रणनीतिक संचार संदर्भ सामग्री - भाग 6

सोशल मीडिया का इस्तेमाल क्यों और कैसे करें?

VIKAS SAMVAD

लेखन

सचिन कुमार जैन

सह लेखन और संपादन

पूजा सिंह, राकेश कुमार मालवीय, विश्वंभर त्रिपाठी,
संदीप नाईक, निधि तिवारी, जावेद अनीस, राजेश भदौरिया,
सत्यम पांडेय, उपासना बेहार, अनिल धीमान,
कार्तिक शर्मा, पिंकी वर्मा

मार्गदर्शन

चिन्मय मिश्र, गुरुशरण सचदेव

> सामाजिक संस्थाएं जो काम करती हैं उनके बारे में सरकार, जनप्रतिनिधियों और व्यापक समाज के विभिन्न हिस्सों को जानकारी देने में सोशल मीडिया अहम भूमिका निभाता है।

सामाजिक संस्थाओं के प्रयासों से जो भी जमीनी बदलाव आता है अक्सर उसकी जानकारी संस्थाओं और लक्षित समुदाय तक सीमित रह जाती है। सोशल मीडिया मंचों के माध्यम से यह जानकारी स्थान विशेष की सीमाओं से परे जाकर राष्ट्रीय और कई बार अंतरराष्ट्रीय स्तर तक प्रसारित होती है। इस तरह सामाजिक बदलाव के कामों का व्यापक प्रचार प्रसार संभव होता है।

इस तकनीक सक्षम युग में फेसबुक, लिंक्डइन, ट्विटर, यूट्यूब, इंस्टाग्राम, ब्लॉग, स्नेपचैट आदि अनेक सोशल मीडिया माध्यम उपलब्ध हैं। सामाजिक संस्थाओं को अपनी आवश्यकता के मुताबिक उनका चयन करना चाहिए। उदाहरण के लिए संदेश की प्रकृति कैसी है? उसका स्वरूप क्या है? लक्षित समूह क्या है? इन सब बातों के आधार पर ही तय करना चाहिए कि संदेश लिखित होगा, ऑडियो होगा या वीडियो, बड़े आकार का होगा या संक्षेप में...वगैरह।

सोशल मीडिया पर पूरी तैयारी से जाएं। यहां तैयारी से अर्थ है: लक्षित समूह की पहचान, संदेश की स्पष्टता, संदेश की प्रासंगिकता, उसे जारी करने में निरंतरता रखना आदि। सोशल मीडिया पोस्ट कभी एकतरफा न हो बल्कि हमेशा संवाद की गुंजाइश रखें। इससे संस्था की छवि को पारदर्शी और सकारात्मक बनाने में मदद मिलती है।

सोशल मीडिया का इस्तेमाल क्यों और कैसे करें?

विषय परिचय

भारतीय संदर्भ में अब भी सामाजिक नागरिक संस्थाएं और सामाजिक कार्यकर्ता सोशल मीडिया का रणनीतिक उपयोग कम ही करते हैं। जबकि व्यापक समाज, युवाओं, अकादमिक विशेषज्ञों और सरकार की व्यवस्था के बीच अपनी बात-विचार पहुंचाने के लिए सोशल मीडिया एक बेहद प्रभावी माध्यम है।

इसके साथ ही सोशल मीडिया छवि का निर्माण करने में भी अहम भूमिका निभाता है। सोशल मीडिया से दूरी बनाकर रखना सामाजिक नागरिक संस्थाओं और कार्यकर्ताओं के लिए अच्छा विकल्प नहीं है।

अगर ये संस्थाएं और कार्यकर्ता अपनी दृष्टि, सपने, विचार और कार्यक्रम के बारे में समाज और व्यवस्था के विभिन्न समूहों/संस्थाओं से संवाद ही नहीं करेंगी, तो उनके बारे में नकारात्मक धारणाएं बनेंगी। इससे सामाजिक नागरिक संस्थाओं की समाज में स्वीकार्यता कम होती जाएगी और एक वक्त पर यह स्थिति, यह संवादहीनता नागरिक पहल के स्थान के खात्मे का रूप ले लेगी।

