

গণপ্রজাতন্ত্রী বাংলাদেশ সরকার  
মাদকদ্রব্য নিয়ন্ত্রণ অধিদপ্তর  
সুরক্ষা সেবা বিভাগ  
স্বরাষ্ট্র মন্ত্রণালয়  
৪১, সেগুনবাগিচা, ঢাকা-১০০০।

Email: [dg@dnc.gov.bd](mailto:dg@dnc.gov.bd), Website: [www.dnc.gov.bd](http://www.dnc.gov.bd)

নং-৪৪.০৪.০০০০.০০৬.০৬.০৩১.১৮(অংশ-৩).৫৬২

১৫ মাঘ, ১৪২৫  
তারিখ : -----  
২৮ জানুয়ারি, ২০১৯

বিষয় : সরকারি প্রতিষ্ঠানে সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমে ব্যবহার সংক্রান্ত নির্দেশিকা, ২০১৬।

উপর্যুক্ত বিষয়ের পরিপ্রেক্ষিতে মন্ত্রিপরিষদ বিভাগ সরকারি প্রতিষ্ঠানে সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম ব্যবহার সংক্রান্ত নির্দেশিকা, ২০১৬ প্রকাশ করেছে। তাছাড়া ২০১৮-২০১৯ জাতীয় শুদ্ধাচার কৌশল কর্মপরিকল্পনায় উক্ত নীতিমালা অনুসরণ করে নাগরিক সেবা প্রদান করার পরিকল্পনা গ্রহণ করা হয়েছে। এমতাবস্থায়, মাদকদ্রব্য নিয়ন্ত্রণ অধিদপ্তরের প্রধান কার্যালয়সহ মাঠ পর্যায়ের সকল অফিসসমূহে মন্ত্রিপরিষদ বিভাগ হতে প্রাপ্ত সরকারি প্রতিষ্ঠানে সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম ব্যবহার সংক্রান্ত নির্দেশিকা, ২০১৬ নীতিমালা অনুসরণ করার জন্য নির্দেশক্রমে অনুরোধ করা হলো।

সংযুক্তি : বর্ণনামতে-০৩ (তিন) পাতা।

১৪/০১/২০১৯  
(মোহা: জিললুর রহমান)  
সহকারী পরিচালক (প্রশাসন)

অনুলিপি সদয় অবগতি/ প্রয়োজনীয় ব্যবস্থা গ্রহণের জন্য প্রেরণ করা হ'ল (জ্যেষ্ঠতার ক্রমানুসারে নয়) :

