

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

საჯარო პოლიტიკის, ადვოკატირებისა და სამოქალაქო საზოგადოების განვითარება საქართველოში

საჯარო დაწესებულებების, პოლიტიკური სუბიექტებისა და მედიასაშუალებების FACEBOOK გვერდების მონიტორინგის შედეგები

რეკომენდაციები

2012 წლის 1 ივლისიდან ოთხი თვის მანძილზე განხორციელდა საქართველოს 19 საჯარო დაწესებულების, 10 პოლიტიკური სუბიექტისა და 6 მედია საშუალების ოფიციალური FACEBOOK გვერდების მონიტორინგი. გთავაზობთ დაკვირვების შედეგად გამოვლენილი პრობლემების საფუძველზე შემუშავებულ რეკომენდაციებს.

ვფიქრობთ, რეკომენდაციები სასარგებლო უნდა იყოს საზოგადოებასთან ურთიერთობაზე პასუხისმგებელი პირებისთვის, მოქალაქეებთან საკუთარი საკომუნიკაციო სტრატეგიის დასახვეწად თუ გადასახალისებლად.

კვლევითი ჯგუფი, თავის მხრივ, მზადაა ნებისმიერ დაინტერესებულ მხარესთან ამ საკითხების გარშემო უფრო ვიწრო ფორმატში განხილვისა და მსჯელობისთვის.

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.

საკონტაქტო პირი:
თეონა ტურაშვილი
E-mail: t.turashvili@idfi.ge
Tel: +99532 2996364

საჯარო დაწესებულებების, პოლიტიკური სუბიექტებისა და მედიასაშუალებების FACEBOOK გვერდების მონიტორინგის შედეგები

რეკომენდაციები

შესავალი

საქართველოში ეტაპობრივად ინერგება ელექტრონული მმართველობისა და გამჭვირვალობის პრინციპები. ამავე დროს ამ სფეროში მნიშვნელოვანი ინოვაციების დასანერგად აუცილებელია როგორც მოქალაქეების, ასევე, მთავრობისა და სხვადასხვა საჯარო დაწესებულებების მზაობა, გააუმჯობესონ პირდაპირი კომუნიკაციის პლატფორმები, ხელი შეუწყონ მოსაზრებების, იდეებისა თუ პრობლემების გაზიარებას. უნდა აღინიშნოს, რომ აქამდე საქართველოს ხელისუფლების პოლიტიკა უფრო ცალმხრივი კომუნიკაციის მიდგომაზე იყო აქცენტირებული. უკანა პლანზე იყო გადატანილი ხელისუფლების საზოგადოებასთან პირდაპირ დიალოგზე ორიენტირებული სტრატეგია. რაც გულისხმობს სხვადასხვა ელექტრონული პლატფორმების (ონლაინ გამოკითხვები, საჯარო განხილვები და დისკუსიები) ანუ პირდაპირი დემოკრატიის თანამედროვე ტრენდების დანერგვას. ამ მიდგომის უპირატესობა იმაში გამოიხატება, რომ მისი განვითარებით, სოციალური ქსელების მომხმარებლები აქტიურად ჩაერთვებიან პოლიტიკური დაგეგმვის, გადაწყვეტილების მიღებისა და მათი აღსრულების.

ელექტრონული ჩართულობის კუთხით, საქართველო საკმაოდ დიდი გამოწვევების წინაშეა. ამაზე მეტყველებს რამდენიმე საერთაშორისო კვლევა. მაგალითად, 2011 წლის The Economist Intelligence Unit-ის დემოკრატიის ინდექსით, მოქალაქეების ჩართულობის მხრივ, საქართველო მხოლოდ 102-ე ადგილს იკავებს. გაეროს მიერ წარმოდგენილი ელექტრონული მმართველობის რეიტინგში კი ყველაზე დაბალი მაჩვენებელი საქართველომ სწორედ ელ-მონაწილეობის კუთხით აჩვენა. ეს მიანიშნებს იმაზე, რომ საქართველოს მოქალაქეებს ჯერ კიდევ არ აქვთ საკმარისი სივრცე საჯარო პოლიტიკაში მონაწილეობის მისაღებად.