सोशल मीडिया का फैलाव

जनवरी 2022 की स्थिति में भारत में लगभग 40 करोड़ लोग फेसबुक का इस्तेमाल करते हैं। ट्विटर का इस्तेमाल करने वाले 2.4 करोड़ लोग हैं। 46.7 करोड़ लोग यूट्यूब देखते हैं। लिंक्डइन पर 8.3 करोड़ लोग मौजूद हैं। जब इतनी बड़ी जनसंख्या सोशल मीडिया का उपयोग करती है, तब इन मंचों का इस्तेमाल प्रभावी तरीके से किया ही जाना चाहिए।

सोशल मीडिया का उपयोग क्यों जरूरी है?

- उक्त संस्थाएं जिस विषय पर काम कर रही हैं, उसके बारे में युवाओं, शिक्षकों, उद्यमियों, छात्र-छात्राओं, सरकार और जनप्रतिनिधियों को जानकारी देने और उनकी समझ बनाने में सोशल मीडिया एक अहम माध्यम होता है।
- समुदाय के बीच जो पहल की जा रही है, उस पहल की पहचान बनाने में, उसके बारे में समाज-मीडिया-सरकार को जानकारी देने में भी सोशल मीडिया का उपयोग बहुत प्रभावी होता है।
- जब उक्त संस्थाएं और कार्यकर्ता सोशल मीडिया के माध्यम से अपने अनुभव और कहानियां बताते रहते हैं, तब समाज को यह पता चलता है कि सामाजिक कार्यकर्ता कितनी महत्वपूर्ण भूमिका निभा रहे हैं!
- अक्सर सामाजिक बदलाव का काम संस्था और उस खास समुदाय के बीच ही सीमित रह जाता है, जिनके लिए संस्था काम कर रही है। सोशल मीडिया के जरिए संस्थाएं मध्यम वर्ग को भी उन मुद्दों से अवगत करा सकती है।
- जब भी किसी खास कार्यक्रम या पहल के लिए स्वैच्छिक कार्यकर्ताओं की जरूरत होती है, तब सोशल मीडिया के माध्यम से युवाओं, छात्र-छात्राओं और समाज के विभिन्न तबकों के व्यक्तियों को स्वैच्छिक कार्यकर्ता या वालेंटियर के रूप में जोड़ा जा सकता है।
- अब सोशल मीडिया आर्थिक संसाधन जुटाने का भी एक प्रभावी माध्यम बन चुका है।

इस प्रवेशिका में हम सामाजिक नागरिक संस्थाओं के लिए सोशल मीडिया के उपयोग के बारे में समझ बनाने के लिए कुछ चिन्हित बिन्दुओं पर बात करेंगे –

1. अपनी उक्त संस्था के लिए उचित सोशल मीडिया मंच का चुनाव कैसे करें?
2. सोशल मीडिया रणनीति के अहम बिंदु कौन से होते हैं?
3. सोशल मीडिया पर अन्य लोगों/समूहों का जुड़ाव कैसे हो?
4. संसाधन जुटाने के लिए सोशल मीडिया का उपयोग कैसे करें?
5. सोशल मीडिया से सम्बंधित आंकड़े कैसे जुटाएं?

उचित सोशल मीडिया मंच का चुनाव कैसे करें?

आज के समय में सोशल मीडिया के कई मंच मौजूद हैं। मसलन ट्विटर, फेसबुक, व्हाट्स एप, लिंक्डइन,

इन्स्टाग्राम, टेलीग्राम, सिग्नल, स्नेपपचैट, ब्लॉग, यूट्यूब आदि। यह बिलकुल जरूरी नहीं है कि आपको सभी सोशल मीडिया मंचों पर सक्रिय होना चाहिए। वास्तव में सबसे पहले आपको यह तय करना होगा कि–

- आपका संदेश/सामग्री किस तरह की है?
- आप किस तरह की सामग्री/संदेश प्रसारित करना चाहते हैं?
- सामग्री/संदेश किस रूप में प्रसारित करना चाहते हैं?
- आपका लक्षित समूह कौन सा है?