০১. সচিব, সুরক্ষা সেবা বিভাগ, স্বরাষ্ট্র মন্ত্রণালয়, বাংলাদেশ সচিবালয়, ঢাকা (দৃ: আ: অতিরিক্ত সচিব (অগ্নি অনুবিভাগ)।
০২. পরিচালক (প্রশাসন/ অপারেশনস/ নিরোধ শিক্ষা/ চি: পু:), মাদকদ্রব্য নিয়ন্ত্রণ অধিদপ্তর, প্রধান কার্যালয়, ঢাকা।
০৩. চীফ কনসালটেন্ট, মাদকদ্রব্য নিয়ন্ত্রণ অধিদপ্তর, কেন্দ্রীয় মাদকাসক্তি নিরাময় কেন্দ্র, ঢাকা।
০৪. প্রধান রাসায়নিক পরীক্ষক, মাদকদ্রব্য নিয়ন্ত্রণ অধিদপ্তর, কেন্দ্রীয় রাসায়নিক পরীক্ষাগার, গেন্ডারিয়া, সূত্রাপুর ঢাকা।
০৫. সিস্টেম এনালিস্ট, মাদকদ্রব্য নিয়ন্ত্রণ অধিদপ্তর, প্রধান কার্যালয়, ঢাকা (ওয়েবসাইটে প্রকাশের অনুরোধসহ)।
০৬. অতিরিক্ত পরিচালক, মাদকদ্রব্য নিয়ন্ত্রণ অধিদপ্তর, গোয়েন্দা শাখা, প্রধান কার্যালয়, ঢাকা।
০৭. অতিরিক্ত পরিচালক, মাদকদ্রব্য নিয়ন্ত্রণ অধিদপ্তর, বিভাগীয় কার্যালয়, ঢাকা/চট্টগ্রাম/রাজশাহী/খুলনা/বরিশাল/সিলেট/রংপুর/ময়মনসিংহ।
০৮. উপ-পরিচালক (প্রশাসন/ নিরোধ শিক্ষা), মাদকদ্রব্য নিয়ন্ত্রণ অধিদপ্তর, প্রধান কার্যালয়, ঢাকা।
০৯. উপ-পরিচালক, মাদকদ্রব্য নিয়ন্ত্রণ অধিদপ্তর, বিভাগীয় গোয়েন্দা কার্যালয় (সকল)/ মেট্রো উপ-অঞ্চল-----।
১০. উপ-পরিচালক/ সহকারী পরিচালক, মাদকদ্রব্য নিয়ন্ত্রণ অধিদপ্তর, জেলা কার্যালয় (সকল) -----।
১১. নির্বাহী ম্যাজিস্ট্রেট, মাদকদ্রব্য নিয়ন্ত্রণ অধিদপ্তর, প্রধান কার্যালয়, ঢাকা।
১২. সিনিয়র কনসালটেন্ট, মাদকদ্রব্য নিয়ন্ত্রণ অধিদপ্তর, বিভাগীয় মাদকাসক্তি নিরাময় কেন্দ্র, রাজশাহী/খুলনা/ চট্টগ্রাম।
১৩. সহকারী পরিচালক (-----), মাদকদ্রব্য নিয়ন্ত্রণ অধিদপ্তর, প্রধান কার্যালয়, ঢাকা।
১৪. মহাপরিচালক মহোদয়ের ব্যক্তিগত সহকারী (মহাপরিচালক মহোদয়ের সদয় অবগতির জন্য)।
১৫. অতি: মহাপরিচালক মহোদয়ের ব্যক্তিগত সহকারী (অতি: মহাপরিচালক মহোদয়ের সদয় অবগতির জন্য)।
১৬. অফিস কপি/ গার্ড ফাইল/মাষ্টার ফাইল।



গণপ্রজাতন্ত্রী বাংলাদেশ সরকার

সরকারি প্রতিষ্ঠানে সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম ব্যবহার সংক্রান্ত নির্দেশিকা, ২০১৬

মন্ত্রিপরিষদ বিভাগ  
বাংলাদেশ সচিবালয়, ঢাকা।

## ১। ভূমিকা:

তথ্য ও যোগাযোগ প্রযুক্তি প্রসারের সঙ্গে সঙ্গে পৃথিবীব্যাপী সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম ব্যবহারে জনপ্রিয়তা প্রতিদ্বন্দ্বিতা বাড়ছে। বাংলাদেশেও স্বল্প এবং প্রাথমিক উভয় পর্যায়ে সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমের ব্যবহারের এ প্রবণতা লক্ষণীয়। সরকারি প্রতিষ্ঠানসমূহ সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম ব্যবহারের ক্ষেত্রে অগ্রণী ভূমিকা রাখছে। বাংলাদেশে ইন্টারনেট ব্যবহারকারীগণের ৮০% সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম ব্যবহার করেন বলে জানা যায়। অপরদিকে বর্তমানে দেশব্যাপী আট শতাধিক সরকারি অফিস দাপ্তরিক কাজে সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম ব্যবহার করছে। সময়ের সঙ্গে সঙ্গে এ সংখ্যা আরও বৃদ্ধি পাবে বলে আশা করা যায়। এ পরিপ্রেক্ষিতে সরকারি প্রতিষ্ঠানে সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমের সুষ্ঠু ব্যবহার নিশ্চিত করার লক্ষ্যে একটি নির্দেশিকা প্রণয়নের আবশ্যিকতা দেখা দিয়েছে।

## ২। নির্দেশিকা জারির উদ্দেশ্য ও ব্যবহার:

### ২.১। উদ্দেশ্য:

- ক. সরকারি প্রতিষ্ঠানে সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমের কার্যকর ব্যবহার নিশ্চিত করা;
- খ. সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম ব্যবহারে সরকারি প্রতিষ্ঠান এবং কর্মচারীগণের করণীয় ও বর্জনীয় নির্ধারণ করা; ও
- গ. সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম ব্যবহারের ক্ষেত্রে প্রয়োজনীয় নিরাপত্তা ও গোপনীয়তা নিশ্চিত করা।