პროექტის - „ელექტრონული ჩართულობის განვითარება საქართველოში“ - ერთ-ერთი უმთავრესი მიზანი სწორედ ამგვარი სამოქალაქო პლატფორმების ინიცირებაა.

რაც უზრუნველყოფს საჯარო დაგეგმვის ნებისმიერ დონეზე საქართველოს მოსახლეობის ჩართულობის უზრუნველყოფას. აღნიშნული ინიციატივის შემუშავებაში გადამწყვეტი იქნება უცხოური გამოცდილების გაზიარება. თუმცა, მანამდე საჭიროა, ქართული რეალობის შესწავლა. კერძოდ, დღეს მოქალაქეებისთვის საჯარო დაწესებულებებთან პირდაპირი კომუნიკაციის ერთ-ერთ მექანიზმს სოციალური ქსელი Facebook-ი წარმოადგენს. რაიმე ტიპის სამოქალაქო პლატფორმის არარსებობის პირობებში, სწორედ აღნიშნულ სოციალურ ქსელში დარეგისტრირებულ ოფიციალურ წარმომადგენლობებზე მოქალაქეების მხრიდან საკუთარი მოსაზრებების განთავსების შესაძლებლობა შეიძლება ჩაითვალოს პოლიტიკური ჩართულობისა და კომუნიკაციის დამყარების ერთ-ერთ საშუალებად.

ჩვენი კვლევის ფარგლებში მონიტორინგი ჩატარდა 19 საჯარო დაწესებულების, 11 პოლიტიკური სუბიექტისა და 6 მედიასაშუალების ოფიციალურ Facebook გვერდებს. ამგვარი მიდგომის მთავარი მიზანი გახლდათ იმის გამორკვევა, თუ რამდენად ეფექტური კომუნიკაცია არსებობს სოციალურ ქსელებში აქტიურ პირებსა და კვლევით სუბიექტებს შორის ხსენებული სოციალური ქსელის გვერდებზე. ეს ერთგვარი მოსამზადებელი პერიოდია, საბოლოოდ, უფრო ფართომასშტაბიანი საკომუნიკაციო პლატფორმის ინიცირებისთვის.

მონიტორინგის ფარგლებში აღმოჩენილი პრობლემების ანალიზის მიხედვით აშკარაა, რომ სოციალურ ქსელ Facebook-ს საქართველოში სხვადასხვა პოლიტიკური სუბიექტები, ორგანიზაციები და დაწესებულებები საკმაოდ არაეფექტურად იყენებენ. გამოიკვეთა პრობლემები აღნიშნული ქსელის აქტიურ მომხმარებლებთან კომუნიკაციის დამყარებისა და მათგან მიღებული ინიციატივები გათვალისწინების თვალსაზრისით.

გთავაზობთ მონიტორინგის შედეგად გამოვლენილი პრობლემების საფუძველზე შემუშავებულ რეკომენდაციებს, რაც საგულისხმო შეიძლება აღმოჩნდეს ნებისმიერი სამთავრობო უწყების, პოლიტიკური პარტიის, მედია საშუალებისა თუ სხვა ორგანიზაციისთვის, რომელებიც სოციალურ ქსელ Facebook-ს მის მომხმარებელთან კომუნიკაციის გასაუმჯობესებლად იყენებენ. ვფიქრობთ, რეკომენდაციები სასარგებლო უნდა იყოს პირველ რიგში საზოგადოებასთან ურთიერთობაზე პასუხისმგებელი პირებისთვის, მოქალაქეებთან საკუთარი საკომუნიკაციო სტრატეგიის დასახვეწად თუ გადასახალისებლად.