सोशल मीडिया के मंच कौन से हैं?

फेसबुक

इसका इस्तेमाल लगभग सभी आयु वर्ग के लोगों के द्वारा व्यापक रूप से किया जाता है। इसमें लिखित सामग्री, फोटो, वीडियो, ग्राफ्स यानी कई रूपों में सामग्री को प्रस्तुत किया जा सकता है। यह एक ऐसा माध्यम है, जो संक्षिप्त संदेश से लेकर विस्तृत कहानी तक, संसाधन जुटाने से लेकर जन वकालत तक के मंच के रूप में इस्तेमाल किया जा सकता है। फेसबुक पर आप अपने कार्यक्रमों/संदेश का सीधा प्रसारण भी कर सकते हैं। यह एक ऐसा माध्यम है, जिस पर आपका लक्षित समूह या आपसे जुड़ा कोई भी व्यक्ति अपनी बात भी कह सकता है; यानी इस पर चर्चा और बहस की भी गुंजाइश है।

ब्लॉग

सोशल मीडिया के संदर्भ में यह आपका अपना मंच होता है। इस पर आप अपने विचार, अपनी कहानी, अपनी रिपोर्ट या विश्लेषण प्रकाशित और प्रसारित कर सकते हैं। अगर वे अपने विषय और कार्यक्रम के अनुभवों के आधार पर कोई रोचक समाचार या लेख लिखते हैं, तो उसे ब्लॉग पर प्रकाशित किया जाता है और उसे अन्य सोशल मीडिया मंचों पर साझा किया जा सकता है। अगर आप ब्लॉग बनाने के लिए स्थान देने वाली वेबसाइट्स को खोजेंगे तो आपको कम से कम दस वेबसाइट्स उपलब्ध हो जाएंगी, जो ब्लॉग बनाने के लिए स्थान और सहायता देती हैं।

इन्स्टाग्राम - यह एक ऐसा मंच है, जिस पर सबसे ज्यादा फोटो/चित्र साझा किए जाते हैं। इसे एक तरह से सोशल मीडिया का दृश्य माध्यम भी कहा जा सकता है। अगर आप अपने विषय, विचार और पहल से सम्बंधित फोटो–वीडियो के माध्यम से कहानी कह सकते हैं, तो इन्स्टाग्राम एक बहुत उपयोगी माध्यम है।

ट्विटर

यह एक ऐसा सोशल मीडिया मंच है, जिस पर आपको संक्षिप्त तरीके से अपनी बात कहना होती है। ट्विटर एक बहुत प्रभावी मंच है क्योंकि इस मंच पर सरकार, जनप्रतिनिधि, प्रधानमन्त्री, मंत्री से लेकर जिले के कलेक्टर तक सभी मौजूद हैं। ट्विटर पर आप अपने लक्षित समूह/व्यक्ति को टैग करके तुरंत अपनी बात उस समूह/व्यक्ति तक पहुंचा सकते हैं।

ट्विटर के इस्तेमाल के लिए अपनी बात को बहुत संक्षेप में कहना/लिखना आना चाहिए। अब ट्विटर पर 'ट्विटर स्पेस' नामक सुविधा भी उपलब्ध है। यह वास्तव में संवाद-बातचीत का मंच है। ट्विटर स्पेस पर कोई भी व्यक्ति (जो ट्विटर पर खाता रखता है) बातचीत का आयोजन कर सकता है और कोई भी व्यक्ति उस बातचीत को सुन-समझ सकता है। इस मंच पर अपनी बात कह वही सकेगा, जिसे आयोजक अनुमति देता है।

लिंक्डइन

यह पेशेवर जुड़ाव के लिए बहुत प्रभावी मंच है। देश-दुनिया में लोगों-युवाओं में किस तरह की रचनात्मकता और कौशल है, इसको जानने के लिए लिंक्डइन एक बहुत अच्छा मंच है। इस मंच पर संस्थाएं यह बताती हैं कि अपने काम के लिए उन्हें किस तरह के कौशल वाले लोगों की जरूरत है।