### ২.২। ব্যবহার:

এ নির্দেশিকাটি সরকারের সকল মন্ত্রণালয়, বিভাগ, অধিদপ্তর, সংস্থা, কমিশন, স্বায়ত্বশাসিত প্রতিষ্ঠান, রাষ্ট্রায়ত্ত্ব কোম্পানী, মাঠ পর্যায়ের অফিস, শিক্ষা/প্রশিক্ষণ প্রতিষ্ঠান এবং গণকর্মচারীগণ কর্তৃক সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম ব্যবহারের ক্ষেত্রে প্রযোজ্য হবে।

### ৩। সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমের প্রাটফরম নির্বাচন:

ইন্টারনেটে বিভিন্ন শ্রেণির সামাজিক মাধ্যম আছে, যেমন: ব্লগ, মাইক্রোব্লগস, এন্টারপ্রাইজ সোশ্যাল নেটওয়ার্ক, বিজনেস নেটওয়ার্ক, কোলাবরেটিভ প্রজেক্টস, ফোরামস, ফটো শেয়ারিং, সোশ্যাল বুকমার্কিং, সোশ্যাল নেটওয়ার্ক, ভিডিও শেয়ারিং ইত্যাদি। অনলাইনে সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমের বিভিন্ন প্রাটফরমের অধিকাংশই যে কোন ব্যবহারকারীর জন্য উপযুক্ত। অনেকক্ষেত্রে একজন ব্যবহারকারী একাধিক প্রাটফরম ব্যবহার করছেন। এছাড়া কোন কোন প্রাটফরমের মধ্যে পারস্পরিক সংযোগ বা সমন্বয়ের সুবিধাও রয়েছে। এসব যোগাযোগ মাধ্যম তথা প্রাটফরমের ভিন্নতা অনুযায়ী এগুলোর বৈশিষ্ট্য, সুবিধা, অসীমগোষ্ঠী, ব্যবহারের শর্তাবলী, তথ্যের প্রাইভেসি, ইত্যাদির ভিন্নতা রয়েছে। প্রতিষ্ঠানের লক্ষ্য ও উদ্দেশ্য কর্মপরিসর ও কর্মকৌশল, অসীমগোষ্ঠী ও অংশীজন, পদ্ধতি ও সংস্কৃতি ইত্যাদির পাশাপাশি সংশ্লিষ্ট প্রাটফরমের নিয়ম ও শর্তাবলী বিবেচনা করে উপযুক্ত এক বা একাধিক প্রাটফরম নির্বাচন করা যেতে পারে।

### ৪। সরকারি প্রতিষ্ঠানে সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম ব্যবহার:

সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম ব্যবহারের অন্তর্নিহিত লক্ষ্য হচ্ছে- প্রতিষ্ঠানের লক্ষ্য ও উদ্দেশ্য অর্জন। সর্বোপরি, সরকারি দপ্তর স্বচ্ছতা, জবাবদিহি ও নাগরিকদের জন্য তথ্য ও যোগাযোগ প্রযুক্তি ব্যবহারের নতুন সুযোগ তৈরি এবং সরকার

- খ. নাগরিক সেবা প্রদানে সমস্যা পর্যালোচনা ও সমাধান;
- গ. জনসচেতনতা ও প্রচারণা;
- ঘ. নাগরিক সেবা সহজিকরণ ও উত্তাবন;
- ঙ. সিদ্ধান্তপ্রথণ ও নীতি নির্ধারণী প্রক্রিয়ায় জনগণের অংশগ্রহণ;
- চ. জনস্বাক্ষর প্রশাসন ব্যবস্থা নিশ্চিতকরণ; এবং
- ছ. দাপ্তরিক স্বীকৃতি ও নাগরিক সেবা প্রদানের নতুন মাধ্যম ইত্যাদি।

৫। একাউন্ট ব্যবস্থাপনা:

সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমের প্রচলিত কোন প্ল্যাটফর্ম ব্যবহার করার লক্ষ্যে দাপ্তরিক একাউন্ট তৈরি ও ব্যবস্থাপনার ক্ষেত্রে নিম্নের বিষয়গুলি অনুসরণ করতে হবে:

