაციისთვის. როგორც დაკვირვებამ ცხადყო, გვერდის ადმინისტრაცია საკმაოდ იშვიათად ეხმაურება მომხმარებლების მიერ დასმულ შეკითხვას თუ გამოთქმულ მოსაზრებას, თუმცა, თავად ის ფაქტი, რომ კედელზე მიწერის ფუნქცია გააქტიურდა, დადებითად მეტყველებს დაწესებულების იმიჯზე.



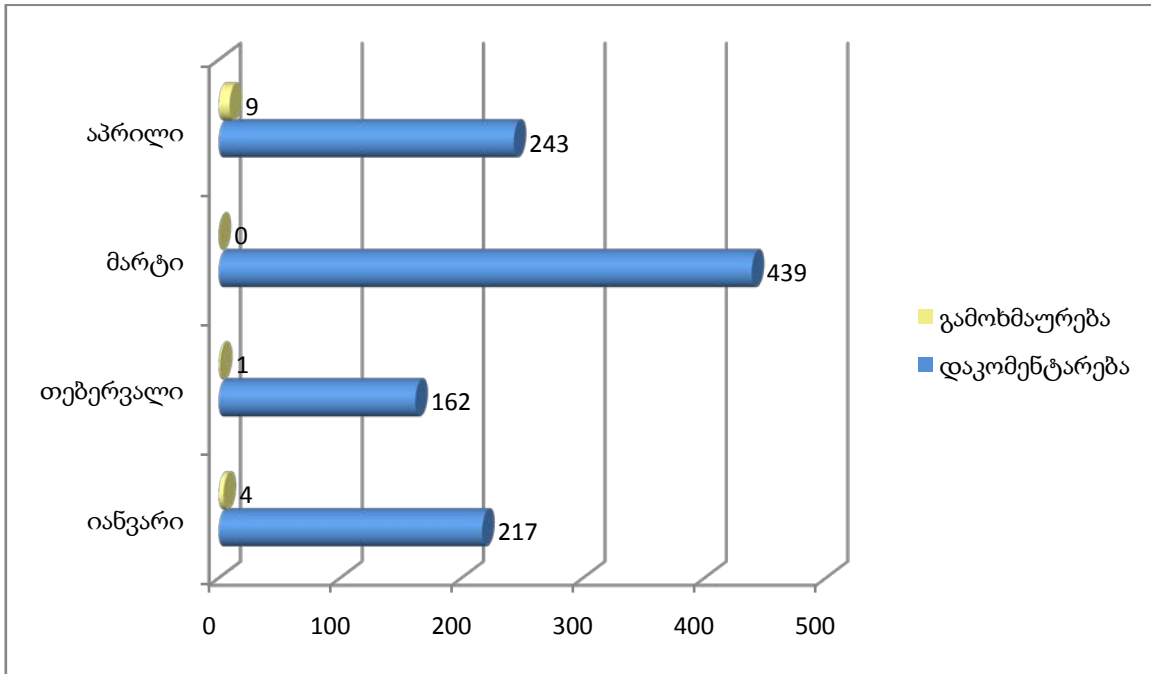
ასევე, განახლდა აპლიკაციების კომპონენტი. თუკი აქამდე შინაგან საქმეთა სამინისტროს გვერდზე იყო რამდენიმე აპლიკაცია, როგორებიცაა: „დაგვიკავშირდით“,

„სასარგებლო ბმულები“, „საინფორმაციო გვერდი“, „ინტერაქტიული რუკა“, „MIA“, რომლებიც ხშირ შემთხვევაში სათანადოდ არ ფუნქციონირებდა, განახლებულ გვერდს დაემატა მნიშვნელოვანი სერვისები: ხშირდ დასმული შეკითხვები, სიახლეები, Twitter-ი, YouTube არხი, სამინისტროს გვერდი Flickr-ზე. მისასალმებელია ხშირდ დასმული შეკითხვების ცალკე რუბრიკად შეთავაზება. კითხვები დაყოფილია თემატურად და მოქალაქეს შეუძლია მისთვის საინტერესო საკითხზე ინფორმაცია სწრაფად და მარტივად მოიპოვოს.

შინაგან საქმეთა სამინისტროს ოფიციალური გვერდი სიახლეებს ძირითადად ვიდეოების სახით განათავსებს, ასევე ხშირია ბმულების გაზიარება მინისტრის, ირაკლი ღარიბაშვილის ოფიციალური Facebook გვერდიდან თუ YouTube არხიდან. ფაქტობრივად, მინისტრის გვერდი სამინისტროს ოფიციალური გვერდის ინფორმაციის მთავარი წყაროა. სასურველია, დაინერგოს ბმულების სხვადასხვა წყაროებიდან გაზიარების პრაქტიკა.

უნდა აღინიშნოს, რომ გამოქვეყნებულ სიახლეებზე მოქალაქეთა გამოხმაურება კითხვებისა და კომენტარების სახით უმეტეს შემთხვევაში უყურადღებოდ რჩება. რაც

შეეხება პირადი მესიჯის სახით გაგზავნილ შეტყობინებებზე რეაგირებას, 50 კითხვიდან 32-ს გასცა პასუხი, რაც ნორმალური შედეგია, მით უმეტეს, თუ შევადარებთ პირველ ანაგრიშს, სადაც აღრიცხულია, რომ დროის გარკვეულ მონაკვეთში გაგზავნილი კითხვებიდან უწყებას არცერთზე არ უპასუხია.

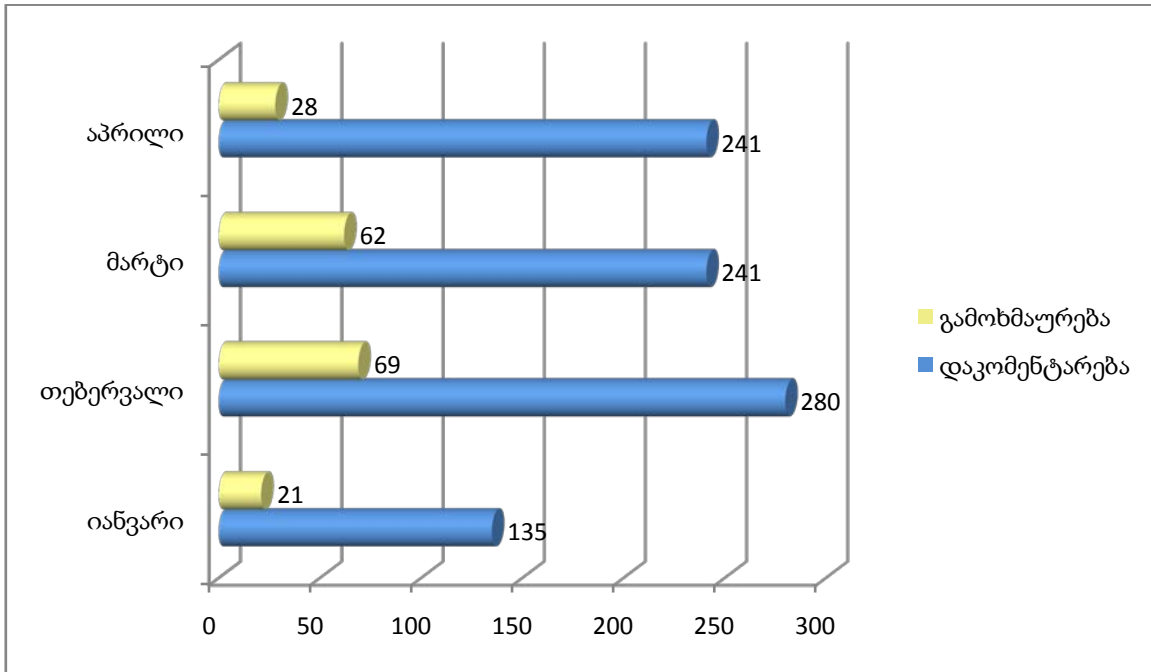


სასურველია, მოქალაქეთა მეტი ჩართულობის უზრუნველსაყოფად, გვერდის ადმინისტრაცია გამოეხმაუროს მომხმარებელთა კომენტარებს; ასევე, თავდაცვის სამინისტროს Facebook გვერდის მაგალითზე, უწყებამ განყოფილებაში „შესახებ“ დაამატოს საკონტაქტო ინფორმაცია, ხოლო მომხმარებელთა ნდობის მოსაპოვებლად დაბალანსებული, რამდენიმე წყაროზე დაყრდნობილი ინფორმაცია გაავრცელოს.

შრომის, ჯანმრთელობისა და სოციალური დაცვის სამინისტრო

ინფორმაციის თავისუფლების განვითარების ინსტიტუტის მიერ მომზადებულ პირველ კვლევაში ჯანდაცვის სამინისტროს Facebook გვერდის მუშაობა საკმაოდ კარგად შეფასდა, რადგან უწყებამ პირადი შეტყობინების სახით გაგზავნილ ყველა შეკითხვას უპასუხა, გვერდის ადმინისტრაცია მომხმარებლების მიერ წამოჭრილ პრობლემასა თუ დასმულ კითხვებსაც ეხმაურებოდა. ჯანდაცვის სამინისტროს Facebook ადმინისტრაცია აგრძელებს ამ ტენდენციას და რეაგირებას ახდენს, როგორც კომენტარების სახით

დაწერილ მიმართვებზე, ასევე, პირადი შეტყობინების ფორმით გაგზავნილ წერილებზე. მთელი პროექტის მანძილზე გაგზავნილი 50 შეკითხვიდან ადმინისტრატორებმა 41-ს გასცეს პასუხი. პირველი ანგარიშის შედეგებითაც ჯანდაცვის სამინისტრომ ყველა გაგზავნილ შეკითხვას უპასუხა. მისასალმებელია, რომ ეს ტენდენცია შენარჩუნდა. მოცემული გრაფიკი ასახავს მოქალაქეთა კომენტარებზე უწყების გამოხმაურების დონეს:



როგორც გრაფიკიდან ჩანს, ჯანდაცვის სამინისტრო საკმაოდ აქტიურად ეხმაურება სოციალურ ქსელში მოქალაქეების მიერ წამოჭრილ საკითხებს, მაქსიმალურად ცდილობს, დასმულ შეკითხვებსა თუ მოსაზრებებს პასუხი გასცეს. რაც შეეხება უწყების მიერ ინტეგრირებულ აპლიკაციებს, გარდა YouTube და Twitter გვერდებისა, ჯანდაცვის სამინისტროს Facebook გვერდზე განსაკუთრებული და სპეციფიური აპლიკაციები არ არის გააქტიურებული. იქიდან გამომდინარე, რომ ჯანდაცვის საკითხებით საზოგადოებრივი დაინტერესების დონე ძალიან მაღალია, რეკომენდირებულია მოხდეს დაწესებულების გვერდზე ისეთი აპლიკაციების ინტეგრირება, რომლებიც ხელს შეუწყობს გვერდის სადისკუსიო პლატფორმად გარდაქმნას.

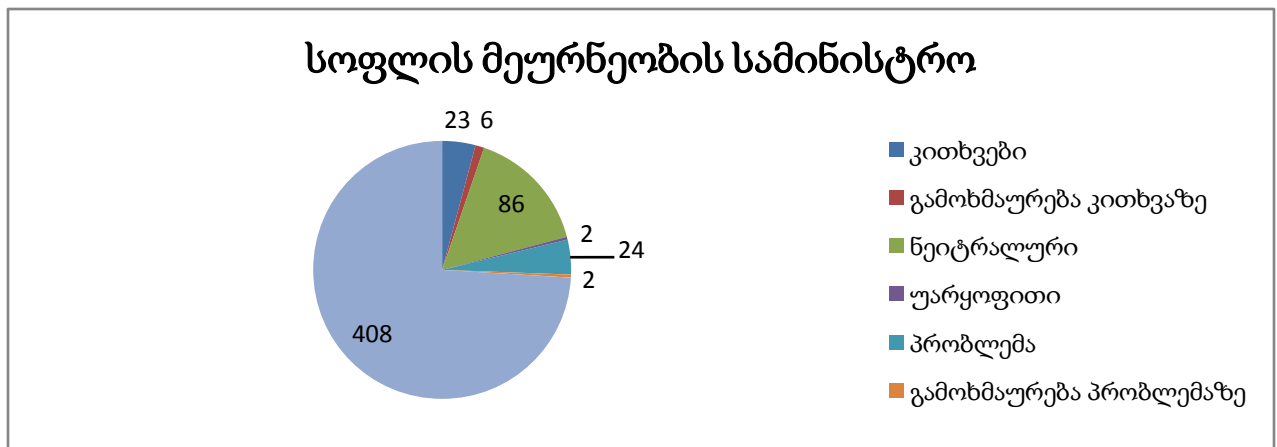
აღსანიშნავი და მისასალმებელი ფაქტია უწყების მიერ მრავალფეროვან წყაროებზე დაყრდნობით ინფორმაციის გავრცელება. ჯანდაცვის სამინისტროს Facebook გვერდზე, გარდა საკუთარი წყაროებისა, სხვადასხვა ელ-გაზეთის, პორტალის თუ ტელევიზიის გვერდიდან გაზიარებულ სიახლეს ვხვდებით. ეს მომხმრებელს საშუალებას აძლევს კონკრეტული მოვლენა რამდენიმე კუთხით დაინახოს მედიის სხვადასხვა

წარმომადგენლის წყაროზე დაყრდნობით. შესაბამისად, ჯანდაცვის სამინისტრო სიახლეს ძირითადად ბმულების სახით აზიარებს.

როგორც უკვე აღინიშნა, უწყებისადმი მაღალი საზოგადოებრივი ინტერესის გამო, სასურველია, მისი Facebook კედელი გაიხსნას მოქალაქეებთან კომუნიკაციის გასამარტივებლად კი დაინერგოს ისეთი აპლიკაცია, რომელიც დისკუსიას გააადვილებს და მიმზიდველს გახდის მოქალაქისთვის, მაგალითად - ფორუმი.

სოფლის მეურნეობის სამინისტრო

სოფლის მეურნეობის სამინისტროს Facebook გვერდზე 1 ოქტომბრის შემდეგ



მნიშვნელოვნად გაიზარდა მოქალაქეების კომენტარებზე გამოხმაურების სტატისტიკა. მოცემული ჩარტი ასახავს მდგომარეობას არჩევნებამდე.