इसके दूसरी तरफ कोई भी व्यक्ति यह बता सकता है कि उसका अपना कौशल, अनुभव और उपलब्धियां क्या हैं? यह मंच सामाजिक नागरिक संस्थाओं और कुशल-अनुभवी व्यक्तियों के बीच जुड़ाव स्थापित करता है। इसके साथ ही, युवाओं के लिए भी बराबरी से अवसर पैदा करता है क्योंकि जो युवा यह बता पाते हैं कि उनके सपने क्या हैं? वे क्या करना चाहते हैं? उन्हें भी संस्थाएं इस मंच पर खोज पाती हैं।

यूट्यूब - यह एक किस्म का खुला टीवी चैनल है। इस चैनल या मंच पर कोई भी व्यक्ति अपना वीडियो या फिल्म बनाकर प्रसारित कर सकता है। इसमें तो कोई शक है ही नहीं कि अब लिखित सामग्री से ज्यादा फिल्म/वीडिओ का ज्यादा इस्तेमाल किया जाता है। इसमें लोग उक्त संस्था द्वारा किए जा रहे कामों की वास्तवित परिस्थिति को देख-सुन पाते हैं। उन्हें कोई कल्पना गढ़ना नहीं पड़ती है। अगर संस्थाएं वास्तव में सामाजिक आर्थिक विषयों पर अच्छे वीडिओ कार्यक्रम बना सकें और अगर वे प्रसिद्ध हो जाते हैं, तो यह आर्थिक संसाधन जुटाने का भी जरिया बन जाता है।

स्नेप चैट - इसकी शुरूआत तो वैसे निजी समूह में या दो व्यक्तियों के बीच अपने फोटो के आदान-प्रदान से हुई थी। लेकिन अब इस पर व्यापक संवाद होने लगे हैं, जानकारियां मांगी जा सकती हैं, वीडियो चैटिंग की जा सकती है, संदेशों का प्रसार किया जा सकता है। कोई भी व्यक्ति अपने फोटो को इस पर संग्रहित करके भी रख सकता है।

सोशल मीडिया पर जाने की तैयारी

उक्त संस्थाओं को गम्भीरता के साथ यह विश्लेषण करना चाहिए कि उनके काम और लक्ष्य के हिसाब से कौन सा सोशल मीडिया मंच सबसे उपयुक्त और प्रभावी होगा। यह कतई नहीं सोचा जाना चाहिए कि सोशल मीडिया मंच पर होना चाहिए इसलिए किसी भी मंच पर कूद जाया जाए। सबसे पहले कुछ सवालों के जवाब खोजिए –

1. हमें या हमारी संस्था को सोशल मीडिया के मंच पर जाना क्यों जरूरी है? हमारा उद्देश्य क्या है?
2. हम सोशल मीडिया मंच के माध्यम से क्या हासिल करना चाहते हैं?
3. हम किन्हें जानकारी/संदेश देना चाहते हैं? हमारा लक्षित समूह कौन है?
4. सोशल मीडिया के मंच के इस्तेमाल के लिए हमारी तैयारी क्या है?

हमें बहुत सोच समझ कर सोशल मीडिया मंचों के इस्तेमाल की एक रणनीति बनानी चाहिए।

तैयारी का मतलब क्या है?

जब हमारे पास ऊपर लिखे प्रश्नों के उत्तर होंगे, तब हम अपनी संस्था के लिए एक बेहतर रणनीति बना सकेंगे।

लक्षित समूह – हम किन लोगों/समूह तक अपनी बात पहुंचाना चाहते हैं, यह तय कर लेना चाहिए। लक्षित समूह अलग-अलग उद्देश्यों के कारण अलग-अलग भी हो सकते हैं।

स्पष्टता – एक वक्तव्य तैयार कीजिए, जो यह स्पष्ट रूप से बताए कि हमें सोशल मीडिया के माध्यम से क्या हासिल करना चाहिए हैं?