პრობლემა: არაოფიციალური FACEBOOK გვერდების სიმრავლე

- პროექტის ფარგლებში ჩატარებულმა მონიტორინგმა აჩვენა, რომ ზოგჯერ პრობლემურია რიგი პოლიტიკური პარტიის, საჯარო დაწესებულებისა თუ მედიასაშუალების ოფიციალური გვერდის იდენტიფიცირება. ეს განპირობებულია სოციალურ ქსელში მსგავსი სახელწოდების რამდენიმე გვერდის არსებობით. ისინი, ძირითადად, შექმნილია რიგითი მომხმარებლების მიერ და კავშირი არ აქვთ თავად სამთავრობო უწყებასთან, პოლიტიკურ პარტიასთან ან მედია საშუალებასთან. ამის შედეგად, სოციალური ქსელის აქტიური მომხმარებელი შესაძლოა შეცდომაში შევიდეს და მიიღოს არაოფიციალური ინფორმაცია. ოთხთვიანი მონიტორინგის პერიოდში მართლაც დაფიქსირდა რამდენიმე მსგავსი შემთხვევა, როდესაც გარკვეული პოლიტიკური პარტიისა თუ საჯარო პირის არაოფიციალურ გვერდზე განთავსებული განცხადება აღმოჩნდა მცდარი და მომხმარებელი შეცდომაში იქნა შეყვანილი.

რეკომენდაცია:

- სასურველია, გვერდზე არსებობდეს ოფიციალურობის დამადასტურებელი წარწერა. გვერდის ადმინისტრატორებს ასევე შეუძლიათ დაუკავშირდნენ არაოფიციალური გვერდების მფლობელებს და შესთავაზონ გვერდის მომხმარებლების ინფორმირება, იმის შესახებ, რომ გვერდზე გამოქვეყნებული ინფორმაცია შეიძლება არ ასახავს საჯარო დაწესებულების, პოლიტიკური პარტიისა თუ საჯარო მოხელის შეხედულებებს.

პრობლემა: ინფორმაციის არასისტემური განთავსება და არასწორი მიწოდება

- მონიტორინგმა აჩვენა, რომ ხშირად Facebook გვერდებს არ ექცევა სათანადო ყურადღება. უმეტეს შემთხვევაში, გვერდის ადმინისტრატორები მხოლოდ ინფორმაციის გავრცელებით შემოიფარგლებიან და არ ეხმაურებიან სოციალური ქსელის აქტიური მომხმარებლების მიერ გაკეთებულ

კომენტარებს. პრობლემებია თავად სხვადასხვა ტიპის ინფორმაციის გამოქვეყნების ფორმატთან დაკავშირებითაც. მაგ. ფოტო ალბომების შემთხვევაში, იტვირთება დიდი მოცულობის ვიზუალური მასალა მათი აღწერილობის (სურათზე გამოსახული პიროვნებების ვინაობა, მასზე დაფიქსირებული შეხვედრისა თუ აქციის ადგილი, დრო, მიზანი და სხვა ინფორმაციული ცნობები) გარეშე.

რეკომენდაცია:

ზემოთ ჩამოთვლილი პრობლემების გადასაჭრელად რამდენიმე გზა არსებობს:

