গণপ্রজাতন্ত্রী বাংলাদেশ সরকার

সরকারি প্রতিষ্ঠানে সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম ব্যবহার খসড়া নির্দেশিকা, ২০১৬

মন্ত্রিপরিষদ বিভাগ
বাংলাদেশ সচিবালয়, ঢাকা।

১। ভূমিকাঃ

তথ্য ও যোগাযোগ প্রযুক্তির প্রসারের সঙ্গে সঙ্গে পৃথিবীব্যপি সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমসমূহের ব্যবহারের জনপ্রিয়তা প্রতিনিয়ত বাড়ছে। বাংলাদেশেও ব্যক্তি এবং প্রাতিষ্ঠানিক 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 দেশব্যপি 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 আবশ্যকতা দেখা দিয়েছে।

২। নির্দেশিকা জারির উদ্দেশ্য ও ব্যবহারঃ

২.১। উদ্দেশ্যঃ

ক. সরকারি প্রতিষ্ঠানে সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমের কার্যকর ব্যবহার নিশ্চিত করা;

খ. সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম ব্যবহারে সরকারি প্রতিষ্ঠান এবং কর্মচারিগণের করণীয় ও বর্জনীয় নির্ধারণ করা; এবং

গ. সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম ব্যবহারের ক্ষেত্রে প্রয়োজনীয় নিরাপত্তা ও গোপনীয়তা নিশ্চিত করা।

২.২। ব্যবহারঃ

এ নির্দেশিকাটি সরকারের সকল মন্ত্রণালয়, বিভাগ, অধিদপ্তর, সংস্থা, মাঠ পর্যায়ের সরকারি অফিস, শিক্ষা/প্রশিক্ষণ প্রতিষ্ঠান এবং গণকর্মচারিগণ কর্তৃক সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম ব্যবহারের ক্ষেত্রে প্রযোজ্য হবে।

৩। সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমের প্লাটফরম নির্বাচনঃ

৩.১। পৃথিবীর জনসংখ্যার ৪২% ইন্টারনেট ব্যবহারকারী, তন্মধ্যে ২৯% সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমের সঙ্গে সংযুক্ত এবং ২৩% সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমের ক্ষেত্রে মোবাইল ডিভাইস ব্যবহার করে। অনলাইনে সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমের অনেকগুলি প্লাটফরম রয়েছে; যা'র অধিকাংশই যে কোন ব্যবহারকারীর জন্য উন্মুক্ত। জনপ্রিয় যোগাযোগ প্লাটফরমসমূহের মধ্যে কয়েকটি নিম্নরূপ:

Facebook	www.facebook.com
Twitter	www.twitter.com
You Tube	www.youtube.com
Skype	www.skype.com
Google+	www.google.com
Vimeo	www.vimeo.com
Vibers	www.viber.com
Linkedin	www.linkendin.com
Instagram	www.instagram.com
Pinterest	www.pinterest.com
WhatsApp	www.whatsapp.com

৩.২। বর্তমান সময় পর্যন্ত পৃথিবীব্যাপি ফেইসবুক ব্যবহারকারীর সংখ্যা সর্বাধিক। বাংলাদেশেও এ প্লাটফরমটি তুলনামূলকভাবে বেশি জনপ্রিয়। সকল সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম তথা প্লাটফরমের ভিন্নতা অনুযায়ী এগুলোর বৈশিষ্ট, সুবিধা, অভীষ্টগোষ্ঠী ইত্যাদির ভিন্নতা রয়েছে। এ ছাড়া কোন কোন প্লাটফরমের মধ্যে পারস্পরিক সংযোগ বা সমন্বয়ের সুবিধাও রয়েছে। সে কারণে কোন কোন ব্যবহারকারী একাধিক প্লাটফরম ব্যবহার করে থাকেন। জনস্বার্থে সরকারি প্রতিষ্ঠান কর্তৃক একাধিক প্লাটফরম ব্যবহার করা যেতে পারে। প্রতিষ্ঠানের লক্ষ্য ও উদ্দেশ্য, কর্মপরিধি ও কর্মকৌশল, অভীষ্টগোষ্ঠী ও অংশীজন, পদ্ধতি ও সংস্কৃতি ইত্যাদি এবং পাশাপাশি সংশ্লিষ্ট প্লাটফরমের নিয়ম ও শর্তাবলি বিবেচনা করে উপযুক্ত সংশ্লিষ্ট প্রতিষ্ঠান কর্তৃক এক বা একাধিক প্লাটফরম নির্বাচন করা যেতে পারে।