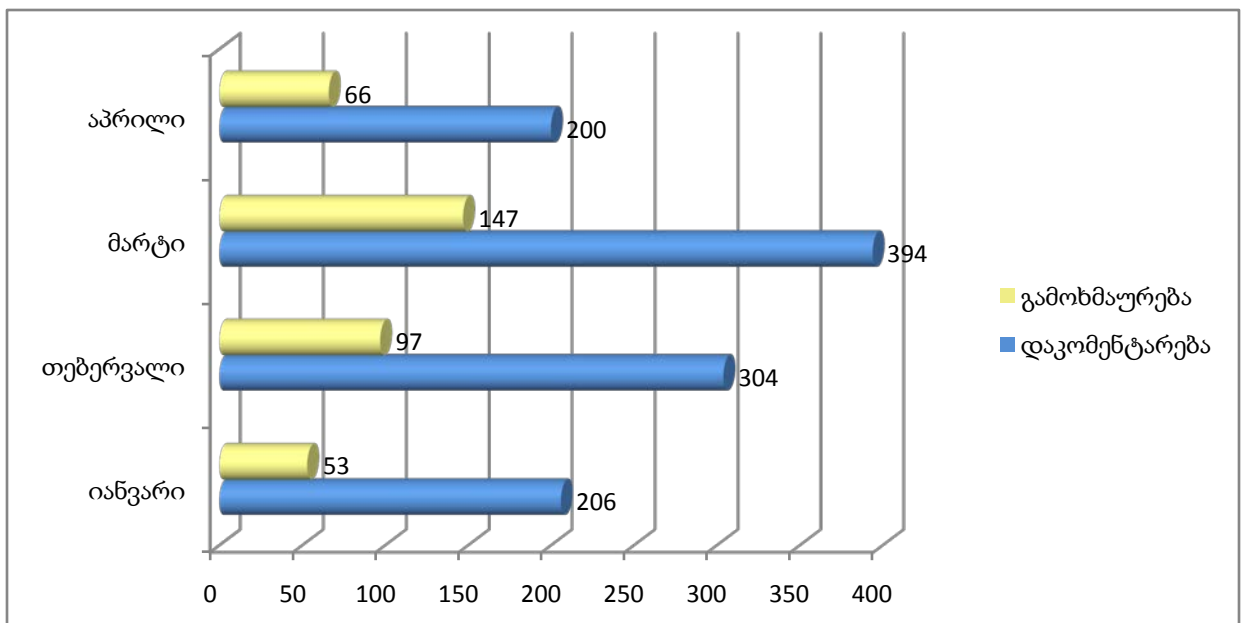
1 ოქტომბრის შემდეგ მდგომარეობა შეიცვალა და მომხმარებლების მოსაზრებებზე აქტიურად ხდება გამოხმაურება.

თუმცა ეს არ არის ერთადერთი პოზიტიური ცვლილება. წინა ხელისუფლების პირობებში სამინისტროს Facebook იყო ერთ-ერთი ყველაზე დახურული გვერდი -- გაუქმებული იყო როგორც პირადი შეტყობინების გაგზავნის, ასევე კედელზე პოსტის განთავსების ფუნქცია. დღეს

ეს ხარვეზები გამოსწორებულია და უწყების გვერდზე ორივე ფუნქცია აღდგენილია. რაც მიანიშნებს იმაზე, რომ სამინისტრო ცდილობს უფრო ტრანსპარანტული გახდეს მოქალაქეებთან ორმხრივი კომუნიკაციის საშუალებით.

რუბრიკა „გვერდის შესახებ“ ასევე საკმაოდ სრულყოფილია და მოიცავს საკონტაქტო ინფორმაციის დეტალებს, თუმცა, აუცილებელია დაემატოს აღწერა, უწყების მისია, მიზანი და მოდერაციის წესები. იქიდან გამომდინარე, რომ მოქალაქეები საკმაოდ აქტიურობენ კომენტარების განთავსებისას, აუცილებელია დაწესდეს მოდერაციის წესები, რათა თავიდან ავიცილოთ თემიდან გადახვევა და უცენზურო პოსტები.

ინფორმაციის თავისუფლების განვითარების ინსტიტუტი პირველ ანგარიშში წერდა, რომ სოფლის მეურნეობის სამინისტროს პოპულარობა და გამომწერთა რაოდენობა ძირითადად განპირობებული იყო აპლიკაციით „მელვინე“. სექტემბრის მონაცემებით სამინისტროს ოფიციალურ Facebook გვერდს 33 461 გამომწერი ჰყავდა; დღეისთვის ამ ციფრმა მხოლოდ მცირედით მოიმატა და სამინისტროს ამჟამად ჰყავს 35 762 გამომწერი. სასურველია, უწყებამ მოქალაქეები მიიზიდოს საინტერესო დისკუსიებით, ინტერაქციული აპლიკაციებით და არა თამაშების აპლიკაციებით. იქიდან გამომდინარე, რომ „მელვინეს“ გამარჯვებულები გამოვლინდნენ, სასურველია, მოხდეს მისი ამოღება გვერდიდან, მის ნაცვლად კი ინტეგრირებულ იქნეს საინტერესო და ინტერაქციული



საკომუნიკაციო მექანიზმი.

რაც შეეხება Facebook მესიჯებზე პასუხს, ამ მხრივაც უწყებამ პროგრესი განიცადა. პროექტის მანძილზე გაგზავნილი 50 შეკითხვიდან 41-ს გასცა პასუხი.

ფინანსთა სამინისტრო

ფინანსთა სამინისტროს Facebook გვერდმა მნიშვნელოვანი პროგრესი განიცადა 1 ოქტომბრის შემდეგ. კერძოდ, თუკი არჩევნებამდე კედელიც დახურული ჰქონდათ და შეტყობინების გაგზავნის ფუნქციაც გაუქმებული, დღეს ეს ხარვეზები გამოსწორებულია და ორივე ფუნქცია სრულფასოვნად არის ხელმისაწვდომი. თუმცა, აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ გვერდზე ჯერჯერობით არცერთი უკუკავშირი არ დაფიქსირებულა. მოქალაქეების განსაკუთრებული აქტიურობა არც კომენტარებში შეინიშნება. მონიტორინგის განმავლობაში მომხმარებლების მხრიდან დაისმული შეკითხვებიდან, სამინისტრომ მხოლოდ რამდენიმეს უპასუხა. აუცილებელია აღიკვეთოს შერჩევითი პასუხის გაცემის პრაქტიკა და ყველა მოქალაქის შეკითხვას თანაბრად იქნეს პასუხგაცემული.

პოზიტიურად შეიძლება შეფასდეს რუბრიკა „გვერდის შესახებ“. სამინისტრომ უზრუნველყო მისამართისა და დაწესებულების ოფიციალური ელ-რესურსების მისამართების განთავსება, თუმცა, უფრო ვრცელი საკონტაქტო ინფორმაცია უნდა იქნეს მიწოდებული გვერდის მომხმარებლისთვის.

დადებითი ტენდენციაა ისიც, რომ უწყება მხოლოდ საკუთარ წყაროებს არ ეყრდნობა და აზრიარებს სხვადასხვა სამინისტროების თუ მედიასაშუალებების ბმულებს.

რაც შეეხება კითხვებზე პასუხის გაცემის სტატისტიკას, პროექტის განმავლობაში Facebook-ზე გაგზავნილი 50 შეკითხვიდან უწყებამ 39-ს უპასუხა, რაც გაგზავნილი კითხვების თითქმის 80%-ს შეადგენს და საკმაოდ კარგად მეტყველებს უწყების მოქალაქეებთან კომუნიკაციის დონეზე.

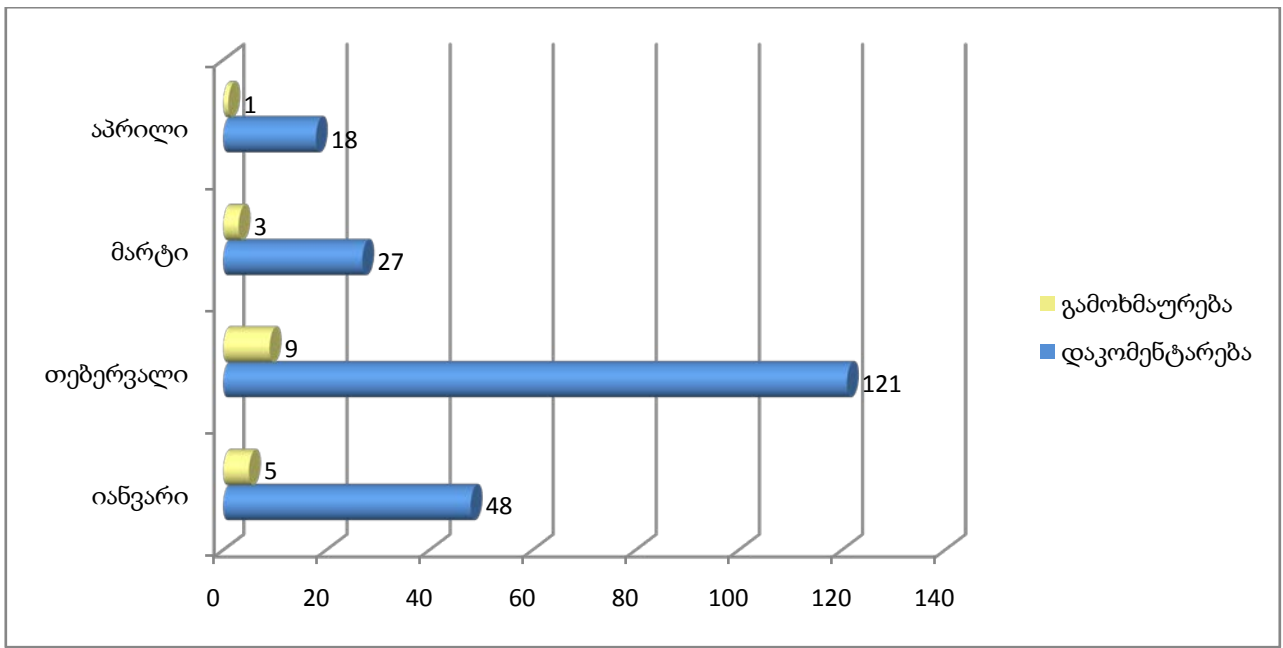
რაც შეეხება აპლიკაციებს, სამინისტრო არ იყენებს ინოვაციურ აპლიკაციებს, გვერდზე ინტეგრირებული აქვს მხოლოდ ოფიციალური YouTube და Twitter ანგარიშები. ეს უკანასკნელი ბოლო დროს არ განახლებულა, ბოლო სიახლე დაახლოებით ერთი წლის წინ განთავსდა. აუცილებელია მოხდეს ამ სოციალური ქსელის ამუშავება, ან მისი ამოღება აპლიკაციების სიიდან.

იქიდან გამომდინარე, რომ მოქალაქეები პასიურობენ უწყების გვერდზე, სასურველია, დაწესებულებამ მათ მოუწოდოს აქტიურობისკენ და წახალისოს დისკუსიები ინოვაციური აპლიკაციების დანერგვის გზით.

ენერგეტიკისა და ბუნებრივი რესურსების სამინისტრო

ენერგეტიკის სამინისტროს შემთხვევა ძალიან საინტერესოა, რადგან მათში უწყებამ ოფიციალური Facebook გვერდი გააუქმა. სამინისტროს ვებ-გვერდი ოფიციალური გვერდის იდენტიფიცირების ერთადერთი საშუალებაა, მასზე არსებული Facebook ლილავს კი არ გადავყავართ არცერთ გვერდზე, ეს იმას ნიშნავს, რომ უწყებას ოფიციალური Facebook გვერდი აღარ გააჩნია.

გვერდის გაუქმებამდე მონიტორინგის პერიოდში შემდეგი ტენდენციები გამოვლინდა: ენერგეტიკის სამინისტროს არჩევნებამდეც კედელი ღია ჰქონდა და შეტყობინების გაგზავნის ფუნქცია გააქტიურებული. არ შეცვლილა სიახლეების განთავსების სტრატეგია -- სამინისტრო სიახლეებს ძირითადად ვიდეოებისა და ბმულების სახით განათავსებდა. მომხმრებლების მხირდან ინტერესი საკმაოდ დიდი იყო, რასაც უწყება შეძლებისადაგვარად ეხმაურებოდა.

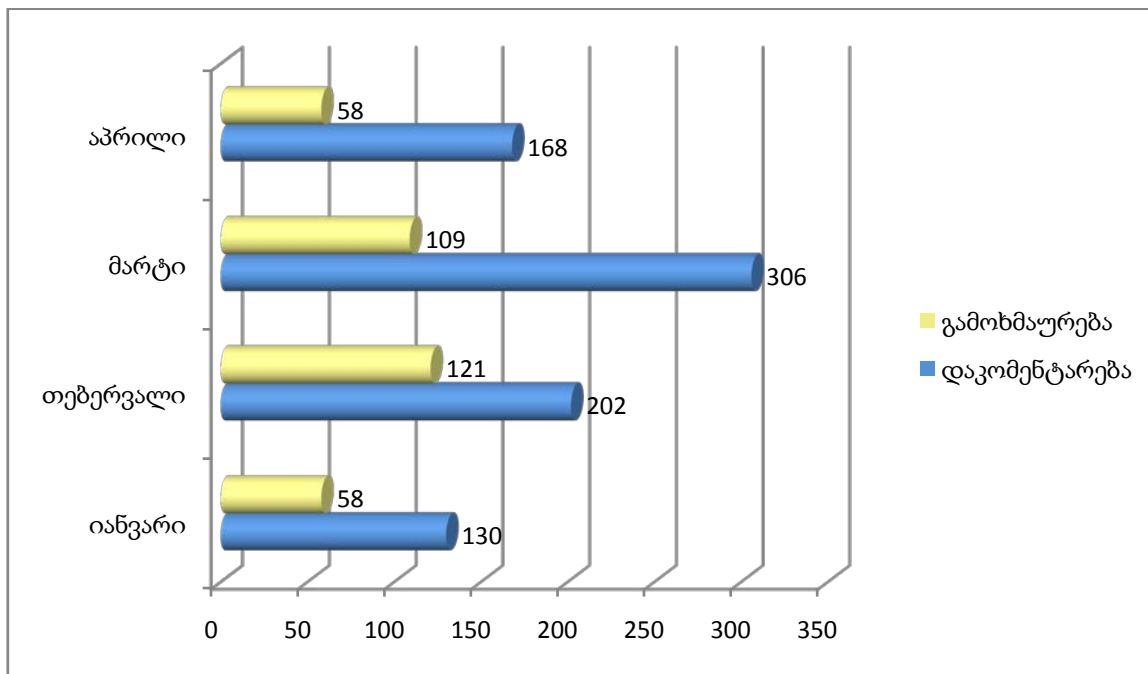


სამინისტროს Facebook გვერდის მთავარი საინფორმაციო წყარო მინისტრის, კახა კალაძის ოფიციალური გვერდი იყო, შესაძლოა მინისტრის პირადი გვერდი აქციოს სამინისტრომ თავის ოფიციალურ გვერდად. ასეთი პრაქტიკის უარყოფითი მხარეებზე არაერთხელ გავამახვილეთ ყურადღება. შესაბამისად, რეკომენდირებულია, აღდგეს ძველი გვერდი, რომელსაც გამომწერების საკმარისი რაოდენობა ჰყავდა და ელჩართულობის კუთხით მეტნაკლებად სწორი სტრატეგია ჰქონდა არჩეული.