- პირველ რიგში, სასურველია, ნებისმიერ Facebook გვერდს ყავდეს მინიმუმ ერთი ან რამდენიმე აქტიური ადმინისტრატორი, რომელთა ერთ-ერთი უმთავრესი მოვალეობა გვერდზე ინფორმაციის მუდმივი და სისტემატური განახლება და რაც მთავარია, მომხმარებლებთან პირდაპირი კავშირის უზრუნველყოფა იქნება;
- თითოეული გვერდისთვის შემუშავებული უნდა იყოს საქმიანობის სპეციფიკიდან გამომდინარე საკომუნიკაციო სტრატეგია. დეტალურად უნდა იყოს გაწერილი გვერდზე პასუხისმგებელი პირების მოვალეობები, მოკლე და გრძელვადიანი მიზნები. გარდა ამისა, აუცილებელია დაკონკრეტებული იყოს ცალკეული მიზნების მისაღწევად საჭირო გზები, გასატარებელი ღონისძიებები და ინიციატივები;
- გვერდის ადმინისტრატორისთვის შექმნილ სტრატეგიაში ზოგადი მიზნებისა და ამოცანების გარდა, განმარტებული უნდა იყოს კომუნიკაციის ძირითადი მიდგომები და მეთოდები. წინასწარ უნდა იყოს ინფორმაციისა თუ სხვადასხვა ცნობების პარამეტრები და მათი განახლების სიხშირე. რაც უფრო თანამიმდევრულსა და სისტემურს გახდის სოციალური ქსელების აქტიურ მომხმარებელთან ურთიერთობას;
- ნებისმიერი გვერდის ადმინისტრატორისთვის პრიორიტეტს უნდა წარმოადგენდეს მომხმარებლისთვის ცნობების მარტივი, ადვილად აღსაქმელი ფორმით მიწოდება. მაგალითად, ახალი ამბების შემთხვევაში, კარგი იქნება მთლიანი სტატიიდან მთავარი გზავნილების (ე.წ. „ჰედლაინების“ Headline) ამოღება და გაზიარებული ბმულებისთვის თანდართვა. ფოტო-ალბომების შემთხვევაში, სასურველია, ყველა მათგანს ჰქონდეს სათაური, სურათებზე გამოსახული ღონისძიებისა თუ შეხვედრის აღწერა (ჩატარების დრო, ადგილი, მიზანი, მონაწილეები). გარდა ამისა, თითოეულ ფოტოს უნდა ახლდეს აღწერა,

მითითებული უნდა იყოს მასზე აღბეჭდილი პიროვნების სახელი, გვარი და თანამდებობა. საერთაშორისო პრაქტიკის გათვალისწინებით, კიდევ უფრო მომგებიანია ვიზუალური მასალით გარკვეული გზავნილების, იდეების, ინიციატივებისა და შეხედულებების გადმოცემა. ასევე, სოციალური ქსელის მომხმარებელთა მიერ მიმზიდველად შეიძლება ჩაითვალოს ინფორმაციისა თუ სხვადასხვა ორგანიზაციის/დაწესებულების საქმიანობისა და პოლიტიკის გრაფიკული, ფოტო ან ვიდეო მასალით გაცნობა. რაც შეეხება სტატუსებს, საჭიროა ქართველმა პოლიტიკოსებმა, პარტიებმა თუ საჯარო დაწესებულებებმა ხშირად გამოიყენონ პირდაპირი მიმართვის ფორმა. ასევე, ეფექტური იქნება სხვადასხვა საკითხებზე გვერდის მფლობელის მიერ საკუთარი პოზიციის დაფიქსირება და მომხმარებლისთვის კითხვებით მიმართვა, რაც წახალისებს საჯარო დისკუსიას.

პრობლემა: FACEBOOK გვერდებზე არა რელევანტური და მოძველებული ინფორმაციის არსებობა

- ინფორმაციის განთავსების არაეფექტურ ფორმასთან ერთად, მონიტორინგის პერიოდში შეინიშნებოდა ცალკეული პოლიტიკური პარტიისა თუ საჯარო უწყების მიერ მათ საქმიანობასთან ნაკლებად დაკავშირებული ცნობების განთავსება. ამავე დროს, Facebook გვერდებზე არასრულყოფილად იყო წარმოდგენილი კვლევითი სუბიექტების დანიშნულების, მისიის, საკონტაქტო ინფორმაციის, იდეოლოგიისა (პოლიტიკური პარტიები) და კომპეტენციის (სამთავრობო დაწესებულებები) შესახებ მონაცემები.