कौशल – अपनी संस्था में सदस्यों/साथियों की क्षमता का आकलन करना। सोशल मीडिया के मंचों का इस्तेमाल मुख्य रूप से प्रभावी समझ और कौशल का काम है। ये समझ और कौशल विकसित किए जा सकते हैं।

निरंतरता – यह समझ लीजिए कि सोशल मीडिया के मंच पर खाता खोल लेने भर से ही कोई प्रभाव पैदा नहीं होगा। अगर आपने सोशल मीडिया पर उपस्थिति दर्ज करा दी और अपने खाते का इस्तेमाल नहीं करते हैं, तब यह भी माना जा सकता है कि आप कुछ नहीं कर रहे हैं। इसका मतलब यह है कि आपको यह तय करना होगा कि आप सोशल मीडिया मंचों पर जानकारी/सूचनाएं/ फोटो आदि नियमित रूप से प्रसारित करते रहें। बेहतर यही होता है कि हर दिन कोई नई जानकारी प्रकाशित/प्रसारित की जाना चाहिए। वीडियो या वृत्तचित्र के सम्बन्ध में यह व्यवस्था बनानी होगी कि हम साप्ताहिक आधार पर ऐसी सामग्री प्रसारित करते रहें।

प्रासंगिकता – सोशल मीडिया मंच का इस्तेमाल अपने विषय/मुद्दे के बारे में वर्तमान सन्दर्भों में समझ बनाने के लिए किया जाता है। हर दिन यह सोचना होगा कि क्या हम अपने विषय/संदेश को वर्तमान के साथ जोड़कर प्रस्तुत कर पा रहे हैं।

जानकारी/समझ ग्रहण करना भी जरूरी है – सोशल मीडिया पर केवल अपनी बातें और अपनी कहानी डालने तक ही सीमित मत रहिए। इन मंचों पर कई अलग–अलग तरह के नजरिए और प्रयोगों की जानकारी उपलब्ध होती है। अत: दूसरी संस्थाओं और व्यक्तियों की जानकारी को भी जानिए–पढ़िए। इससे नए विकल्प और विचार मिलते हैं।

व्यवस्था बनाना – जब संस्था सोशल मीडिया मंच पर जाएगी, तब यह तय करना जरूरी होता है कि कोई टीम/समूह सोशल मीडिया के लिए सामग्री तैयार करता रहे। अगर उनकी क्षमताएं कम हैं, तो सबसे पहले उनकी क्षमता विकसित करने के लिए प्रशिक्षण दिया जाना चाहिए। यह संस्था के लिए प्राथमिकता का काम होना चाहिए। संस्था के जो भी सदस्य कार्यक्रम के क्रियान्वयन में शामिल हैं, उन्हें अपने अनुभव और अपने काम की कहानियाँ कहना आना ही चाहिए।

गुणवत्ता बनाए रखना – सोशल मीडिया मंच पर जब भी कोई संदेश या फोटो प्रकाशित किया जाएगा, तो उससे कई लोगों के बीच संस्था की छवि बनती है। अगर संदेश और फोटो और वीडियो प्रभावी और अच्छी गुणवत्ता के होंगे तो अच्छी छवि बनेगी। अगर गुणवत्ता खराब होगी तो छवि भी खराब ही होगी। अत: सोशल मीडिया पर कौन सी सामग्री डाली जाएगी, इसकी एक व्यवस्था बनाना बहुत जरूरी है।

टीम को शामिल करना – मैदानी स्तर पर सक्रिय भूमिका निभाने वाले साथियों / कार्यकर्ताओं को भी सोशल मीडिया पर अपनी बात कहने के लिए तैयार किया जाना चाहिए। वास्तव में रणनीतिक संचार की प्रक्रिया में शामिल होकर उनके काम करने का तरीका भी ज्यादा प्रभावी हो जाता है। अपनी भूमिका निभाते समय जब वे यह सोचेंगे कि अपने इस काम या अनुभव को मैं कैसे बताऊंगा, तो वे अपने काम के प्रभाव पर ज्यादा गम्भीरता से नजर रख पाएंगे।