- ক. দপ্তরের একাউন্ট বা পেজ বা ব্যানার ব্যক্তি বা পদবির পরিবর্তে সংশ্লিষ্ট দপ্তর বা প্রতিষ্ঠানের নামে হবে। তবে, একাউন্ট তৈরির ক্ষেত্রে সিস্টেমে ব্যক্তির নাম প্রধান করা অপরিহার্য হলে ব্যক্তির নামের পাশাপাশি মূল পেইজের ব্যানারে প্রতিষ্ঠানের নাম ও লোগো থাকতে হবে।
- খ. মূল পেইজের ব্যানারে অথবা দৃষ্টিগ্রাহ্য স্থানে উক্ত মাধ্যম ব্যবহারের উদ্দেশ্য, অডীগোষ্ঠী (ভডিয়েন্স) ও ব্যবহারকারী সম্পর্কে সংক্ষিপ্ত বর্ণনা থাকবে।
- গ. প্রতিষ্ঠানের পক্ষে দায়িত্বপ্রাপ্ত কোন ব্যক্তি বা ৩/৫ সদস্যের একটি টিম উক্ত ইউজার একাউন্টের এডমিন বা মডারেটর বা কর্তৃপক্ষ হিসাবে দায়িত্ব পালন করবে।
- ঘ. দাপ্তরিক পেইজের ব্যানার বা প্রোফাইল পিকচারে কোন ব্যক্তিগত ছবি ব্যবহার করা যাবে না।
- ঙ. একাউন্টের নিরাপত্তার জন্য শক্তিশালী পাসওয়ার্ড ব্যবহার করতে হবে এবং এডমিন/মডারেটর/কর্তৃপক্ষ নিরাপত্তার স্বার্থে তা' সময়ে সময়ে পরিবর্তন করবেন।
- চ. সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম ব্যবহারের উদ্দেশ্য বিশ্লেষণ এবং প্রতিষ্ঠানের সিদ্ধান্তের আলোকে এর কন্টেন্ট প্রদর্শন, মন্তব্য/মতামত জ্ঞাপন, সদস্য হিসাবে অন্তর্ভুক্তি, প্রবেশাধিকার, প্রাইভেসি ইত্যাদি বিষয়ের সেটিংস সংশ্লিষ্ট এডমিন/মডারেটর/কর্তৃপক্ষ কর্তৃক নির্বাচন করা হবে।
- ছ. সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমের যে প্ল্যাটফর্ম ব্যবহার করা হবে তার নিয়ম ও শর্তাবলি অবশ্য পালন করতে হবে, যাতে সংশ্লিষ্ট প্রতিষ্ঠানকে এর জন্য কোন অনভিপ্রেত অবস্থার সম্মুখীন হতে না হয়।
- জ. সোশ্যাল মিডিয়া পেইজকে দাপ্তরিক নিজস্ব ওয়েবসাইটের সঙ্গে আবশ্যিকভাবে সংযুক্ত করতে হবে। শুধু, সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমকে দাপ্তরিক ওয়েবসাইটের বিকল্প হিসাবে বিবেচনা করা হবে না।
- ঝ. সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমকে সরকারের অভিযোগ প্রতিকার ব্যবস্থা (Grievance Redress System)-এর সঙ্গে সমন্বিত করতে হবে।
- ঞ. দাপ্তরিক যোগাযোগের সময় চিঠিপত্রসহ অন্যান্য সংশ্লিষ্ট মাধ্যম ব্যবহারের ক্ষেত্রে সেটার হেড-এ প্রতিষ্ঠানের দাপ্তরিক ঠিকানার সঙ্গে বর্তমানে ব্যবহৃত ওয়েব ঠিকানার পাশাপাশি সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমের নিজস্ব একাউন্টটিও প্রদর্শিত হবে।
- ট. সরকারি কর্মচারীগণের ব্যক্তিগত একাউন্ট থাকতে পারে যা উপযুক্ত নির্দেশনার আওতায় আসবে না; তবে-

৩



\_\_\_\_\_

অ. ব্যক্তিগত একাউন্ট পরিচালনার ক্ষেত্রে সরকারি কর্মচারীকেও দায়িত্বশীল নাগরিকসুলভ আচরণ ও অনুশাসন অবশ্যই মেনে চলা নিশ্চিত করতে হবে;