რეგიონული განვითარებისა და ინფრასტრუქტურის სამინისტრო

მთავარი ცვლილება, რაც რეგიონული განვითარებისა და ინფრასტრუქტურის სამინისტროს ოფიციალურმა გვერდმა განიცადა ბოლო ნახევარი წლის მანძილზე, არის დახურული კედლის გახსნა მოქალაქეთა კომენტარებისა და მოსაზრებებისთვის. მომხმარებლები ძალიან აქტიურად იყენებენ ამ ფუნქციას და დღის განმავლობაში რამდენიმე ბმულს, მოსაზრებას ან შეკითხვას განათავსებენ. თავად უწყებაც აქტიურად აზიარებს სიახლეებს, უფრო ხშირად ბმულების სახით, თუმცა, შინაგან საქმეთა სამინისტროს მსგავსად, ძირითადად მინისტრის, დავით ნარმანიას პირადი Facebook-ს იყენებს წყაროდ, თუმცა, ამასთანავე მიმართავს სხვა უწყებებისა და მედია საშუალებებების წყაროებს, რაც სამაგალითოა სხვა დაწესებულებების Facebook გვერდებისთვის.

სამინისტრო გამორჩევა მოქალაქეების მიერ განთავსებულ კითხვებსა და მოსაზრებებზე პასუხის გაცემის კუთხით. მოცემულ გრაფიკში კარგად ჩანს რომ საჯარო დაწესებულების აქტიურობა მოქალაქეებთან კომუნიკაციაში საკმაოდ მაღალია, რაც მისასაღმებელი ტენდენციაა.



კარგი შედეგი აჩვენა სატესტო კითხვების ექსპერიმენტმაც: პროექტის მანძილზე გაგზავნილი 50 შეკითხვიდან უწყებამ 40-ს გასცა პასუხი. აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ უწყებამ 1 ოქტომბრამდე გაგზავნილი საცდელი შეკითხვების უმრავლესობას გასცა პასუხი.

სამინისტროს Facebook გვერდი აპლიკაციების სიმცირეს განიცდის. გვერდზე ინტეგრირებულია მხოლოდ YouTube-ისა და Twitter -ის ანგარიშები, თუმცა, ორივე აპლიკაცია ტექნიკური ხარვეზის გამო გაუმართავად მუშაობს. აუცილებელია ეს პრობლემა გამოსწორდეს და დაემატოს სხვა საკომუნიკაციო სერვისებიც.

განათლებისა და მეცნიერების სამინისტრო

განათლებისა და მეცნიერების სამინისტრო საუკეთესო შედეგი აქვს მოქალაქეებთან კომუნიკაციის კუთხით, რადგან Facebook გვერდზე დაფიქსირებულ შეკითხვებსა და

კომენტარებს აქტიურად პასუხობს. გრაფიკიდანაც ჩანს, რომ მონიტორინგის პერიოდში მაღალი იყო მომხმარებელთა აქტიურობაც.

შესაძლოა ეს იმით აიხსნას, რომ განათლების სამინისტროს კედელიც დახურული აქვს და მესიჯის გაგზავნის ფუნქციაც გაუქმებული, შესაბამისად, ყველა კითხვა, მოსაზრება თუ პრობლემა თავს იყრის უწყების მიერ განთავსებული სიახლეების კომენტარების ველში. ეს ერთი მხრივ პრობლემას წარმოადგენს როგორც გვერდის ადმინისტრაციისთვის, ასევე მომხმარებლისთვის, ამიტომ, აუცილებელია გვერდს დაემატოს შეტყობინების გაგზავნის ფუნქცია და გაიხსნას კედელი.

გვერდის განყოფილებაში - „შესახებ“ განთავსებულია სამინისტროს მისამართი, ელ-ფოსტა და ონლაინ რესურსების მისამართები, ასევე ვრცლად არის ახსნილი საჯარო უწყების მისია, რაც მისასაღმებელია, თუმცა, ასევე, სასურველია, დაემატოს Facebook-ს მომხმარებლებისთვის ინფორმაცია გვერდის ფუნქციონირებასთან დაკავშირებით.

მაგალითად შეგვიძლია მოვიყვანოთ შეერთებული შტატების განათლების დეპარტამენტის მდივანის, არნ ლუნკანის Facebook გვერდი, რომელიც შტატების განათლების დეპარტამენტის ოფიციალურ საიტზეა მითითებული, რუბრიკაში „გვერდის შესახებ“ ლუნკანი პირადად წერს, რომ თუ მომხმარებელს ინფორმაციის ოფიციალური წყაროს ნახვა სურს, უნდა გადავიდეს დეპარტამენტის ოფიციალურ გვერდზე. ამასთან, ამავე გვერდზე განთავსებულია ე.წ. კომენტარების დატოვების წესები, სადაც ახსნილია, თუ რა ტიპის კომენტარები წაიშლება. ეს სამაგალითო პრაქტიკაა ქართულ ელ-სივრცეში დასაწერად.

საქართველოს განათლებისა და მეცნიერების სამინისტროს Facebook გვერდი არ

About

Welcome to my page. If you're looking for the official source of information about the U.S. Department of Education, please visit our homepage at www.ed.gov.

About Me

I believe education is THE civil rights issue of our generation, the only sure pathway out of poverty, and the only way to achieve a more equal and just society. Our goal should be to give children schools that combine passionate, caring adults, teams of students learning together by helping each other and pushing each other, and the highest expectations for everyone.

If every child had the chance to have that kind of learning environment, education in this country would reach an entirely different level... It would change students' lives.

Comment Policy: <http://www2.ed.gov/about/overview/focus/facebook-comments.html>

Education Info

College:
University of Chicago Laboratory Schools, Harvard University '87
Sociology

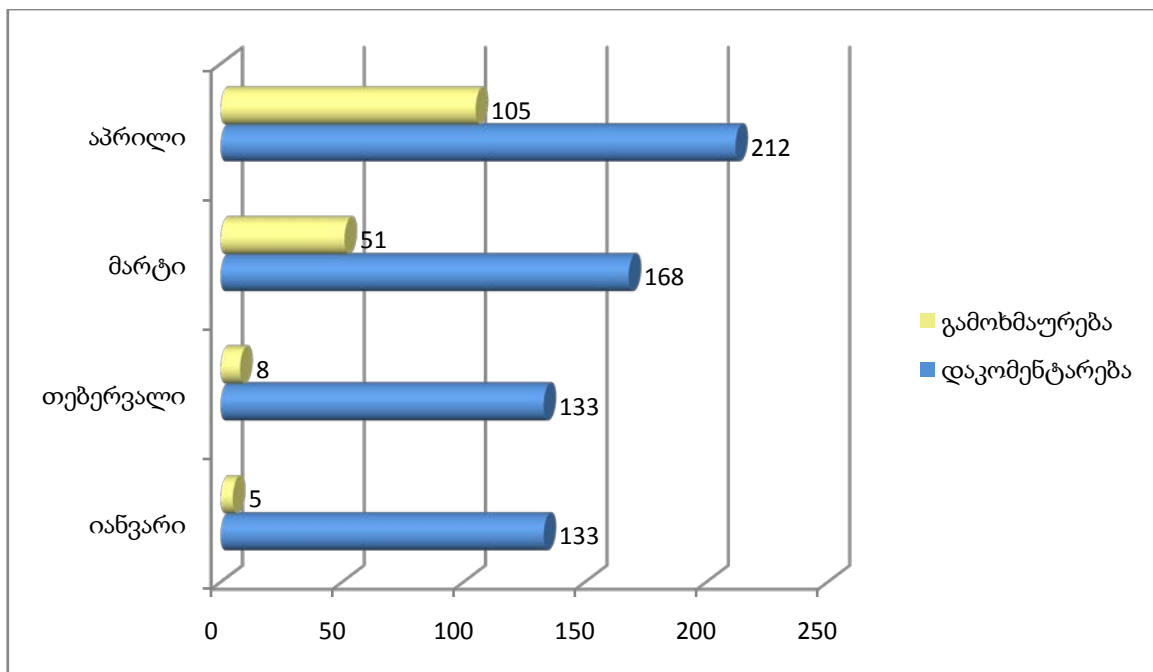
გამოირჩევა ინოვაციური აპლიკაციებით. ამ პრობლემის გადასაჭრელად და უწყებასა და მოქალაქეს შორის კომუნიკაციის გასამარტივებლად, აუცილებელია დაინერგოს ისეთი ინტერაქციული აპლიკაციები, როგორცაა, მაგალითად, ფორუმი. მონიტორინგისას აშკარად გამოჩნდა, რომ მომხმარებელთა სიმრავლის გამო, ხშირ შემთხვევაში მოქალაქე დასმულ შეკთხვაზე გაცემულ პასუხს ვეღარ ნახულობს და ერთიდაიგივე კითხვა თუ პრობლემა რამდენჯერმე არის

წამოყენებული. ამისთვის საუკეთესო გამოსავალია ხშირად დასმული შეკითხვების რუბრიკის შეთავაზება, სადაც საკითხები თემატურად დაიყოფა და თითოეული მოქალაქე მისთვის საინტერესო თემაზე ამომწურავ ინფორმაციას მიიღებს.

გარდა ამისა, სასურველია სამინისტრომ დაწეროს სხვადასხვა წყაროზე დაყრდნობით სიახლეების გავრცელების პრაქტიკა.

იძულებით გადაადგილებულ პირთა განსახლებისა დალტილვილთა სამინისტრო

მთავარი ცვლილება რაც იძულებით გადაადგილებულ პირთა განსახლებისა დალტილვილთა სამინისტროს Facebook გვერდმა არჩევნების შემდეგ განიცადა არის შეტყობინების გაგზავნის ფუნქციის აღდგენა. სატესტო კითხვების ექსპერიმენტის შედეგად კი გაირკვა, რომ დევნილთა სამინისტრო საკმაოდ აქტიურად ეხმაურება პირად მესიჯებად გაგზავნილ შეტყობინებებს. 50 შეკითხვიდან ადმინისტრატორმა 37-ს უპასუხა, რაც საკმაოდ მაღალი მაჩვენებელია. ჯერ კიდევ არჩევნებამდე, ამ უწყების Facebook გვერდი გამოირჩეოდა მაღალი აქტიურობით და მოქალაქეებთან კომუნიკაციის მაღალი ხარისხით. ეს პრაქტიკა დღემდე გრძელდება და უწყების გვერდზე დატოვებული მოქალაქეთა შეკითხვები თუ კომენტარები მეტწილად უყურადღებოდ არ რჩება:



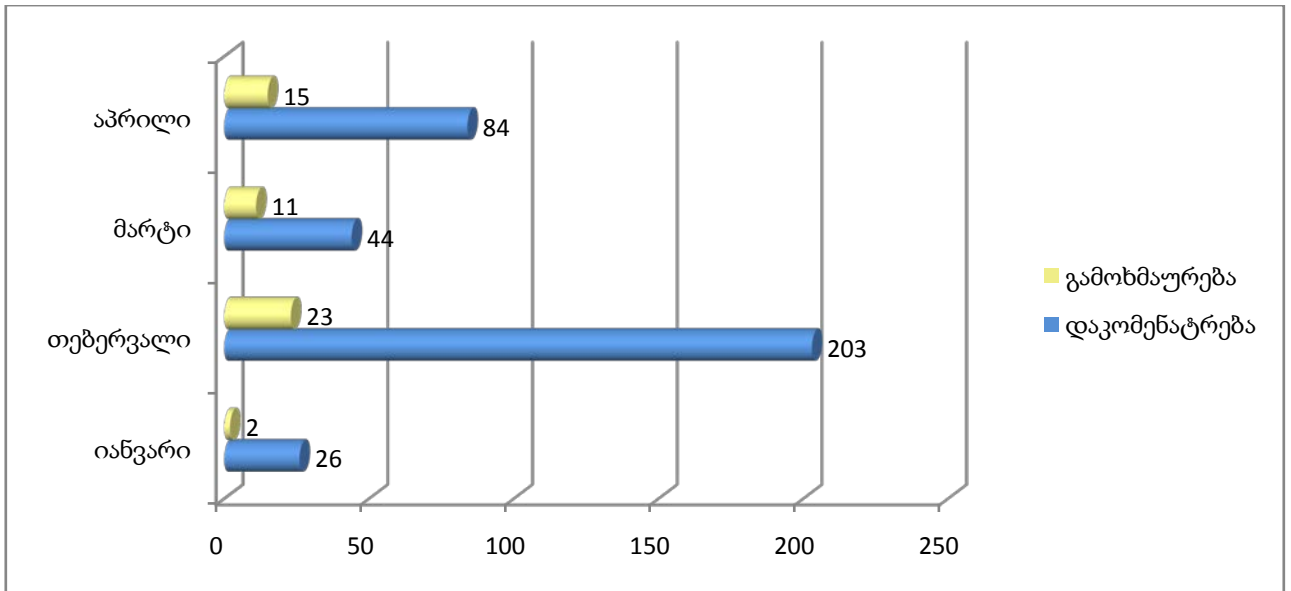
გვერდი რუბრიკაში - „შესახებ“ საკმაოდ დეტალურ საკონტაქტო ინფორმაციას გვთავაზობს, თუმცა, რეკომენდირებულია მოქალაქეთა ამგვარი აქტიურობის ფონზე მოდერაციის წესების შემუშავება და მათი მომხმარებელთათვის გაცნობა. გვერდი არ გამოირჩევა ინოვაციური და ინტერაქციული სერვისების სიმრავლით. აპლიკაციების რუბრიკაში ხელმისაწვდომია უწყების YouTube-ის, Twitter-ისა და Flickr-ის ოფიციალური გვერდების ლინკები. როგორც ჩანს, იძულებით გადაადგილებულ პირთა განსახლების დალტილვითა სამინისტრო კვლავ აქტიურად იყენებს Twitter-ს, როგორც საკომუნიკაციო მექანიზმს.