რეკომენდაცია:

- ცალკეული გვერდების მფლობელების საქმიანობის შესახებ მომხმარებლისთვის სათანადო ინფორმაციის მიწოდების მიზნით, სასურველია, ადმინისტრატორებმა აქცენტი გააკეთონ ღონისძიებების, შეხვედრების, იდეოლოგიისა და პოლიტიკის შესახებ ინფორმაციის გავრცელებაზე. ეფექტურია სოციალურ ქსელებში სხვადასხვა ტიპის აპლიკაციების გამოყენებაც (YouTube, Twitter, Flickr). ოფიციალურ აპლიკაციებზე განთავსებული ინფორმაცია მეტ სანდოობას იძენს. ამავე დროს, სუბიექტები თავად ქმნიან საინფორმაციო კონტენტს და დამოკიდებულნი არ

არიან მათი საქმიანობის შესახებ სხვადასხვა მედიასაშუალებების მიერ გავრცელებულ ინფორმაციაზე.

- გვერდების მფლობელი დაწესებულებების მიერ განხორციელებული ცალკეული ღონისძიებების შესახებ ინფორმაციის გამოქვეყნებასთან ერთად, მნიშვნელოვანია გვერდის აღწერაში (განყოფილება „შესახებ“) დეტალურად იყოს მოცემული შემდეგი მონაცემები: მისამართი, საკონტაქტო ინფორმაცია, მისია, გვერდის მიზანი, გვერდის ავტორი პოლიტიკური პარტიის, საჯარო დაწესებულების, მედიასაშუალების თუ ნებისმიერი ორგანიზაციის მისია, ფუნქცია, ძირითადი ისტორიული ფაქტები, იდეოლოგია. ამგვარი ცნობები სოციალური ქსელების მომხმარებლების შეუქმნით ძირითად წარმოდგენას სუბიექტების აქტივობისა და პოლიტიკის შესახებ.
- 1 ოქტომბრის საპარლამენტო არჩევნების შემდეგ, საჯარო დაწესებულებების შემთხვევაში, როგორც ოფიციალურ ვებ-გვერდებზე, ასევე სოციალურ ქსელში მათ წარმომადგენლობებზე, გაჩნდა მანამდე განთავსებული ცნობების განახლებისა და ახალი ხელმძღვანელი პირების შესახებ სრულყოფილი ინფორმაციის განთავსების აუცილებლობა. ეს ხელს შეუწყობს საზოგადოების ინფორმირებას და მეორე მხრივ, გაზრდის ხელისუფლების გადაბარების პროცესის გამჭვირვალობას. მნიშვნელოვანია, ასევე, თითოეული უწყების შიგნით არსებული ვითარებისა და გარდამავალი პერიოდის მიმდინარეობის შესახებ უფრო მეტი სიახლეების გავრცელება.

პრობლემა: ინოვაციური აპლიკაციების ნაკლებობა

- ოთხთვიანმა მონიტორინგმა აჩვენა, რომ სოციალურ ქსელ Facebook-ში გახსნილი ქართული გვერდების ადმინისტრატორები თითქმის არ იყენებენ თანამედროვე ტექნოლოგიებს და ნაკლებად ცდილობენ ინოვაციური მეთოდებით მომხმარებელთა ინფორმირებასა და მათი ჩართულობის უზრუნველყოფას.

რეკომენდაცია:

- ახალი ტექნოლოგიების დანერგვასთან ერთად კიდევ უფრო მარტივი გახდა კომუნიკაციის დამყარება. ამას ემატება, სოციალური ქსელების არსებობა, რომელთა მთავარი პოზიტიური მხარე დისკუსიების გამართვის გაადვილება

გახლავთ. ამისთვის, Facebook-ში მრავალი სახის აპლიკაციაა შექმნილი. მათი მთავარი დანიშნულება პოლიტიკისა შემუშავების პროცესში გვერდის მომხმარებელთა ჩართულობის უზრუნველყოფა და უკუკავშირის დამყარებაა. ამგვარ სერვისებში მოიაზრება მაგალითად, პეტიციები, გამოკითხვები, ფორუმი, პირდაპირი ტრანსლაცია და სხვა.