৪। সরকারি প্রতিষ্ঠানে সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম ব্যবহারঃ

সরকারি প্রতিষ্ঠানে স্বচ্ছতা, জবাবদিহি ও নাগরিক সম্পৃক্তিতে তথ্য ও যোগাযোগ প্রযুক্তি ব্যবহারের নতুন নতুন সুযোগ তৈরি এবং এসব ক্ষেত্রে সরকারি কর্মচারিগণের মাঝে ২১ শতকের উপযোগী সক্ষমতা সৃষ্টি করার জন্য নিম্নবর্ণিত প্রাতিষ্ঠানিক কাজে সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম ব্যবহার করা যেতে পারেঃ

ক. দাপ্তরিক যোগাযোগ ও মতবিনিময়;

খ. সমস্যা পর্যালোচনা ও সমাধান;

গ. জনসচেতনতা ও প্রচারণা;

ঘ. নাগরিক সেবা সহজিকরণ ও উদ্ভাবন;

ঙ. সিদ্ধান্তগ্রহণ ও নীতি নির্ধারণী প্রক্রিয়ায় জনগণের অংশগ্রহণ;

চ. জনবান্ধব প্রশাসন ব্যবহার নিশ্চিতকরণ;

ছ. সেবা গ্রহীতাদের অভিযোগ নিষ্পত্তি; ইত্যাদি।

৫। একাউন্ট ব্যবস্থাপনাঃ

সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমের প্রচলিত কোন প্লাটফরম ব্যবহার করার লক্ষ্যে দাপ্তরিক একাউন্ট তৈরি ও ব্যবস্থাপনার ক্ষেত্রে নিম্নের বিষয়গুলো অনুসরণ করতে হবেঃ

ক. দপ্তরের একাউন্ট বা পেজ বা ব্যানার ব্যক্তি বা পদবির পরিবর্তে সংশ্লিষ্ট দপ্তর বা প্রতিষ্ঠানের নামে হবে। তবে, একাউন্ট তৈরির ক্ষেত্রে সিস্টেমে ব্যক্তির নাম প্রদান করা অপরিহার্য হলে ব্যক্তি নামের পাশাপাশি মূল পেইজের ব্যানারে প্রতিষ্ঠানের নাম ও লগো থাকতে হবে;

খ. মূল পেইজের ব্যানারে অথবা দৃষ্টিগ্রাহ্য স্থানে উক্ত মাধ্যম ব্যবহারের উদ্দেশ্য, অডিয়েন্স ও ব্যবহারকারী সম্পর্কে সংক্ষিপ্ত বর্ণনা থাকবে;

গ. প্রতিষ্ঠানের পক্ষে দায়িত্বপ্রাপ্ত কোন ব্যক্তি বা ৩/৫ সদস্যের একটি টিম উক্ত ইউজার একাউন্টের এডমিন বা মডারেটর 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 নিরাপত্তার স্বার্থে তা' সময়ে সময়ে পরিবর্তন করবেন;