მოქალაქეების მხრიდან სამინისტროს საქმიანობით დიდი დაინტერესების ფონზე, სასურველია, დევნილთა სამინისტროს Facebook გვერდის ადმინისტრაციამ გახსნას კედელი რაც ხელს შეუწყობს ეფექტურ კომუნიკაციას.

ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტრო

ეკონომიკის სამინისტროს Facebook გვერდზე 1 ოქტომბრამდე არც პირადი შეტყობინების გაგზავნის საშუალება იყო და არც კედელი იყო ღია მომხმარებლისთვის. ხშირად ფიქსირდებოდა კომენტარების გაუფრთხილებლად წაშლის შემთხვევაც. დღესდღეისობით უწყების კედელი ღიაა მოქალაქეთა მოსაზრებებისთვის, ხოლო შეტყობინების გაგზავნის ფუნქცია -გააქტიურებული. ამასთან, ხაზგასმით უნდა აღინიშნოს, რომ ამ კუთხით სამინისტრომ საუკეთესო შედეგი აჩვენა დანარჩენ საკვლევ ობიექტებთან შედარებით. გაგზავნილი 50 შეკითხვიდან პასუხი 45-ზე მივიღეთ. მისასალმებელია, რომ გვერდის ადმინისტრატორები გაუფრთხილებლად კომენტარის წაშლის ნაცვლად, უცენზურო კომენტარების ავტორებს მოუწოდებენ კორექტულობისკენ. ასევე, დაფიქსირდა შემთხვევა, როცა ადმინისტრატორმა მომხმარებელს მოუწოდა განთავსებულ სიახლესთან შეუსაბამო კომენტარის

დატოვებისგან თავი შეეკავებინა. მიუხედავად ამისა, სურველია, დაკომენტარების წესები და მოდერაციის სტრატეგია ხელმისაწვდომი იყოს რუბრიკაში „გვერდის შესახებ“. ამ კომპონენტში ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტრო საკმაოდ ამომწურავად გვთავაზობს საკონტაქტო ინფორმაციას. რაც შეეხება მოქალაქეთა კომენტარებზე გამოხმაურების ხარისხს, სამინისტრომ ამ მხრივაც გამოსწორა მუშაობა. თუკი პირველ ოქტომბრამდე მომხმარებლის კომენტარები უყურდლებოდ რჩებოდა, დღეს შემდეგი მდგომარეობაა:



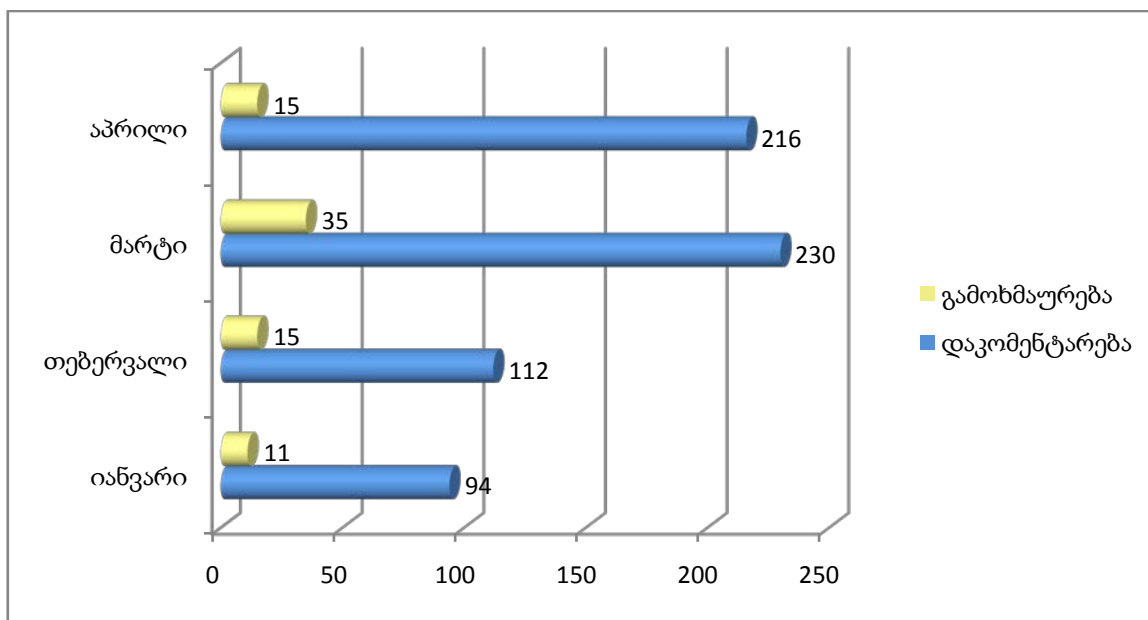
სასურველია, რომ სამინისტროს გვერდზე მოხდეს საინტერესო და ინტერაქციული აპლიკაციების ინტეგრაცია, რაც კიდევ უფრო გაამარტივებს უწყებისა და მოქალაქის ურთიერთობას და დაწერგავს ეფექტური კომუნიკაციის პრაქტიკას.

თემასთან რელევანტურია IDFI-ს მიერ რამდენიმე თვის წინ მომზადებული ბლოგ-პოსტი, რომელიც გერმანიის ფედერალური სამინისტროების Facebook გვერდების მოკლე მიმოხილვას მოიცავს. იქიდან გამომდინარე, რომ განხილულთაგან ერთ-ერთი ეკონომიკური განვითარებისა და თანამშრომლობის ფედერალური სამინისტროს Facebook გვერდია, სასურველია, მისმა ქართულმა ანალოგმა გაითვალისწინოს სტატიაში მოცემული მაგალითები და რეკომენდაციები.⁵

⁵ <http://goo.gl/h7P8z>

გარემოს დაცვის სამინისტრო

არჩევნების შემდეგ გარემოს დაცვის სამინისტრომ მომხმარებელთა პოსტებისთვის კედელი გახსნა. IDFI-ს პირველი ანგარიშის მონაცემების გათვალისწინებით, უწყებამ გააუმჯობესა მოქალაქეებთან კომუნიკაციის ხარისხი. თუკი რამდენიმე თვის მანძილზე მომხმარებლების მიერ განთავსებული კომენტარებზე გარემოს დაცვის სამინისტროს გამოხმაურება იყო მინიმალური, დღეს ეს მდგომარეობა მნიშვნელოვნად შეიცვალა:



კარგი შედეგი მივიღეთ სატესტო კითხვების გაგზავნის შედეგად. პროექტის მანძილზე გაგზავნილი 50 შეკითხვიდან სამინისტრომ 44-ს უპასუხა. პირველი ანგარიშის მიხედვით კი უწყების Facebook გვერდზე ამ მხრივაც ფიქსირდებოდა პრობლემები.

გვერდის ინფორმაციული ნაწილიც საკმაოდ დეტალურად აღწერს სამინისტროს საკონტაქტო ინფორმაციას, მისიასა და ისტორიას, რაც დადებითი ტენდენციაა. სასურველია, ასევე დაემატოს ინფორმაცია დაკომენტარების წესების და მოდერაციის შესახებ.

About

საქართველოს გარემოსა და ბუნებრივი რესურსების დაცვის სამინისტრო
Ministry of Environment and Natural Resources Protection of Georgia

Mission

სამინისტროს ერთ-ერთ უმნიშვნელოვანესი ამოცანაა ქვეყნის მდგრადი განვითარების ხელშეწყობა; გარემოს დაცვის დაგეგმვის სისტემის ორგანიზება; გარემოს დაცვის სფეროში სახელმწიფო პოლიტიკის, მიზნობრივი პროგრამების, გარემოს დაცვის მდგრადი განვითარების სტრატეგიის, მოქმედებათა ეროვნული პროგრამის და სამენეჯმენტო გეგმების შემუშავება და განხორციელება, ატმოსფერული ჰაერის, წყლის, მიწის, წიაღისა და ბიომრავალფეროვნების, ქვეყნისათვის დამანასიათებელი იშვიათი, საფრთხის წინაშე მყოფი ფლორისა და ფაუნის სახეობების, თვითმყოფადი ლანდშაფტებისა და ეკოსისტემების დაცვა და შენარჩუნება, წარჩენების და კიბიური ნივთიერებების სფეროში სახელმწიფო მართვის (რეგულირება, ლიცენზირება, აღრიცხვა, ზედამხედველობა და კონტროლი) ფუნქციის განხორციელება; თავისი კომპეტენციის ფარგლებში გარემოს დაცვის სფეროში საქართველოს კანონმდებლობით დადგენილი და საერთაშორისო ვალდებულებათა შესრულება.

Basic Info

Founded November 4, 2012

Location გულუას ქ. 6, 0114 Tbilisi, Georgia


Contact Info

Phone +995 32 272 72 24, +995 32 272 72 34

Email pr@moe.gov.ge

Website <http://moe.gov.ge>

History by Year

2011  გარემოს დაცვის დღე

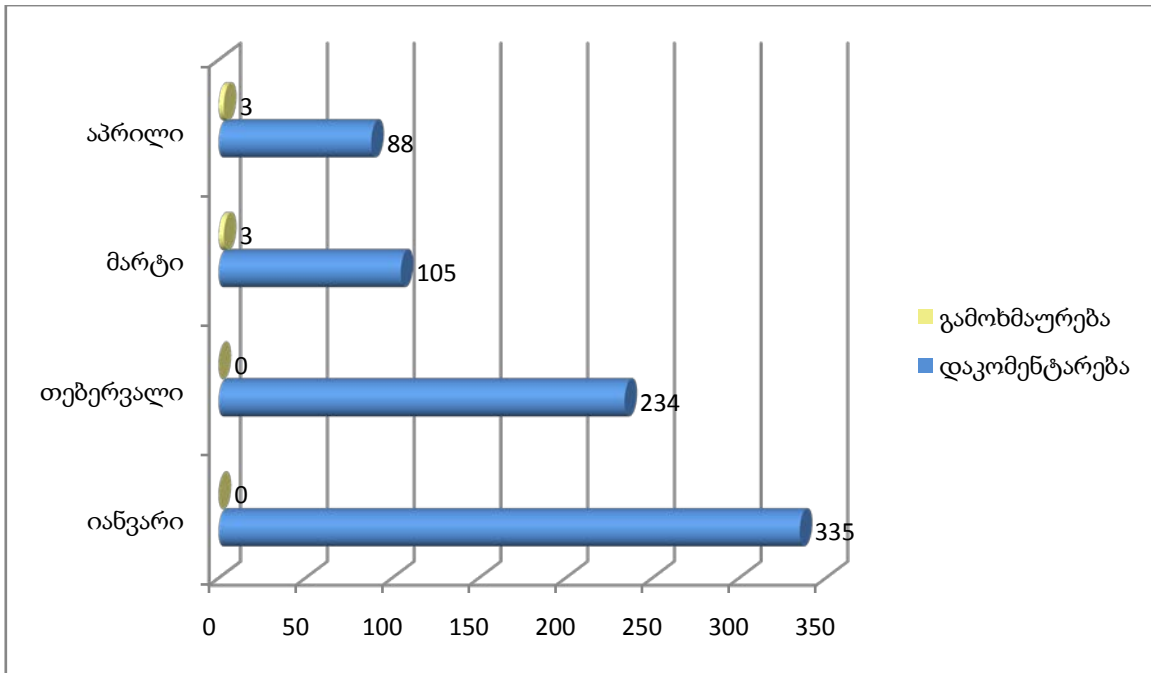
ასევე, გარემოს დაცვის Facebook გვერდზე აპლიკაციების განყოფილებაში განთავსებულია დაგეგმილი და უკვე განხორციელებული ღონისძიებების კალენდარი, რაც მოქალაქეს უადვილებს დაგეგმოს მომავალი აქტივობები, ან მოიძიოს ინფორმაცია უკვე ჩატარებულ ღონისძიებასთან დაკავშირებით. სამწუხაროდ, ამჟამად გვერდზე მხოლოდ ძველი, უკვე ჩატარებული ღონისძიებების შესახებაა ინფორმაცია ხელმისაწვდომი. სასურველია, ეს მექანიზმი ამუშავდეს და მოქალაქეებმა Facebook პლიკაციის მეშვეობით მიიღონ ინფორმაცია სამინისტროს დაგეგმილი აქტივობების შესახებ.

ზოგადად, გარემოს დაცვის სამინისტროს გვერდი მოკლებულია ისეთ საინტერესო და ინტერაქციულ აპლიკაციებს, რომლებიც ორიენტირებულია მოქალაქეთა გადაწყვეტილებების მიღების პროცესში ჩართვაზე და გვერდის სადისკუსიო პლატფორმად გამოყენებაზე.

იუსტიციის სამინისტრო

იუსტიციის სამინისტრო ერთ-ერთია იმ რამდენიმე საჯარო დაწესებულებას შორის, როლებსაც 1 ოქტომბრამდეც ღია ჰქონდა კედელი და შეტყობინების გაგზავნის ფუნქციაც გააქტიურებული იყო. ასევე აქტიურად პასუხობდა სამინისტრომ პირადი შეტყობინების სახით გაგზავნილ წერილებს. ექსპერიმენტის ფარგლებში გაგზავნილ ყველა შეკითხვას სამინისტრომ ვრცელი და ამომწურავი პასუხი გასცა. ეს პრაქტიკა

დღემდე გრძელდება. პროექტის მანძილზე გაგზავნილი 50 შეკითხვიდან სამინისტრომ 34-ს უპასუხა. რაც შეეხება მომხმარებლებთან კომუნიკაციის ხარისხსა და დონეს, სამინისტროს ამ კუთხით პრობლემები გააჩნია. მოქალაქეთა კომენტარებსა და უკუკავშირს ოთხი თვის მანძილზე მთლიანობაში მხოლოდ 6 გამოხმაურება მოჰყვა. უნდა აღინიშნოს, რომ 1 ოქტომბრამდე გვერდის ადმინისტრაცია მოქალაქეების კომენტარებს უფრო აქტიურად ეხმაურებოდა. სასურველია, აღდგეს ეს მიდგომა და არცერთი გამომწერის შეკითხვა თუ მოსაზრება არ დარჩეს უწყურადღებოდ.