- ზემოთ ჩამოთვლილი აპლიკაციების დანერგვასთან ერთად, აუცილებელია, მათი ტექნიკური გამართულობისა და ეფექტური ფუნქციონირების მუდმივი შემოწმება. ხარვეზის აღმოჩენის შემთხვევაში, აუცილებელია, მათი დაუყოვნებელი გამოსწორება.
- გარდა ამისა, გამოიკვეთა, რომ ზოგიერთი სერვისით სარგებლობისას ადმინისტრატორები არ ცდილობენ მოქალაქეების ჩართულობის უზრუნველყოფას. მაგალითად, მართალია გვერდების უმრავლესობაზე ინტეგრირებულია პირდაპირი ტრანსლაციის საშუალება, თუმცა არასდროს გამოყენებულა იგი ონლაინ დისკუსიების გასამართად. უფრო ზუსტად, ყველაზე კარგ შემთხვევაში ამ სერვისს ცალკეული ლიდერების გამოსვლის გადმოსაცემად იყენებდნენ. თუმცა, ამ შემთხვევაში სოციალური ქსელების აქტიური მომხმარებლები ინფორმაციის უბრალო მიმღებები გახლდნენ და ეს არ გულისხმობდა კითხვა-პასუხის რეჟიმს.

პრობლემა: მომხმარებლების კითხვებისადმი უყურადღებობა და მათი ინიციატივებისადმი ღიაობის ნაკლებობა

- ყველაზე სერიოზული გამოწვევა, რაც დაკვირვებამ აჩვენა, გახლავთ სოციალურ ქსელში დარეგისტრირებული გვერდების ადმინისტრატორების მიერ მომხმარებლების მიმართ გამოჩენილი უყურადღებობა, მათი პრობლემებისა და კითხვებისადმი ინდიფერენტული დამოკიდებულება. ამ მიმართულებით გამოიკვეთა შემდეგი კონკრეტული ხარვეზები:
 - ხშირად იშლება ან ქრება მოქალაქეების მიერ დაწერილი, ძირითადად, კრიტიკული შინაარსის მოსაზრებები, რაც მომხმარებლებში უნდობლობას იწვევს.
 - ზოგიერთ გვერდზე გათიშულია პირადი შეტყობინების მიწერის ფუნქცია, რის გამოც სოციალური ქსელის მომხმარებლებს არ შეუძლიათ საკუთარი პრობლემა მიაწოდონ კონკრეტულ დაწესებულებას თუ ორგანიზაციას. ამ სერვისის განთავსების შემთხვევაში კი მოქალაქეები

მაინც ვერ იღებენ სასურველ კითხვებზე პასუხს - ადმინისტრატორები ხშირად უპასუხოდ ტოვებენ გაგზავნილ შეკითხვებს.

- გამოიკვეთა, რომ მომხმარებლებისთვის ქართული Facebook გვერდების გახსნილობის ხარისხი საკმაოდ დაბალია. კერძოდ, უმეტეს შემთხვევაში მოქალაქეებს არ შეუძლიათ საკუთარი მოსაზრებები ან სასურველი ინფორმაცია გაუზიარონ გვერდების მფლობელებს, ამ უკანასკნელთა გვერდზე „პოსტების“ განთავსების სახით - ე.წ. Facebook „კედელი“ ჩაკეტილია. გვერდების ღიაობის შემთხვევაში, მათი კითხვები თუ გაზიარებული ცნობები, უმეტესწილად, რეაგირების გარეშე რჩება.
- მართალია Facebook-ის მომხმარებლებს შეუძლიათ საჯაროდ დაწერონ საკუთარი მოსაზრებები და დასვან სასურველი კითხვები გვერდის ადმინისტრატორის მიერ განთავსებულ ნებისმიერი სახის ინფორმაციაზე, თუმცა კვლევამ დაადასტურა, რომ მათ კომენტარებს სათანადო ყურადღება არ ექცევა. პოლიტიკური სუბიექტებისა და საჯარო დაწესებულებების დიდი ნაწილი თავს არიდებს მოქალაქეების ინტერესის დაკმაყოფილებას და არ პასუხობს უბრალო, საინფორმაციო ტიპის შეკითხვებსაც კი.