চ. সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম ব্যবহারের উদ্দেশ্য বিবেচনায় এবং প্রতিষ্ঠানের সিদ্ধান্তের আলোকে এর কন্টেন্ট প্রদর্শন, মন্তব্য/মতামত জ্ঞাপন, সদস্য হিসাবে অন্তর্ভুক্তি, প্রবেশাধিকার, প্রাইভেসি, ইত্যাদি বিষয়ের সেটিংস সংশ্লিষ্ট এডমিন/মডারেটর কর্তৃক নির্বাচন করা হবে;

ছ. সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমের যে প্লাটফরম ব্যবহার করা হবে তা'র নিয়ম ও শর্তাবলি অবশ্য পালন করতে হবে যেন এজন্য সংশ্লিষ্ট প্রতিষ্ঠানকে কোন অনভিপ্রেত অবস্থার সম্মুখীন হতে না হয়;

জ. সোশ্যাল মিডিয়া পেইজকে দাপ্তরিক নিজস্ব ওয়েবসাইটের সঙ্গে আবশ্যিকভাবে সংযুক্ত করতে হবে। তবে, সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমকে দাপ্তরিক ওয়েবসাইটের বিকল্প হিসাবে বিবেচনা করা হবে না;

ঝ. সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমকে সরকারের অভিযোগ নিরসন ব্যবস্থাপনা (Grievance Redress System)-এর সঙ্গে সমন্বিত করতে হবে;

ঞ. দাপ্তরিক যোগাযোগের সময় চিঠিপত্রসহ অন্যান্য সংশ্লিষ্ট মাধ্যম ব্যবহারের ক্ষেত্রে লেটার হেড-এ প্রতিষ্ঠানের দাপ্তরিক ঠিকানার সঙ্গে বর্তমানে ব্যবহৃত ওয়েব ঠিকানার পাশাপাশি সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমের নিজস্ব একাউন্টটিও প্রদর্শিত হবে।

ট. সরকারি কর্মচারিগণের ব্যক্তিগত একাউন্ট থাকতে পারে যা' উপর্যুক্ত নির্দেশনার আওতায় আসবে না; তবে-

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

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

ই. কন্টেন্ট এবং 'ফ্রেন্ড' সিলেকশনে সতর্কতা অবলম্বন, এবং অন্যদিকে অপ্রয়োজনীয় ট্যাগিং বা রেফারেন্সিং পরিহার করতে হবে;

ই. সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমের অপব্যবহার বা নিজ একাউন্টের ক্ষতিকারক কন্টেন্টের জন্য সংশ্লিষ্ট কর্মচারি ব্যক্তিগতভাবে দায়ি হবেন এবং প্রযোজ্য ক্ষেত্রে প্রচলিত আইন বা বিধি-বিধানের সম্মুখীন হবেন।

৬। কন্টেন্ট ব্যবস্থাপনাঃ

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

ক. সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমে প্রকাশিতব্য টেক্সট, ছবি, অডিও, ভিডিও, ইত্যাদি গুরুত্বের সঙ্গে নির্বাচন ও বাছাই করতে হবে। এডমিন/মডারেটর কন্টেন্টের উপযুক্ততা নিশ্চিত হয়ে প্লাটফরমে 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;

ঙ. গুরুত্বপূর্ণ কন্টেন্টসমূহের আর্কাইভিং, পুন:প্রদর্শন, ও শেয়ারিং উৎসাহিত করতে হবে।

৭। হালনাগাদকরণ ও সাড়া প্রদানঃ

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

খ. প্রতিষ্ঠানের পক্ষে এডমিন/মডারেটর যুক্তিগ্রাহ্য 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 ও তাঁর সাড়া 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 প্রযোজ্যতাঃ