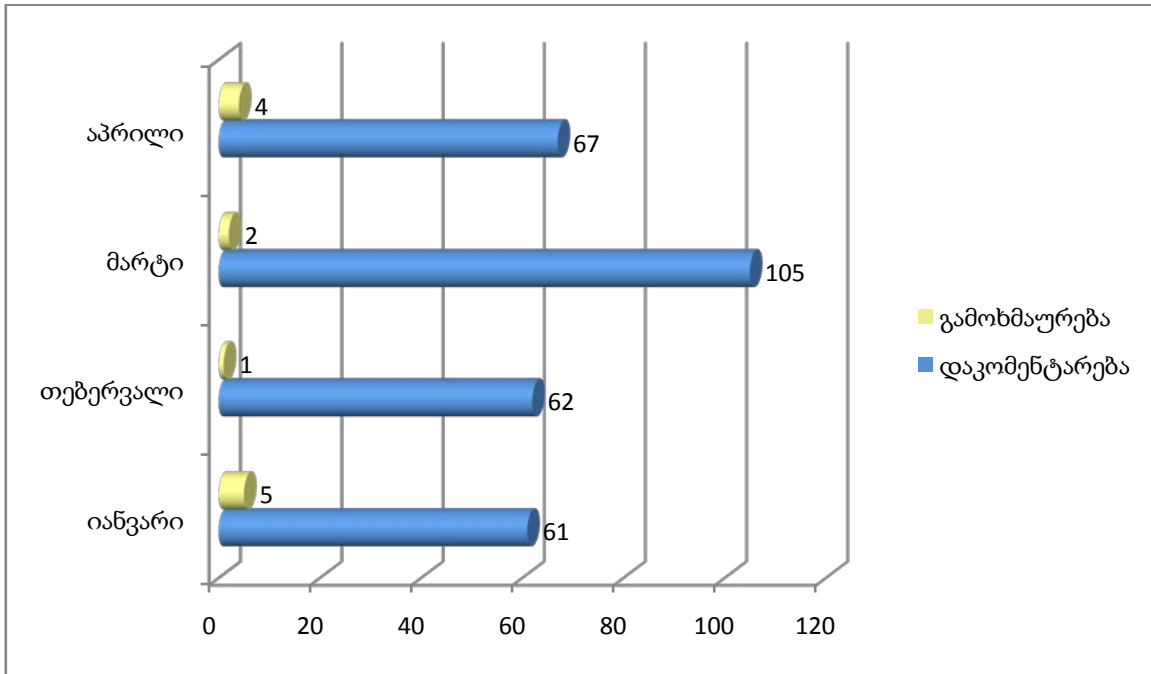


გვერდის საინფორმაციო ნაწილში განთავსებულია უწყების მისია, მისამართი, საკონტაქტო ტელეფონი და ვებგვერდი. სასურველია ამ სიას შეემატოს საკონტაქტო ელფოსტა და ინფორმაცია უწყების Facebook გვერდზე მოდერაციის პოლიტიკის შესახებ. რაც შეეხება აპლიკაციებს, გარდა იმისა, რომ გვერდს Livestream მხარდაჭერა აქვს, სხვა ინტერაქციული აპლიკაცია არ არის ინტეგრირებული. მოქალაქეთა კომენტარებზე გამოხმაურების პრაქტიკის დანერგვის შემდეგ, სასურველია უწყების გვერდზე მოხდეს სადისკუსიო პლატფორმის ორგანიზება ფორუმის სახით.

სპორტისა და ახალგაზრდულ საქმეთა სამინისტრო

სპორტისა და ახალგაზრდობის საქმეთა სამინისტროს ოფიციალური Facebook გვერდი, იუსტიციის სამინისტროს მსაგვსად 1 ოქტომბრამდეც ღია იყო. ამ გვერდზე დღემდე შესაძლებელია როგორც პირადი შეტყობინების გაგზავნა, ასევე კედელზე სასურველი ინფორმაციის განთავსება. სამწუხაროდ, არსებულ რესურსებს სამინისტრო სათანადოდ

არ იყენებდა და სატესტო კითხვებიდან არცერთზე პასუხი არ მიგვიღია, ისევე, როგორც ადმინისტრატორები არ ეხმაურებოდნენ გვერდზე დასმულ შეკითხვებსა და მოსაზრებებს. დღეისთვის შემდეგი მდგომარეობაა: პროექტის მანძილზე დასმული 50 შეკითხვიდან უწყებამ მთლიანობაში 39-ს გასცა პასუხი, რაც საკმაოდ კარგი შედეგია წინა გამოცდილებასთან შედარებით. ოდნავ გამოსწორდა მოქალაქეებთან კომუნიკაციის ხარისხიც:



აუცილებელია, ეს კომპონენტი დროულად გამოსწორდეს და დაიწყოს აქტიური ინტერაქცია მოქალაქეებთან. სამინისტროს გვერდი გამოირჩევა მრავალფეროვანი აპლიკაციების სიმრავლით, თუმცა მათი უმრავლესობა ტექნიკური ხარვეზის გამო არ მუშაობს, მაგალითად: სპორტის სიახლეები, სამინისტროს სიახლეები, speak up, startApp, სტუდენტური დღეები, Youth Parliament და კონკურსი. აპლიკაციები, რომლებიც არ გამოიყენება, აუცილებლად უნდა იქნეს ამოღებული გვერდიდან, რათა გვერდის გამოყენება უფრო კომფორტული გახდეს მომხმარებლებისთვის. გარემოს დაცვის სამინისტროს მსგავსად, სპორტის და ახალგაზრდულ საქმეთა სამინისტროს გვერდზეც არის გააქტიურებული „ღონისძიებების“ აპლიკაცია, სადაც დაგეგმილი და უკვე ჩატარებული ღონისძიებების კალენდარი განთავსდება. გარემოს დაცვის სამინისტროს ანალოგურად, ამ შემთხვევაშიც მხოლოდ გასული ღონისძიებების შესახებ ინფორმაციაა განთავსებული. აუცილებელია ეს დეტალიც გამოსწორდეს. ასევე, გვერდის საინფორმაციო ნაწილში ტელეფონთან და მისამართთან ერთად გამოძწერებს მიეწოდოთ სხვა საკონტაქტო ინფორმაცია. თუმცა, უნდა აღინიშნოს, რომ Facebook -ზე სამინისტროს მკაფიოდ აქვს ჩამოყალიბებული უწყების მისია, აღწერა და ისტორია, ასევე მითითებული აქვს სამინისტროსთან დაკავშირებული ყველა ონლაინ მისამართი.

თბილისის მერია

ანგარიში მოიცავს თბილისის მერიის ორი მოქმედი Facebook გვერდის მონიტორინგის შედეგებს. თბილისის მერიის ვებ-გვერდზე განთავსებულ Facebook ღილაკს თბილისის მერის, გიგი უგულავას ოფიციალურ გვერდზე გადავყავართ, თავად მერიაში კი აცხადებენ, რომ ფუნქციონირებს მეორე, უშუალოდ უწყების გვერდიც, რომელიც ასევე ოფიციალურია. აქედან გამომდინარე, პროექტის გუნდი დაკვირვებას აწარმოებდა ორივე გვერდზე. აღსანიშნავია, რომ გიგი უგულავას გვერდი უფრო აქტიურია და მეტი გამომწერი ჰყავს (გიგი უგულავას პირად გვერდს 48 526 „მოწონება“ აქვს, მერიის ოფიციალურ გვერდს კი მხოლოდ 2 312-ი). როგორც უკვე აღინიშნა, აუცილებელია აღიკვეთოს თანამდებობის პირთა პირადი გვერდების საჯარო დაწესებულების ოფიციალურ გვერდად გამოყენების პრაქტიკა.

მისასაღმებელია, რომ გიგი უგულავას Facebook გვერდის რუბრიკაში „შესახებ“ არამარტო საკონტაქტო ინფორმაციაა დეტალურად მოცემული, არამედ ახსნილია, თუ რა საშუალებით გაეცემა მოქალაქეების მიერ დასმულ შეკითხვებს პასუხები. ეს მიუთითებს იმაზე, რომ უწყება თავს ანგარიშვალდებულად თვლის და მზად არის მოქალაქეებთან ორმხრივი კომუნიკაციისთვის.

თბილისის მერის გვერდზე განთავსებულია ძალიან საინტერესო აპლიკაცია -- „ლონისძიებები“,

კომენტარებზე პასუხები იხილეთ პირად ფოსტაში.

Biography

დაიბადა 1975 წელს ქ. თბილისში.

1998 წელს დამთავრა თბილისის ივანე ჯავახიშვილის სახელობის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ფილოსოფიისა და სოციოლოგიის ფაკულტეტი და მიენიჭა ფილოსოფიის, ფილოსოფიურ დისციპლინათა მსწავლელის კვალიფიკაცია.

1992-1994 წლებში სწავლობდა თბილისის სასულიერო სემინარიაში.

1993 წელს შემაზოხა ი. სუბოშვილის სახელობის ჟორჯოჯანიძის კოლეჯში, თ. ყანჩაველის საავტორო კოლეჯში "წიბილი" და 58... See More

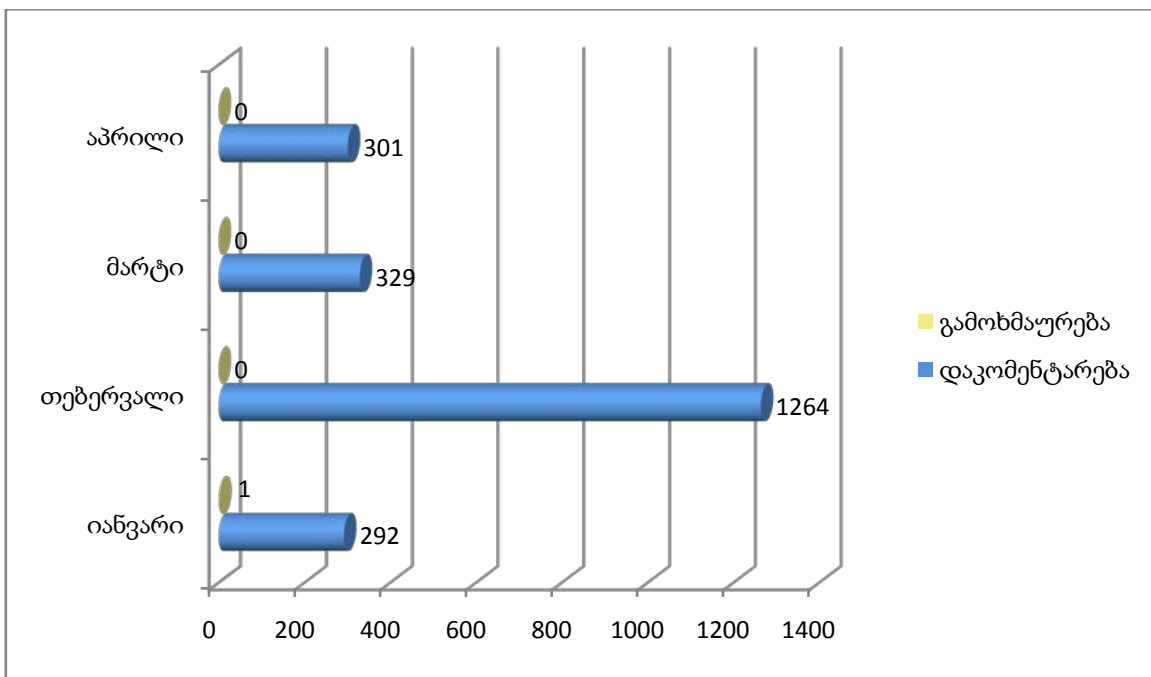
Born	August 15, 1975
Location	საქართველო, თბილისი 0160 ქ.შარტავას 7 / 7 Shartava str. 0160 Tbilisi, Georgia, თბილისი / Tbilisi
Hometown	თბილისი
Country	Georgia
Current Office	Office: თბილისის მერია - Tbilisi City Hall
Political Views	Liberal
Gender	Male
Personal Information	ყველა იმ შეკითხვას, რომელსაც ვიდეო-კონფერენციის მსვლელობისას გიგი უგულავან დროს სიმცირის გამო ვერ უპასუხებ, თბილისის მერიის თითოეულ კითხვას ინდივიდუალურად facebook-ის საშუალებით უპასუხებ. ასევე მიმდინარეობს თბილისის მერის გვერდზე, მოქალაქეების მიერ დასმულ კითხვებზე პასუხის გაცენა და მოქალაქეები მათ სოციალურ ქსელში, პირად ფოსტაში მიიღებენ.
Contact Info	
Website	http://tbilisi.gov.ge http://twitter.com/TbilisiMayor http://youtube.com/TbilisiMayor http://flickr.com/photos/gigugulava http://www.mylvideo.ge/gigugulava http://imslulava.blogspot.com

რომელიც მერიის მიერ უახლოეს მომავალში დაგეგმილ აქტივობების ჩამონათვალს წარმოადგენს. ასევე, Facebook გვერდზე, განთავსებულია მერის ბლოგი, სადაც ქვეყნდება თბილისში მიმდინარე კულტურულ თუ სოციალურ ღონისძიებების შესახებ

ბლოგ-პოსტები. უშუალოდ ბლოგზე გადასვლით მოქალაქეს საშუალება აქვს კომენტარით გამოხატოს საკუთარი აზრი კონკრეტულ სიახლესთან დაკავშირებით. გვერდს აქვს პირდაპირი ტრანსლაციის, Livestream აპლიკაციის ფუნქციაც, რაც მოქალაქეს საშუალებას აძლევს ონლაინ რეჟიმში თვალი ადევნოს სხვადასხვა შეხვედრას. მერი აქტიურად იყენებს YouTube-ს, ხოლო Twitter-ზე ბოლო აქტივობა რამდენიმე თვის წინ დაფიქსირდა.