আ. বাস্তব বা স্বাভাবিক অবস্থায় একজন সরকারি কর্মচারীর আচরণ, প্রকাশ, মিথষ্ক্রিয়া সংক্রান্ত নিয়ম-নীতি, করণীয় ও বর্জনীয় দিকসমূহের প্রতিফলন সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম ব্যবহারের ক্ষেত্রে নিশ্চিত করতে হবে;

ই. কন্টেন্ট ও 'ফ্লেক্স' দিলেকশনে সতর্কতা অবলম্বন এবং অপ্রয়োজনীয় ট্যাগিং বা রেফারেন্সিং পরিহার করতে হবে; এবং

ই. সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমের অপব্যবহার বা নিছক একাউন্টের ক্ষতিকারক কন্টেন্ট-এর জন্য সংশ্লিষ্ট কর্মচারী কৃষ্ণগতভাবে দায়ী হবেন এবং প্রযোজ্য ক্ষেত্রে প্রচলিত আইন বা বিধি-বিধানের সম্মুখীন হবেন।

#### ৬। কন্টেন্ট ব্যবস্থাপনা:

সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমে প্রদেয়/প্রদত্ত কন্টেন্ট অবশ্যই সংশ্লিষ্ট প্রতিষ্ঠানের উদ্দেশ্যের সঙ্গে সঙ্গতিপূর্ণ হতে হবে। এক্ষেত্রে নিম্নরূপ নির্দেশনা অনুসরণ করতে হবে:

ক. সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমে প্রকাশিত বা টেক্সট, ছবি, অডিও, ভিডিও, ইত্যাদি গুরুত্বের সঙ্গে নির্বাচন ও বাছাই করতে হবে। এডমিন/মডারেটর/কর্তৃপক্ষ কন্টেন্টের উপযুক্ততা সম্পর্কে নিশ্চিত হয়ে প্ল্যাটফর্মে তা' প্রকাশের অনুমতি প্রদান করবেন;

খ. নিজস্ব পোস্টে প্রদত্ত তথ্য ও উপাত্তের যথার্থতা ও নির্ভরযোগ্যতা সম্পর্কে নিশ্চিত হতে হবে;

গ. ব্যক্তিগত বা পারিবারিক বিষয়াদি সংশ্লিষ্ট কোন কন্টেন্ট প্রাতিষ্ঠানিক যোগাযোগ মাধ্যমে পোস্ট দেওয়া থেকে বিরত থাকতে হবে;

ঘ. অপ্রয়োজনীয় বা গুরুত্বহীন বিষয়ে পোস্ট দেওয়া নিরুৎসাহিত করতে হবে; এবং

ঙ. গুরুত্বপূর্ণ কন্টেন্টসমূহের আর্কাইভিং, পুনঃপ্রদর্শন, ও শেয়ারিং উৎসাহিত করতে হবে।

#### ৭। হালনাগাদকরণ ও সাড়া প্রদান:

ক. প্রতিষ্ঠানের পক্ষে এডমিন/মডারেটর/কর্তৃপক্ষ প্রতি সপ্তাহে কমপক্ষে দু'বার নিজস্ব সাইট হালনাগাদ/সাড়া প্রদান করবেন;

খ. প্রতিষ্ঠানের পক্ষে এডমিন/মডারেটর/কর্তৃপক্ষ যুক্তিসঙ্গত সময়ের মধ্যে সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমে উত্থাপিত সমস্যা, মন্তব্য বা প্রশ্নের বিষয়ে সাড়া প্রদান করবেন;

গ. সাড়া প্রদানে বিলম্ব হলে অন্তর্বর্তীকালীন আপডেট দিবেন। প্রয়োজনে এ পোস্টে উত্থাপিত সমস্যা, মন্তব্য বা প্রশ্নের সঙ্গে সংশ্লিষ্ট দপ্তর/ব্যক্তিকে ট্যাগ করবেন এবং তীর সাড়া প্রদান নিশ্চিত করতে সচেষ্ট হবেন;