সরকারি প্রতিষ্ঠান কর্তৃক সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম ব্যবহার দেশের প্রচলিত আইন ও বিধি-বিধানের সঙ্গে সঙ্গতিপূর্ণ হওয়া বাঞ্ছনীয়। এক্ষেত্রে প্রযোজ্য অন্যান্য আইন ও বিধি-বিধানের পাশাপাশি অফিসিয়াল সিক্রেটস এ্যাক্ট ১৯২৩, সরকারি কর্মচারি (আচরণ) বিধিমালা ১৯৭৯, সরকারি কর্মচারি (শৃংখলা ও আপীল) বিধিমালা, ১৯৮৫, তথ্য অধিকার আইন ২০০৯, তথ্য ও যোগাযোগ প্রযুক্তি আইন ২০০৬, কপিরাইট আইন ২০০০, ইত্যাদি প্রযোজ্য হবে।

৯। পরিহারযোগ্য বিষয়াদিঃ

ক. জাতীয় ঐক্য ও চেতনার পরিপন্থী কোনরকম কন্টেন্ট প্রকাশ করা যাবে না;

খ. কোন সম্প্রদায়ের ধর্মীয় অনুভূতিতে আঘাত লাগতে পারে এমন বা ধর্মনিরপেক্ষতার নীতি পরিপন্থী কোন কন্টেন্ট প্রকাশ করা যাবে না;

গ. রাজনৈতিক মতাদর্শ বা আলোচনা সংশ্লিষ্ট কোন কন্টেন্ট প্রকাশ করা যাবে না;

ঘ. বাংলাদেশে বসবাসকারী কোন নৃতাত্ত্বিক জনগোষ্ঠী, ক্ষুদ্র জাতিসত্তা বা সম্প্রদায়ের প্রতি বৈষম্যমূলক বা হেয় প্রতিপন্নমূলক কন্টেন্ট প্রকাশ করা যাবে না;

ঙ. কোন ব্যক্তি, প্রতিষ্ঠান বা রাষ্ট্রকে হেয় প্রতিপন্ন করে এমন কন্টেন্ট প্রকাশ করা যাবে না;

চ. লিঙ্গ বৈষম্য বা এ সংক্রান্ত বিতর্কমূলক কোন কন্টেন্ট প্রকাশ করা যাবে না;

ছ. জনমনে অসন্তোষ বা অপ্রীতিকর মনোভাব সৃষ্টি করতে পারে এমন কোন কন্টেন্ট প্রকাশ করা যাবে না;

১০। পর্যালোচনা ও মূল্যায়নঃ

ক. প্রতিটি সরকারি প্রতিষ্ঠান কর্তৃক নিয়মিতভাবে ত্রৈমাসিক ভিত্তিতে নিজ দপ্তরে সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম ব্যবহারের অগ্রগতি ও কার্যকারিতা পর্যালোচনা করতে হবে।

খ. নিয়মিত সোশ্যাল মিডিয়া সংলাপের মাধ্যমে নিজ নিজ দপ্তরের উদ্যোগ পর্যালোচনা ও মূল্যায়ন করতে হবে।

গ. প্রত্যেক পঞ্জিকা বছর শেষে বাৎসরিক মূল্যায়নের ভিত্তিতে কার্যকর ব্যবহারকারীকে স্থানীয় ও জাতীয় পর্যায়ে পুরষ্কার বা স্বীকৃতির ব্যবস্থা রাখা যেতে পারে। এক্ষেত্রে সেরা পোস্ট, সেরা কমেন্ট, সেরা পেজ, সেরা নাগরিক সমস্যা উপস্থাপক, সেরা সমাধান, সেরা প্রচার, ইত্যাদি বিষয়কে বিবেচনায় নেওয়া যেতে পারে।

১১। এ নির্দেশিকা অনুসরণে কোন সমস্যা বা অসুবিধা দেখা দিলে মন্ত্রিপরিষদ বিভাগের সমন্বয় ও সংস্কার ইউনিট অথবা এটুআই প্রকল্পের নজরে আনয়ন করা যেতে পারে।

এ নির্দেশিকা সম্পর্কে যে কোন ধরণের মতামত এই ই-মেইল ঠিকানায় secy_cnr@cabinet.gov.bd প্রেরণের জন্য অনুরোধ করা হল।