დადებითი შედეგი აჩვენა თბილისის მერიის ორივე ოფიციალურმა გვერდმა პირად პირად შეტყობინებებზე პასუხის გაცემისას. გაგზავნილი 50 შეკითხვიდან მერიის ოფიციალურმა გვერდმა 41-ს გასცა პასუხი, თბილისის მერიის გვერდმა - 40-ს.

მიუხედავად იმისა, რომ მერიამ თითქმის ყველა პირად შეტყობინებას გასცა პასუხი, საჯარო კითხვებსა და მოსაზრებებს თითქმის არ ეხმაურება. როგორც გრაფიკში ჩანს, გამოხმაურების რაოდენობა მინიმალურია. ამას თან ერთვის ის ფაქტიც, რომ ორივე გვერდის კედელი დახურულია მომხმარებლისთვის.



სასურველია, რომ თბილისის მერიის ოფიციალური გვერდი გახდეს საჯარო დაწესებულების სახელის მატარებელი და დაწესებულების ხელმძღვანელის პირად გვერდზე არ დაიხარჯოს თბილისის მერიის ბიუჯეტიდან გამოყოფილი თანხები. ასევე, აუცილებელია დაინერგოს მოქალაქეებთან ორმხრივი კომუნიკაციის პრაქტიკა, ამის ხელშესაწყობად კი პირველ რიგში უნდა გაიხსნას უწყების კედელი, ამ გზით მომხმარებლები უწყებას უფრო მარტივად მიაწვდენენ ხმას.

სახელმწიფო აუდიტის სამსახური

სახელმწიფო აუდიტის სამსახურის მთავარი ცვლილება არის Facebook- ის გამოძწერთა რაოდენობის მომატება. 1 ოქტომბრამდე გვერდს მხოლოდ 266 გამოძწერი ჰყავდა, დღეს კი მათი რაოდენობა 20 642 აღწევს. ამ ხნის მანძილზე აუდიტის სამსახურმა მოახდინა რამდენიმე საინტერესო აპლიკაციის ინტეგრირება, მათ შორის - რუბრიკის „სიახლეები“, საიდანაც შესაძლებელია სიახლის გაზიარება და ასევე შეტყობინების სახით გაგზავნა.

ასევე, დაემატა აპლიკაცია „კონტაქტი“, რომელიც არის ერთგვარი შეტყობინების გაგზავნის ფორმა. მიუხედავად იმისა, რომ აუდიტის სამსახურს პირადი შეტყობინების გაგზავნის ფუნქცია გააქტიურებული აქვს, დამატებითი საკონტაქტო მექანიზმის ინტეგრირება მისასაღმებელი ნაბიჯია და მეტყველებს უწყების სურვილზე, მოქალაქეებთან დაამყაროს ეფექტური კომუნიკაცია. ამაზე მეტყველებს, ასევე, შეკითხვების ექსპერიმენტის შედეგები. პროექტის მანძილზე გაგზავნილი 50 შეკითხვიდან გვერდის ადმინისტრაციამ 37-ს გასცა პასუხი.

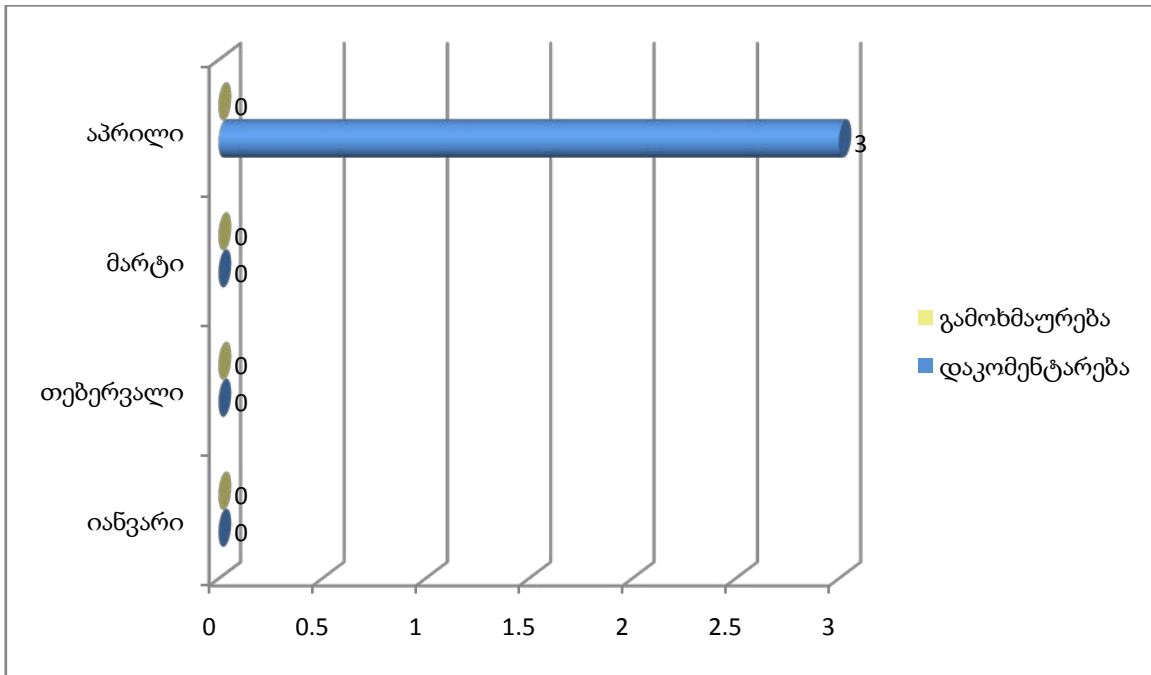


1 ოქტომბრის შემდეგ კიდევ ერთი მნიშვნელოვანი ცვლილება დაფიქსირდა სახელმწიფო აუდიტის სამსახურის სოციალურ ქსელში, კერძოდ, მანამდე დახურული კედელი გაიხსნა მომხმარებელთა პოსტებისთვის.

მიუხედავად ამისა, მოქალაქეები საკმაოდ პასიურობენ როგორც პოსტების, ასევე კომენტარების განთავსებისას. თავად გვერდის ადმინისტრატორებიც იშვიათად აქვეყნებენ სიახლეებს. თებრვლის თვეში უწყების გვერდზე არცერთი აქტივობა არ დაფიქსირებულა. აუცილებელია ეს პრაქტიკა შეიცვალოს და ადმინისტრაციამ აქტიურად განათავსოს სიახლეები, რაც თავის მხრივ გვერდის გამოძწერებსაც წახალისებს აქტიურობისკენ. ასეთია გვერდზე მოქალაქეების და უწყების

A screenshot of a contact form titled 'კონტაქტი'. It includes a warning message: 'შეინიშნა: იმისთვის, რომ თქვენი შეტყობინება წარმატებით გაიგზავნოს, საჭიროა, სრულყოფილად შეავსოთ ქვემოთ მოცემული ყველა ველი!' (Warning: In order for your message to be successfully sent, it is necessary to fill out all the fields below completely!). The form has three input fields: 'Name', 'Email', and 'Phone Number'. To the right is a larger 'Message' text area. A blue 'Send' button is located at the bottom right.

ინტერაქციის სტატისტიკური სურათი:




ოთხი თვის მანძილზე სამსახურის Facebook გვერდზე მომხმარებლის მხოლოდ სამი აქტივობა დაფიქსირდა. პროექტის პირველ ანგარიშშიც აისახა მოქალაქეთა აქტივობის დაბალი მაჩვენებელი, აგვისტო-სექტემბერში გვერდის მომხმარებელთა მიერ მხოლოდ ოთხი კომენტარი დაფიქსირდა. ეს ფაქტი შესაძლოა იმით აგვეხსნა, რომ მაშინ უწყებას მხოლოდ 266 გამომწერი ჰყავდა. ახლა, როცა მისი პოპულარობა 20 000-ს სცილდება, მომხმარებელთა ასეთი პასიურობა გვერდის არასწორ მუშაობაზე მიუთითებს. აუცილებელია, ხშირად განთავსდეს საინტერესო სიახლეები, ჩატარდეს გამოკითხვები, უწყების ხელმძღვანელმა პირმა თავად გაუწიოს მოდერაცია დისკუსიას ან დრო დაუთმოს მოქალაქეთა შეკითხვებზე პირადად პასუხის გაცემას.

ცენტრალური საარჩევნო კომისია

სხვა უწყებებისგან განსხვავებით, ცენტრალურ საარჩევნო კომისიის ოფიციალური Facebook გვერდზე სიახლეები ყოველდღიურად არ ქვეყნდება. მეტწილად, თვის განმავლობაში სულ რამდენიმე აქტივობა ფიქსირდება, იანვარში კი არც ერთი სიახლე არ განთავსებულა.

გვერდის ადმინისტრატორებს მოქალაქეებთან კომუნიკაციის საკმაოდ უჩვეულო და ინოვაციური სტრატეგია აქვთ შემუშავებული: უშუალოდ ცესკოს საქმიანობის გაშუქების გარდა, ეს გვერდი მომხმარებლებისთვის აცნობს საინტერესო ფაქტს

სხვადასხვა ქვეყნის საარჩევნო გამოცდილებიდან რუბრიკით „იცით თუ არა, რომ“.

 **Central Election Commission of Georgia** asked a question.
March 18

მსოფლიოს მრავალ ქვეყანაში გავრცელებულია ხმის მიცემის ელექტრონული სისტემები, ესაა ელექტრონულ მოწყობილობათა ერთობლიობა, რომლის მეშვეობითაც (ჩვეულებრივ ქალაქის ბიულეტენების პარალელურად ან მათ გარეშე) ხდება ხმის მიცემა და ხმების დათვლა. პირველი ქვეყანა, რომელიც მთლიანად ხმის მიცემის ელექტრონულ სისტემაზე გადავიდა, იყო ბრაზილია 1996 წელს. თქვენი აზრით რამდენად მისაღებია ხმის მიცემის ელექტრონული სისტემის შემოღება საქართველოში?

- მისაღებია +24
- არ არის მისაღები +6

Like · Comment · Share 👍 6 🗨️ 7

👍 6 people like this.

 **Central Election Commission of Georgia**
http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%AD%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%82%D1%80%D0%BE%D0%BD%D0%BD%D0%BE%D0%B5_%D0%B3%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D1%81%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B5
 March 18 at 2:59pm · Like

 **Central Election Commission of Georgia**
http://en.wikipedia.org/wiki/Electronic_voting
 March 18 at 2:59pm · Like

გარდა ამისა, ცესკო ერთადერთი უწყებაა, რომელმაც ჩაატარა გამოკითხვა Facebook-ზე კითხვის დასმის აპლიკაციის მეშვეობით. ეს იმის მანიშნებელია, რომ საჯარო დაწესებულებას სურს მაქსიმალურად ჩართოს მომხმარებლები

გადაწყვეტილების მიღების პროცესში. აღსანიშნავია, რომ მოქალაქეები აქტიურად მონაწილეობდნენ განხილვაში და ამ შეკითხვას მოჰყვა დისკუსია. სასურველია ეს პრაქტიკა სხვა უწყებებმაც დანერგონ, რათა უზრუნველყონ

მათი საქმიანობის მეტი გამჭვირვალობა.

გარდა ამისა, მისასაღებელია ცესკოს კიდევ ერთი ნაბიჯი. უწყების Facebook გვერდზე განთავსდა ინფორმაცია, რომ ამოქმედდა ცესკოს თავმჯდომარის ოფიციალური გვერდი, სადაც მსურველებს შეეძლება უშუალოდ მიმართონ საჯარო დაწესებულების ხელმძღვანელს.

ეს პრაქტიკა სამაგალითო უნდა იყოს ყველა საჯარო დაწესებულებისთვის, რადგან ხელმძღვანელ პირთან უშუალო დაკავშირების საშუალება წახალისებს მოქალაქეებს მოახდინონ ახალი და საინტერესო იდეების ინიცირებისაკენ და საშუალებას მისცემს მათ საკუთარი პრობლემები და მოსაზრებები გაუზიარონ გადაწყვეტილების მიმღებ პირებს.

<h3>About</h3> <p>www.cec.gov.ge</p> <h4>Description</h4> <p>საქართველოს ცენტრალური საარჩევნო კომისია (ცესკო) არის დამოუკიდებელი ადმინისტრაციული ორგანო. ცესკო უზრუნველყოფს არჩევნების გამჭვირვალობასა და სამართლიანად ჩატარებას. საარჩევნო ადმინისტრაციის უფლებამოსილება განისაზღვრება საქართველოს ორგანული კანონით - "საქართველოს საარჩევნო კოდექსით".</p> <p>ცესკო შედგება თავმჯდომარისა და 12 წევრისაგან. ცესკოს თავმჯდომარე იმადროულად არის ცესკოს წევრი. თავმჯდომარესა და 5 წევრს საქართველოს პრეზიდენტის წარდგინებით ირჩევს საქართველოს პარლამენტი, ხოლო 7 წევრს ბოლო არჩევნებში საუკეთესო შედეგის მქონე პოლიტიკური გაერთიანებები ნიშნავენ. ცენტრალური საარჩევნო კომისიის თავმჯდომარეს და წევრებს ირჩევენ 5 წლის ვადით.</p>							
<h3>Basic Info</h3> <table border="1"> <tr> <td>Founded</td> <td>February 15, 2013</td> </tr> <tr> <td>Location</td> <td>David Aghmashenebeli Alley, 13th Kilometre, 0131 Tbilisi, Georgia</td> </tr> <tr> <td>Personal Information</td> <td>ცესკო შედგება თავმჯდომარისა და 12 წევრისაგან. ცესკოს თავმჯდომარე იმადროულად არის ცესკოს წევრი. თავმჯდომარესა და 5 წევრს საქართველოს პრეზიდენტის წარდგინებით ირჩევს საქართველოს პარლამენტი, ხოლო 7 წევრს ბოლო არჩევნებში საუკეთესო შედეგის მქონე პოლიტიკური გაერთიანებები ნიშნავენ. ცენტრალური საარჩევნო კომისიის თავმჯდომარეს და წევრებს ირჩევენ 5 წლის ვადით.</td> </tr> </table>		Founded	February 15, 2013	Location	David Aghmashenebeli Alley, 13th Kilometre, 0131 Tbilisi, Georgia	Personal Information	ცესკო შედგება თავმჯდომარისა და 12 წევრისაგან. ცესკოს თავმჯდომარე იმადროულად არის ცესკოს წევრი. თავმჯდომარესა და 5 წევრს საქართველოს პრეზიდენტის წარდგინებით ირჩევს საქართველოს პარლამენტი, ხოლო 7 წევრს ბოლო არჩევნებში საუკეთესო შედეგის მქონე პოლიტიკური გაერთიანებები ნიშნავენ. ცენტრალური საარჩევნო კომისიის თავმჯდომარეს და წევრებს ირჩევენ 5 წლის ვადით.
Founded	February 15, 2013						
Location	David Aghmashenebeli Alley, 13th Kilometre, 0131 Tbilisi, Georgia						
Personal Information	ცესკო შედგება თავმჯდომარისა და 12 წევრისაგან. ცესკოს თავმჯდომარე იმადროულად არის ცესკოს წევრი. თავმჯდომარესა და 5 წევრს საქართველოს პრეზიდენტის წარდგინებით ირჩევს საქართველოს პარლამენტი, ხოლო 7 წევრს ბოლო არჩევნებში საუკეთესო შედეგის მქონე პოლიტიკური გაერთიანებები ნიშნავენ. ცენტრალური საარჩევნო კომისიის თავმჯდომარეს და წევრებს ირჩევენ 5 წლის ვადით.						
<h3>Contact Info</h3> <table border="1"> <tr> <td>Phone</td> <td>8 322 51 00 51</td> </tr> <tr> <td>Email</td> <td>correspondence@cec.gov.ge/ contest@cec.gov.ge</td> </tr> <tr> <td>Website</td> <td>http://www.cec.gov.ge</td> </tr> </table>		Phone	8 322 51 00 51	Email	correspondence@cec.gov.ge/ contest@cec.gov.ge	Website	http://www.cec.gov.ge
Phone	8 322 51 00 51						
Email	correspondence@cec.gov.ge/ contest@cec.gov.ge						
Website	http://www.cec.gov.ge						