ঘ. জনপ্রশাসনে নাগরিক-সম্পৃক্তি উৎসাহিত করার লক্ষ্যে, সম্ভব সকল ক্ষেত্রে, জনসাধারণ বা অংশীজন কর্তৃক পোস্ট প্রদানকে উৎসাহিত করতে হবে। এক্ষেত্রে নাগরিক কর্তৃক পোস্টকৃত বিষয় গুরুত্বের সঙ্গে পর্যালোচনা ও সাড়া প্রদান নিশ্চিত করতে হবে।

#### ৮। সরকারি আইন ও বিধি-বিধানের প্রযোজ্যতা:

সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম ব্যবহারের ক্ষেত্রে দেশের প্রচলিত সংশ্লিষ্ট আইন ও বিধি-বিধান প্রযোজ্য হবে।

৯। পরিপ্রয়োগ্য বিষয়াদি:

নামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমে নিম্নোক্ত বিষয়সমূহ প্রকাশ করা যাবে না:

- ক. জাতীয় ঐক্য ও চেতনার পরিপন্থী কোনরকম কন্টেন্ট;
- খ. কোন সম্প্রদায়ের ধর্মীয় অনুভূতিতে অধাত দাগতে পারে এমন বা ধর্মনিরপেক্ষতার নীতি পরিপন্থী কোন কন্টেন্ট;
- গ. রাজনৈতিক মতাদর্শ বা আলোচনা-সংশ্লিষ্ট কোন কন্টেন্ট;
- ঘ. বাংলাদেশে বসবাসকারী কোন ক্ষুদ্র জাতিসভা, নৃ-গোষ্ঠী, বা সম্প্রদায়ের প্রতি বৈবহ্যমূলক বা হেয় প্রতিপন্নমূলক কন্টেন্ট;
- ঙ. কোন ব্যক্তি, প্রতিষ্ঠান বা রাষ্ট্রকে হেয় প্রতিপন্ন করে এমন কন্টেন্ট;
- চ. লিঙ্গ বৈষম্য বা এ সংক্রান্ত বিতর্কমূখক কোন কন্টেন্ট;
- ছ. জনমনে অসন্তোষ বা অপ্রীতিকর মনোভাব সৃষ্টি করতে পারে এমন কোন বিষয়।

১০। পর্যালোচনা ও মূল্যায়ন:

- ক. প্রতিটি সরকারি প্রতিষ্ঠান নিয়মিতভাবে ত্রৈমাসিক ভিত্তিতে সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম ব্যবহারের অগ্রগতি ও কার্যকারিতা পর্যালোচনা করবে।
- খ. প্রতিটি সরকারি প্রতিষ্ঠান নিয়মিত সোশ্যাল মিডিয়া সংলাপ আয়োজন করবে। সংলাপ স্থানীয় ও জাতীয় পর্যায়ে বিষয়ের উপর অনুষ্ঠিত হবে এবং এতে সংশ্লিষ্ট নাগরিক, সরকারি-বেসরকারি প্রতিষ্ঠান ও নীতি নির্ধারকদের সম্পৃক্ত করে অগ্রগতি পর্যালোচনা, পরবর্তী করণীয় চিহ্নিত ও মূল্যায়ন করতে হবে।
- গ. প্রতিটি সরকারি প্রতিষ্ঠান বছরে অন্তত একবার যথাযথ মূল্যায়নের ভিত্তিতে ব্যক্তি ও প্রতিষ্ঠানকে স্থানীয় ও জাতীয় পর্যায়ে সোশ্যাল মিডিয়া পুরস্কার বা স্বীকৃতির ব্যবস্থা রাখবে। ফেসবুকের ক্ষেত্রে সেরা পোস্ট, সেরা কমেন্ট, সেরা পেজ, সেরা সমস্যা, সেরা সমাধান, সেরা সিটিজেন জার্নালিস্ট, সেরা সঞ্চলতার গল্প ইত্যাদি বিষয়কে বিবেচনা নেওয়া যেতে পারে।

১১। এ নির্দেশিকা অনুসরণে কোন সমস্যা বা কোন অনুচ্ছেদের বিষয়ে ব্যাখ্যা প্রয়োজন হলে মন্ত্রিপরিষদ বিভাগের সমন্বয় ও সংস্কার ইউনিট এবং এটুআই প্রকল্পের মঞ্জুরে আনয়ন করা যেতে পারে।

০৫