რეკომენდაცია:

- იდენტიფიცირებული პრობლემების აღმოსაფხვრელად, ადმინისტრატორებმა შეიძლება იხელმძღვანელონ რამდენიმე შემოთავაზებით:
 - სასურველია, აღმოიფხვრას ან ქმედითი ნაბიჯები გადაიდგას კომენტარების წაშლისა თუ გაქრობის ტენდენციის გამოსასწორებლად. კრიტიკულად განწყობილი კომენტარების შემთხვევაში, სასურველია, ავტორს კონსტრუქციულად გასცენ პასუხი და შეეცადონ მისი კრიტიკის გაბათილებას შესაბამისი არგუმენტებით. იმ შემთხვევაში თუ სოციალურ ქსელების მომხმარებელი უცენზურო სიტყვებს იყენებს, სასურველია, ჯანსაღი დიალოგისა და არგუმენტირებული მსჯელობისკენ მოწოდება. კომენტარების გაფილტვრას პირიქით საპირისპირო შედეგი მოაქვს - გვერდის აქტიურ მომხმარებელს ეკარგება ნდობა გვერდის მფლობელის მიმართ და ამით, უნელდება აქტიურობის მოტივაცია. მაშინ როცა, კრიტიკისადმი ღმობიერი მოპყრობა ოპონენტების აზრის პატივისცემის ილუსტრაციის

მაჩვენებელია. ეს ზრდის გვერდების ადმინისტრატორების მიმართ მოქალაქეებში სანდოობის ხარისხს.

- აუცილებელია ყველა გვერდზე ფუნქციონირებდეს პირადი შეტყობინების მიწერის ფუნქცია. ამ სერვისის დადებითი მხარე ის გახლავთ, რომ სოციალურ ქსელებში ზოგიერთმა აქტიურმა პირმა შესაძლოა საკუთარი პრობლემის გასაჯაროება არ ისურვოს და მისთვის საინტერესო ორგანიზაციისთვის პირადად მიწერა არჩიოს. გარდა ამისა, ადმინისტრატორებმა სისტემატურად უნდა შეამოწმონ მოქალაქეების მიერ გამოგზავნილი წერილები, გასცენ ამომწურავი პასუხი და არ დატოვონ აქტიური მომხმარებლები სასურველი ინფორმაციის გარეშე. იმ შემთხვევაში თუ გვერდის მფლობელი ორგანიზაცია გარკვეულ საკითხში კომპეტენტური არ გახლავთ, ადმინისტრატორს შეუძლია დაინტერესებულ მოქალაქეს მიუთითოს ის დაწესებულება, რომელიც ამ საკითხზე უფრო საფუძვლიან პასუხს გასცემს.
- მნიშვნელოვანია, რომ სოციალურ ქსელ Facebook-ში ნებისმიერი მომხმარებლისთვის გახსნილი იყოს ე.წ. გვერდები და ყველას ჰქონდეს შესაძლებლობა გააზიაროს ამ კედელზე საკუთარი კომენტარი, ბმული თუ სხვა ინფორმაცია. აღნიშნული სტრატეგია საშუალებას მისცემს დაინტერესებულ სუბიექტებს მყისიერად გადაახალისონ საკუთარი მიდგომა აქტუალურ საკითხებთან მიმართებაში.
- ინფორმაციის განთავსების უფლების მიცემასთან ერთად, სასურველია, გვერდის ადმინისტრატორები სისტემატურად ეცნობოდნენ მომხმარებლების მიერ გაზიარებულ პოსტებს, კითხვების შემთხვევაში ახდენდნენ მყისიერ რეაგირებას, ქვეყნისთვის საკვანძო პრობლემების წამოჭრის დროს კი ხელს უწყობდნენ კონსტრუქციულ დიალოგს.