სამწუხაროდ, ამ ეტაპზე გვერდზე მოქალაქეების პასიურობა შინიშნება. შესაძლოა ამის მიზეზი ისიც იყოს, რომ თავად უწყება ძალიან იშვიათად განათავსებს სიახლეებს.

Central Election Commission of Georgia
March 11

მეგობრებო, დღეიდან ამოქმედდა ცენტრალური საარჩევნო კომისიის თავმჯდომარის ზურაბ ხარატიშვილის ოფიციალური Facebook-გვერდი. ამიერიდან, ვისაც სურვილი გაქვთ, შეგიძლიათ ცესკო-ს თავმჯდომარეს უშუალოდ მიმართოთ და არჩევნებთან დაკავშირებული საკითხები მასთან ერთად განიხილოთ.



ზურაბ ხარატიშვილი

ფლობს ინგლისურ და რუსულ ენებს; ჰყავს მეუღლე და ოთხი შვილი.
Page: 365 like this

Like · Comment · Share 72 4 37

სასურველია, კიდევ უფრო გააქტიურდეს გვერდის ადმინისტრაცია, რომ ამას მოჰყვეს მოქალაქეთა მხრიდან აქტიურობაც. აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ მომხმარებლების მცირე ოდენობის შეკითხვებსა და მოსაზრებებს ცესკო გამოეხმაურა.

ასევე ძალიან ინფორმაციული და დეტალურია რუბრიკაში „გვერდის შესახებ“ განთავსებული ინფორმაცია:

თუმცა, როგორც უკვე არაერთხელ

აღინიშნა, სასურველია, რუბრიკას დაემატოს მოდერაციის წესები. რაც შეეხება

კომუნიკაციის ხარისხს, საგულისხმოა, რომ სატესტო 50 შეკითხვიდან 39-ზე ცესკომ პასუხი მოგვწერა.

გვერდის მონიტორინგის შედეგად გამოვლინდა უარყოფითი ტენდენციებიც: პირველ რიგში, დახურულია კედელი, რაც მოქალაქისა და საჯარო დაწესებულების კომუნიკაციას აფერხებს. ამასთან, ცესკო მხოლოდ საკუთარ ვებ-გვერდზე განთავსებულ ინფორმაციას აზიარებს სოციალურ ქსელში. როგორც უკვე არაერთხელ ითქვა, რეკომენდირებულია მრავალფეროვანი წყაროების გამოყენება უწყებისადმი ნდობის ასამაღლებლად. ამასთან, აუცილებელია, დაინერგოს სხვადასხვა ინტერაქციული აპლიკაციები, რომლებიც ხელს შეუწყობს მოქალაქეების გააქტიურებას და დისკუსიაში ჩართვას.

საჯარო დაწესებულებების მიერ სოციალურ ქსელ Facebook-ზე გაწეული ხარჯები

ოფიციალური Facebook გვერდების ადმინისტრირება, განვითარება, ახალი აპლიკაციების ინტეგრირება გარკვეულ ხარჯებთან არის დაკავშირებული. IDFI-მ პროექტის ფარგლებში საჯარო დაწესებულებებიდან გამოითხოვა ინფორმაცია საჯარო უწყების ოფიციალურ Facebook - გვერდებზე კერძოდ აპლიკაციებისა და რეკლამის განთავსებაზე საჯარო დაწესებულების ბიუჯეტიდან დახარჯული თანხების შესახებ. პროექტის განხორციელების საწყის მოთხოვნილ იქნა 2011-2012 ხოლო მეორე ეტაპზე 2012-2013 წლების მონაცემები. თავდაპირველად სამიზნე ჯგუფში ის 19 საჯარო დაწესებულება შედიოდა, რომელთა ოფიციალურ Facebook გვერდებსაც მონიტორინგი ჩაუტარდათ. ხოლო მეორე ეტაპზე 25 სახელმწიფო უწყებას - ყველა სამინისტრო და სახელმწიფო მინისტრის აპარატს მივმართეთ საჯარო ინფორმაციის მოთხოვნის წერილებით.

ინსტიტუტის მიერ 2012 წლის 28 აგვისტოს გაგზავნილ მოთხოვნაზე პასუხი არ მიგვიღია შრომის, ჯანმრთელობისა და სოციალური დაცვის სამინისტროდან, თბილისის მერიიდან, პრეზიდენტის ადმინისტრაციიდან და მთავრობის კანცელარიიდან.

იუსტიციის, რეგიონული განვითარებისა და ინფრასტრუქტურის, ოკუპირებული ტერიტორიებიდან იძულებით გადაადგილებულ პირთა განსახლებისა და ლტოლვილთა, ასევე ენერგეტიკისა და ბუნებრივი რესურსების, ეკონომიკისა და

მდგრადი განვითარებისა და ფინანსთა სამინისტროს პასუხების მიხედვით სოციალურ ქსელებზე 2011-2012 წლებში ხარჯი არ გაწეულა.

თანხა არ დაუხარჯავს არც რეკლამის და არც ადმინისტრირებისა და აპლიკაციების განთავსების მიზნით სოფლის მეურნეობისა და სპორტისა და ახალგაზრდულ საქმეთა სამინისტროებს, თუმცა სოფლის მეურნეობის სამინისტროს ოფიციალურ Facebook გვერდზე სპეციალური აპლიკაცია - “მელვინე“ იყო ინტეგრირებული. სპორტისა და ახალგაზრდულ საქმეთა სამინისტრო კი განსაკუთრებით გამოირჩეოდა Facebook აპლიკაციების სიმრავლით, სამინისტროს ოფიციალურ სოციალურ ქსელში მოქმედებდა სერვისები - „სპორტის სიახლეები“, „სამინისტროს სიახლეები“, „Start App“, „Speak Up“, „სტუდენტური დღეები“, „Youth Parliament“ და „კონკურსი“.

ყველაზე დიდი თანხა 2012 წელს სოციალურ ქსელებზე თავდაცვისა და შინაგან საქმეთა სამინისტროებმა და საქართველოს პარლამენტმა დახარჯეს. შინაგან საქმეთა სამინისტროს ინფორმაციით სოციალურ ქსელ Facebook-ზე გაწეული ხარჯების (შექმნა, ადმინისტრირება, აპლიკაციის ინტეგრირება და სხვა) ოდენობამ 13 449 ლარი შეადგინა. პარლამენტმა 2012 წელს რეკლამაზე - 27069,52 ლარის ხარჯი გასწია, ხოლო 2011 წელს საკანონმდებლო ორგანოს ბიუჯეტიდან 38 788,32 ლარი დაიხარჯა.

Facebook-ზე თავდაცვის სამინისტროსა და თავდაცვის მინისტრის შესახებ ინტერნეტ ბანერის განთავსება სამინისტროს ხელშეკრულებით 7,126 ლარი დაუჯდა. Facebook - თან ადაპტირებული 4 ტიპის თამაშის დამზადებისა და ინტეგრირებისათვის კი სამინისტროსმ 38 350 ლარი დაიხარჯა.



26. 11 2012 წ.

№ 7/7/4733

ინფორმაციის თავისუფლების განვითარების ინსტიტუტის
დირექტორის ბატონ გიორგი კლდიაშვილს

ბატონო გიორგი,

საქართველოს თავდაცვის სამინისტროში შემოსული (№1-1477 27.08.12წ.) თქვენი
2012 წლის 22 აგვისტოს №OPD08/12-018 განცხადებასთან დაკავშირებით განსოზგებო
შემდეგს:

საქართველოს თავდაცვის სამინისტროს მიერ სოციალურ ქსელ Facebook-ში
სამინისტროს სოციალურ რეკლამაზე და Facebook-ში სამინისტროს ოფიციალურ
გვერდზე (შექმბა, ადმინისტრირება, ანალიტიკის ინტეგრაცია) 2011 წელს და 2012 წლის
პირველი იანვრიდან განცხადების მიღების მომენტამდე (24.08.2012წ.) საქართველოს
თავდაცვის სამინისტროს მიერ ხარჯი არ არის გაწეული.

თავ შეეხება შემდგომ პერიოდს: 12.10.12 წლის მდგომარეობით მომსახურების
სახისა და ხელშეკრულებების მიხედვით გაწეულმა ხარჯმა შეადგინა

- Facebook-ზე თავდაცვის სამინისტროსა და თავდაცვის მინისტრის შესახებ
სარეკლამო ინტერნეტ-საიტის გახივსება №409 30.07.12წ. და №460 29.08.12წ.
ხელშეკრულებით ჯამში 7126,34 ლარი.

- Facebook-თან ადაპტირებული 4 ტიპის კომპლუქტური თამაშის დამზადება და
სოციალურ ქსელ Facebook-ზე განთავსება №477 07.08.12წ. ხელშეკრულებით 38350,00
ლარი.

პატივისცემით,

აზნაურ ჯანტოია
ადმინისტრაციის უფროსი

სოციალურ ქსელში რეკლამაზე 577,50, ხოლო აპლიკაციის ინტეგრაციაზე 2000 ლარი დახარჯა ცენტრალურმა საარჩევნო კომისიამ. აუდიტის სამსახურმა გვაცნობა, რომ დასაქმების აპლიკაციის საინფორმაციო ვიდეოჩანაწერის დამზადებისათვის 1000 ლარი გამოიყო, განათლებისა და მეცნიერების სამინისტროს 2012 წელს ჰქონდა სარეკლამო ხარჯი 5223,8 ლარის ოდენობით. სოციალურ ქსელებში სამინისტროს აქტიურობის გაზრდისა და სარეკლამო კამპანიისთვის 4875 ლარი დახარჯა გარემოს დაცვის სამინისტრომ.

2012-2013 წლებში Facebook – ის ხარჯებთან დაკავშირებული ინფორმაციის მოთხოვნით ინფორმაციის თავისუფლების განვითარების ინსტიტუტმა საჯარო დაწესებულებებს მეორედ 2013 წლის 24 აპრილს მიმართა. ამჯერად შეკითხვები 25 უწყებას - ყველა

სამინისტროსა და სახელმწიფო მინისტრის აპარატებს მერიას, მთავრობის კანცელარიას, პრეზიდენტის ადმინისტრაციას, ცესკოს და აუდიტის სამსახურს - გაეგზავნა.

2012 წლის სექტემბრიდან 1 ნოემბრამდე Facebook რეკლამაზე 3 051,33 ლარი დახარჯა საქართველოს პარლამენტმა. მიღებული ინფორმაციით 2012 წელს სოციალური ქსელში რეკლამაზე სულ 30 120.85 ლარია დახარჯული. 2011- 2012 წლებში გაზეული საერთო ხარჯი კი 68 909,17 ლარია. წერილში ნათქვამია, რომ 2012 წლის 1 ნოემბრის შემდეგ საკანონმდებლო ორგანოს ბიუჯეტიდან აღნიშნულ საკითხზე არანაირი ხარჯი არ გაუწევია.

2012 წლის სექტემბერში კიდევ ერთი - 1250 ლარის ღირებულების ხელშეკრულება გააფორმა გარემოს დაცვის სამინისტრომ სარეკლამო კამპანიის უზრუნველყოფის მიზნით. აქედან გამომდინარე სამინისტროს Facebook -ის ხარჯებმა საერთო ჯამში 6120 ლარი შეადგინა. 2013 წელს გაწეულ ხარჯებთან დაკავშირებით სამინისტროს ინფორმაცია არ მოუწოდებია.

2012- 2013 წლებში თანხები არ დახარჯულა დედაქალაქის ბიუჯეტიდან თბილისის მერიისა და მერის ოფიციალურ სოციალურ ქსელში რეკლამაზე. ამ ტიპის მომსახურებაზე ხარჯი არ გაწეულა რეინტეგრაციის საკითხებში სახელმწიფო მინისტრის აპარატის, სპორტისა და ახალგაზრდობის, კულტურისა და ძეგლთა დაცვისა და საგარეო საქმეთა სამინისტროს მიერ. მომსახურების შესყიდვა არ განუხორციელებიათ სასჯელაღსრულების, პრობაციისა და იურიდიული დახმარების, ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების, იუსტიციის, ენერგეტიკისა და ბუნებრივი რესურსების, სოფლის მეურნეობის, ასევე რეგიონული განვითარებისა და ინფრასტრუქტურის, ფინანსთა სამინისტროსა და შრომის, ჯანმრთელობისა და სოციალური დაცვის სამინისტროებს.