चित्रों/वीडियो का अधिकतम इस्तेमाल – चित्र और वीडिओ बहुत प्रभावी होते हैं। इनका असर गहरा होता है। कोशिश कीजिए कि आपकी बात/संदेश का ज्यादातर हिस्सा फोटो और वीडियो के माध्यम से ही सोशल मीडिया में जाए। यहां तक कि आंकड़ों और जानकारियों को प्रेषित करने के लिए भी इन्फोग्रफिक्स का इस्तेमाल किया जाए। समुदाय के सदस्यों की महत्वपूर्ण बात को उनके वक्तव्य के रूप में सोशल मीडिया पोस्टर के रूप में प्रसारित करना बेहतर होगा।

सोशल मीडिया मंच पर अपने प्रभाव को जांचना – सोशल मीडिया मंच पर खाता खोलकर उस पर नित नई सामग्री/संदेश प्रसारित करने के साथ ही एक महत्वपूर्ण काम और करना पड़ता है, यह जांचना कि वास्तव में लोग उसे देख/पढ़ भी रहे हैं या नहीं? इसे सोशल मीडिया पर ट्रैफिक के रूप में जाना जाता है। इसके लिए यह जांचना जरूरी होता है कि हमारे मंच को कितने लोग फॉलो कर रहे हैं, वे कितनी बार ब्लॉग पर जा रहे हैं, उनके कमेंट्स क्या हैं? कितने लोगों ने लाइक या री–ट्वीट किया? आप कोई महत्वपूर्ण बात

प्रकाशित/प्रसारित कर रहे हैं, लेकिन उसे दो लोगों ने ही लाइक किया या पढ़ा, तब यह विश्लेषण करना चाहिए कि आखिर ऐसा क्यों हो रहा है? लोग हमारे संदेश से जुड़ क्यों नहीं रहे हैं? हो सकता है कि हम रोचक तरीके से अपने संदेश को प्रस्तुत न कर पा रहे हों।

संसाधनों की उपलब्धता – सोशल मीडिया मंच का उपयोग करने के लिए सक्षम और कुशल सदस्य कितने हैं? हमारी टीम के कितने सदस्य खुद सोशल मीडिया पर मौजूद हैं? सोशल मीडिया के लिए हमारे पास कितनी सामग्री उपलब्ध है?

एकतरफा पोस्टिंग से बचें – अगर हम संवाद के लिए स्थान पैदा नहीं करेंगे, तो लोग हमसे जुड़ेंगे नहीं। हो सकता है कि किसी पोस्ट पर कोई सवाल पूछे, तब सभ्यता के साथ उस सवाल का जवाब दिया जाना चाहिए। अगर कोई आपके काम या संदेश की प्रशंसा करता है, तब उसे यह बताया जाना चाहिए कि उनके द्वारा की गई प्रशंसा कितनी मायने रखती है? अपने ब्लॉग या पोस्टिंग में अपनी जिज्ञासा का उल्लेख कीजिए। यह साबित करने की कोशिश मत कीजिए कि आप सब कुछ जानते हैं।

जिम्मेदारियां

तथ्यात्मक, विवेकशील और वास्तविक जानकारियां – सोशल मीडिया पर जो भी प्रकाशित/प्रसारित किया जाए, उसमें झूठी या गलत जानकारियां नहीं होनी चाहिए। सबसे महत्वपूर्ण बात यह है कि जो भी बात कही जा रही है, उसके स्रोत क्या हैं, यह हमेशा स्पष्ट होना चाहिए, ताकि अगर कोई सवाल करे, तो उसे स्रोत से वाकिफ कराया जा सके।

हिंसा, द्वेष, दुर्भावना को बढ़ने से रोकना – प्रेम, बंधुता, सद्‌भाव और समानता उनके आधारभूत मूल्य होने चाहिए। सोशल मीडिया मंच पर हमारी मौजूदगी का मतलब है कि हम ऐसे संदेशों के प्रसारण को रोकें, जो हिंसा या दुर्भावना फैलाते हैं। जब भी हम सोशल मीडिया पर ऐसे संदेश देखें, हमें उनके बारे में तुरंत रिपोर्ट दर्ज करना चाहिए। सभी सोशल मीडिया मंचों पर ऐसी पोस्ट्स/सामग्री की रिपोर्ट दर्ज कराने की व्यवस्था होती है।