დიასპორისა საკითხებში სახელმწიფო მინისტრის აპარატის Facebook გვერდის რეკლამაზე 2012 წელს გაწეულმა ხარჯმა 3003.84 ლარი შეადგინა, 2013 წელს მინისტრის აპარატს სოციალური ქსელის განვითარებაზე თნხა არ დაუხარჯავს.

2012 წლისგან განსხვავებით 2013 წელს სოციალურ ქსელებში რეკლამასა და აპლიკაციების ინტეგრაციაზე ხარჯები არ გაუწევია ცენტრალურ საარჩევნო კომისიას და სახელმწიფო აუდიტის სამსახურს. გენერალური ინსპექციის ცხელი ხაზის ამოქმედებასთან დაკავშირებით საინფორმაციო რგოლის განთავსებისთვის 500 ლარი დახარჯა შინაგან საქმეთა სამინისტრომ.

განსხვავებული ციფრები მივიღეთ განათლებისა და მეცნიერების სამინისტროდან. 2012 წელს Facebook- ში სარეკლამო მომსახურების ხარჯმა სამინისტროდან 2012 წლის 10

სექტემბერის № 14143 წერილის მიხედვით 5223, 8 ლარი შეადგინა. განათლების სამინისტროდან 2013 წლის 27 მაისს მიღებულ პასუხში (წერილი № 190458) კი ნათქვამია, რომ რეკლამაზე 2621, 60 ლარი დაიხარჯა. სამინისტროს ინფორმაციით 2013 წელს ამ ტიპის ხარჯები არ გაწეულა.

რაც შეეხება თავდაცვის სამინისტროს, 2013 წლის 31 მაისით დათარიღებული წერილის მიხედვით კიდევ ერთი 716,04 ლარის ოდენობის გადარიცხვა განხორციელდა კონტრაქტორი ორგანიზაციის ანგარიშზე. შესაბამისად 2012 წელს მინისტრისა და სამინისტროს შესახებ სარეკლამო ინტერნეტბანერის განთავსების ღირებულებამ 7 842, 38 ლარი შეადგინა.

მთავრობის კანცელარიიდან მიღებული წერილით ირკვევა, რომ მთავრობისა და პრემიერ-მინისტრის ნიკა გილაურის Facebook გვერდების სარეკლამო კამპანიის განსახორციელებლად პრემიერის 2011 წლის 21 ივლისის № 316 ბრძანების თანახმად 2012 წლის 3 იანვრიდან 20 მარტის ჩათვლით 60 105.71 ლარია გადარიცხული.

ქვემოთ იხლეთ მთავრობის კანცელარიიდან მიღებული ხარჯთაღრიცხვა:

2011 წლის 21 ივლისის № 316 საქართველოს პრემიერ-მინისტრის ბრძანების თანახმად დოკუმტა აქტივების მიერ ავთოლონ კაბელში სარეკლამო კომპანიის განსახორციელებლად თანხებითა ბარჯვა 2012 წლის განმავლობაში

FACEBOOK.COM				DNH*GODADDY.COM			
თარიღი	გადარიცხული თანხა აშშ დოლარში	აშშ დოლარის კურსი	გადარიცხული თანხა ლარში	თარიღი	გადარიცხული თანხა აშშ დოლარში	აშშ დოლარის კურსი	გადარიცხული თანხა ლარში
03.01.2012	500	1.6703	835.15	05.03.2012	69.99	1.6725	117.06
03.01.2012	500	1.6703	835.15				
10.02.2012	785.48	1.6671	1309.47				
14.02.2012	1000	1.6629	1662.90				
14.02.2012	1000	1.6629	1662.90				
14.02.2012	1000	1.6629	1662.90				
15.02.2012	1000	1.6625	1662.50				
16.02.2012	1000	1.6618	1661.80				
17.02.2012	1000	1.6598	1659.80				
20.02.2012	1000	1.6574	1657.40				
21.02.2012	1000	1.641	1641.00				
21.02.2012	1000	1.641	1641.00				
21.02.2012	1000	1.641	1641.00				
22.02.2012	1000	1.6384	1638.40				
23.02.2012	1000	1.6393	1639.30				
24.02.2012	1000	1.6236	1623.60				
27.02.2012	999.71	1.6476	1647.12				
28.02.2012	1000	1.6544	1654.40				
28.02.2012	1000	1.6544	1654.40				
05.03.2012	1559.89	1.6725	2608.92				
06.03.2012	1000	1.6676	1667.60				
06.03.2012	1000	1.6625	1662.50				
06.03.2012	1000	1.6676	1667.60				
07.03.2012	1000	1.6593	1659.30				
09.03.2012	1000	1.6579	1657.90				
09.03.2012	1000	1.6579	1657.90				
12.03.2012	1000	1.6546	1654.60				
13.03.2012	1000	1.6522	1652.20				
13.03.2012	1000	1.6522	1652.20				
13.03.2012	1000	1.6522	1652.20				
14.03.2012	1000	1.6515	1651.50				
15.03.2012	1000	1.6504	1650.40				
16.03.2012	1000	1.6497	1649.70				
19.03.2012	1000	1.6492	1649.20				
20.03.2012	1000	1.6473	1647.30				
20.03.2012	1000	1.6473	1647.30				
20.03.2012	1000	1.6473	1647.30				
			60105.71				

საგულისხმოა, რომ 2012 წლის აგვისტოს იგივე შინაარსის მოთხოვნაზე IDFI -მ მთავრობის კანცელარიიდან პასუხი ვერ მიიღო. IDFI-ს 2013 წლის აპრილის მოთხოვნები Facebook გვერდების რეკლამისა და აპლიკაციების განთავსების შესახებ უპასუხოდ დატოვა ევროპულ და ევრო - ატლანტიკურ სტრუქტურებში ინტეგრაციის საკითხებში სახელმწიფო მინისტრის აპარატმა და საქართველოს პრეზიდენტის ადმინისტრაციამ.

საჯარო დაწესებულებების მიერ ოფიციალური Facebook გვერდების განვითარებაზე 2011 -2013 წლებში გაწეული ხარჯები

		2011	2012		2013	
საჯარო დაწესებულება			აპლიკაციის ინტეგრაცია	რეკლამის ხარჯები	მთლიანი ხარჯი	
1	საქართველოს პარლამენტი	38 788,32		30 120.85	68 909,17	0
2	საქართველოს პრეზიდენტის ადმინისტრაცია		პასუხი არ მიგვიღია			
3	საქართველოს მთავრობა	პასუხი არ მიგვიღია	0	60105.71	60105.71	0
4	თავდაცვის სამინისტრო	0	38 350,00	7126,34	45 376,34	0
5	შინაგან საქმეთა სამინისტრო	0		13 449	13 449	500
6	შრომის, ჯანმრთელობისა და სოციალური დაცვის სამინისტრო	0	0	0	0	0
7	სოფლის მეურნეობის სამინისტრო	0	0	0	0	0
8	ფინანსთა სამინისტრო					
9	ენერგეტიკისა და ბუნებრივი რესურსების სამინისტრო	0	0	0	0	0
10	რეგიონული განვითარებისა და ინფრასტრუქტურის სამინისტრო	0	0	0	0	0
11	განათლებისა და მეცნიერების სამინისტრო ¹	0	0	5223,8	5223,8	0
12	ოკუპირებული ტერიტორიებიდან იძულებით გადაადგილებულ პირთა, განსახლებისა და ლტოლვილთა სამინისტრო	0	0	0	0	0
13	ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების	0	0	0	0	0

სამინისტრო						
14	გარემოს დაცვის სამინისტრო	0	0	6120	6120	0
15	იუსტიციის სამინისტრო	0	0	0	0	0
16	სპორტის და ახალგაზრდობის საქმეთა სამინისტრო	0	0	0	0	0
17	კულტურისა და ძეგლთა დაცვის სამინისტრო	მოთხოვნა არ გაგზავნილა	0	0	0	0
18	საგარეო საქმეთა სამინისტრო	მოთხოვნა არ გაგზავნილა	0	0	0	0
19	სასჯელადასრულების, პრობაციისა და იურიდიული დახმარების საკითხთა სამინისტრო	მოთხოვნა არ გაგზავნილა	0	0	0	0
20	დიასპორის საკითხებში საქართველოს სახელმწიფო მინისტრის აპარატი	მოთხოვნა არ გაგზავნილა	0	3003.84	0	0
21	ევროპულ და ევროატლანტიკურ სტრუქტურებში ინტეგრაციის საკითხებში სახელმწიფო მინისტრის აპარატი	მოთხოვნა არ გაგზავნილა		პასუხი არ მიგვიღია		
22	რეინტეგრაციის საკითხებში საქართველოს სახელმწიფო მინისტრის აპარატი	მოთხოვნა არ გაგზავნილა	0	0	0	0
23	თბილისის მერია	პასუხი არ მიგვიღია		0		0
24	ცენტარლური საარჩევნო კომისია		2000	577,50	2577,50	0
25	სახელმწიფო აუდიტის სამსახური	0	0	1000	1000	0

როგორც ცხრილიდან ჩანს ძირითადი ფინანსური ხარჯი საჯარო დაწესებულებების ოფიციალურ Facebook გვერდების პოპულარიზაციისათვის 2012 წელზე მოდის. ერთადერთი სახელმწიფო ორგანო, რომელმაც სოციალური ქსელის განვითარებაზე 2011 წელს თანხა დახარჯა საქართველოს პარლამენტია. 2013 წელს კი შინაგან საქმეთა სამინისტრომ გამოყო 500 ლარი Facebook -ზე საინფორმაციო რგოლის განთავსებისთვის. ერთის მხრივ მიუღებელია საბიუჯეტო თანხების არამიზნობრივად ხარჯვა, და ცალკეული თანამდებობის პირების გვერდების გადაქცევა საჯარო დაწესებულების ოფიციალურ პლატფორმად, რასაც მაგალითად ადგილი ჰქონდა თავდაცვის სამინისტროს ან საქართველოს მთავრობის გვერდის შემთხვევაში (ეს პრაქტიკა სამწუხაროდ ახლაც გრძელდება), მეორე მხრივ მნიშვნელოვანია, რომ საჯარო დაწესებულებებმა იზრუნონ თავიანთი ოფიციალური Facebook გვერდების განვითარება - დახვეწაზე და ახალი აპლიკაციების ინტეგრირებით და კარგი ადმინისტრირებით აქციონ სოციალურ ქსელები მოსახლეობისთვის მნიშვნელოვან საკომუნიკაციო პლატფორმად.

Facebook გვერდების მონიტორინგისას გამოვლენილი ხარვეზები და რეკომენდაციები

1 ოქტომბრის შემდეგ ქართული სამთავრობო უწყებების მუშაობამ ელ-სივრცეში დიდი ცვლილებები განიცადა, უმეტესწილად დადებითი კუთხით. საჯარო დაწესებულებების უმრავლესობამ, რომელსაც წინა ხელისუფლების პირობებში დახურული ჰქონდა კედელი და გაუქმებული ჰქონდა შეტყობინების გაგზავნის ფუნქცია, დღეს ეს პრობლემები მოაგვარა და მოქალაქეებს აქვთ მეტი ბერკეტი უწყებასთან საკომუნიკაციოდ. ამასთან, საჯარო დაწესებულებები გააქტიურდნენ მომხმარებლებთან კომუნიკაციის საკითხში. ბევრი მათგანი აქტიურად ეხმაურება მოქალაქეების მიერ დასმულ შეკითხვებსა და გამოთქმულ მოსაზრებებს. თუმცა, ამის მიუხედავად, პრობლემები და გამოწვევები ჯერ კიდევ რჩება ქართული სამთავრობო უწყებების Facebook გვერდებზე.

- სიახლეების განთავსების სტრატეგიის არქონა. იყო რამდენიმე შემთხვევა, როცა უწყებას მთელი თვის მანძილზე ორი ან სამი აქტივობა ჰქონდა საკუთარ გვერდზე, ზოგ მათგანს კი მთელი თვის მანძილზე არ განუთავსებია სიახლე. ეს ტენდენცია მოქალაქეების პასიურობის მიზეზია. შესაბამისად, გვერდი მხოლოდ ინფორმაციის გამტარის როლს ასრულებს და არა სადისკუსიო პლატფორმის.
- გვერდის საინფორმაციო ნაწილში, საჯარო უწყებები ხშირად არ უთითებენ დაწესებულების მისიას, გვერდის დანიშნულებას, ისტორიას, საკონტაქტო ინფორმაციას. არცერთი მათგანის გვერდზე არ შეგვხვდრია მოდერაციის ინსტრუქცია და კომენტარების წესები. ეს გავრცელებული პრაქტიკაა მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყნის ოფიციალური სტრუქტურის Facebook გვერდებზე.
- საკვლევი ობიექტების უმეტესობას არ აქვს ინტერაქციული და საინტერესო აპლიკაციები. ნაწილის გვერდზე კი ტექნიკურად გაუმართავი აპლიკაციებიც ფიქსირდება.

ზემოთთქმულიდან გამომდინარე აუცილებელია, რომ უწყების გვერდზე ხშირად განთავსდეს თემატური სიახლეები. იმისთვის, რომ უზრუნველყოფილი იყოს გამჭვირვალობა და მოქალაქეთა ჩართულობა, აუცილებელია გაიხსნას ყველა სამინისტროს კედელი და გააქტიურდეს შეტყობინების გაგზავნის ფუნქცია.

მნიშვნელოვანია, რომ ყველა დაწესებულებამ განსაზღვროს მისი ოფიციალური Facebook გვერდის მუშაობის სტრატეგია და ამის შესახებ გამომწერებს გვერდის საინფორმაციო განყოფილებაში აცნობოს. აუცილებელია შემუშავდეს მოდერაციის, კომენტარების წესები და ა.შ. ყურადღება გამახვილდეს აპლიკაციების ინტეგრაციაზე და მაქსიმალურად დაბალანსებული ინფორმაცია განთავსდეს სხვადასხვა წყაროების ბმულების გაზიარებით. ეს მოქალაქეებში საჯარო დაწესებულებისადმი ნდობის ფაქტორს ზრდის. ასევე, მნიშვნელოვანია, რომ გაგრძელდეს მოქალაქეების პირად შეკითხვებზე პასუხის გაცემის პრაქტიკა და ნებისმიერი მომხმარებლის ყველა შეტყობინებას მოჰყვეს გამოხმაურება.