नियम और कानून – सोशल मीडिया के मंचों का इस्तेमाल देश के कानूनों के तहत किया जाता है। हमें इन कानूनों के बारे में विस्तृत जानकारी होना चाहिए। हमारी संस्था की तरफ से जो भी संदेश/फोटो/वीडियो प्रसारित किया जा रहा है, एक बार उसका विश्लेषण कानून के नजरिये से भी किया जाना चाहिए।

मर्यादा – कई बार उस समुदाय के फोटो या वीडियो प्रसारित करना उचित नहीं होगा, जिनके साथ हम काम कर रहे हैं। हमेशा इस पक्ष पर विचार करके ही निर्णय लिया जाना चाहिए। हम जब भी समुदाय का वीडियो, फोटो या वक्तव्य लेते हैं, तब उसके प्रसारण या प्रकाशन के लिए उनसे सहमति भी ली जानी चाहिए।

सामाजिक नागरिक संस्था की सोशल मीडिया नीति

सोशल मीडिया मंच पर आना वास्तव में एक नीति और रणनीतिगत निर्णय होता है। इसके लिए संस्था को एक व्यवस्थित नीति बना लेनी चाहिए। इसमें मुख्य रूप से ये बिंदु शामिल होंगे –

सोशल मीडिया मंच पर संदेश/सामग्री का प्रकाशन करने की भूमिका कौन निभाएगा?

- टीम के सदस्यों द्वारा तैयार संदेशों/सामग्री की समीक्षा कौन करेगा?
- किस तरह की सामग्री प्रसारित/प्रकाशित की जाएगी?
- तथ्यों/जानकारियों की जांच कैसे की जाएगी?
- सोशल मीडिया मंच पर होने वाली बहस में किस तरह उत्तर दिए जाएंगे?
- अगर कहीं कोई टकराव होता है, तो उसका प्रबंधन कैसे किया जाएगा?
- सोशल मीडिया मंच पर जानकारी और गोपनीयता की सुरक्षा कैसे की जाएगी?
- सोशल मीडिया मंच के उपयोग के हमारे मूल्य और सिद्धांत कौन से होंगे?

कोई भी सोशल मीडिया पर आपसे क्यों जुड़ेगा?

- जब आप सोशल मीडिया के मंच पर जाने का निर्णय लेते हैं, तब यह विचार करना जरूरी होता है कि कोई भी व्यक्ति आपसे क्यों जुड़ेगा? उसे आपसे क्या हासिल होगा?
- समाज में एक बहुत बड़ा तबका ऐसा होता है, जो समाज के बारे में जानना चाहता है और समाज के लिए कुछ करना चाहता है; लेकिन उसकी जीवन व्यवस्था इतनी व्यस्त होती है कि वह कोई स्वतंत्र भूमिका नहीं ले पाता है, तब वह किसी संस्था/समूह से जुड़ना चाहता है।
- वह मानता है कि ये संस्थाएं ठीक वही काम कर रही हैं, जो वह करना चाहता था। तब वह यह देखता है कि संस्था का मूल विचार क्या है? संस्था के मूल्य और काम करने के तरीके क्या हैं? यह कहाँ और किनके लिए काम कर रही है? क्या यह संस्था जवाबदेय और पारदर्शी है? जब उसे इन प्रश्नों के उत्तर मिल जाते हैं, तब वह संस्था से अपना जुड़ाव बना लेता है। तब ही वह संस्था को आर्थिक और नैतिक समर्थन भी देता है।
- इसका मतलब यह है कि संस्था को नियमित रूप से अपने नजरिये, मूल्यों, काम करने के तरीकों, अनुभवों और प्रभावों को साझा करते रहना चाहिए।