

বাংলাদেশ পল্লী উন্নয়ন একাডেমি (বার্ড) এর সামাজিক  
যোগাযোগ মাধ্যম ব্যবহার নীতিমালা, ২০২০



বাংলাদেশ পল্লী উন্নয়ন একাডেমি (বার্ড)  
কোটবাড়ী, কুমিল্লা



## বাংলাদেশ পল্লী উন্নয়ন একাডেমি (বার্ড) এর সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম ব্যবহার নীতিমালা, ২০২০

### ১. ভূমিকা:

তথ্য ও যোগাযোগ প্রযুক্তি প্রসারের সঙ্গে সঙ্গে পৃথিবীব্যাপী সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম ব্যবহারের জনপ্রিয়তা প্রতিনিয়ত বৃদ্ধি পাচ্ছে। বাংলাদেশেও ব্যক্তি ও প্রতিষ্ঠান পর্যায়ে সামাজিক যোগাযোগ ব্যবহারের এ প্রবণতা লক্ষণীয়। সরকারী প্রতিষ্ঠানসমূহ নাগরিক সেবা প্রদানে সমস্যা পর্যালোচনা, জনসচেতনতা বৃদ্ধিতে প্রচারণা এবং সর্বোপরি জনবান্ধব প্রশাসন ব্যবস্থা নিশ্চিতকরণের কার্যক্রমে সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম ব্যবহার করছে। যা ইতোমধ্যে বিভিন্ন মহলে প্রশংসিত হয়েছে। অপরদিকে, সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম ব্যবহার করে কিছু স্বার্থান্বেষী ব্যক্তি বা প্রতিষ্ঠান নানা ধরনের অসত্য তথ্য প্রকাশ করে অস্থিরতা সৃষ্টির অপচেষ্টায় লিপ্ত রয়েছে। ফলে প্রতিষ্ঠানে সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমের ব্যবহারকারীদের মধ্যে সচেতনতা বৃদ্ধি ও সুষ্ঠু ব্যবহার নিশ্চিত করার লক্ষ্যে 'সরকারি প্রতিষ্ঠানে সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম ব্যবহার নির্দেশিকা, ২০১৯' (পরিমার্জিত সংস্করণ) এর আলোকে বার্ডের জন্য একটি সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম ব্যবহার নীতিমালা প্রণয়ন করা হলো।

### ২. সংজ্ঞা:

(ক) 'সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম' অর্থ কম্পিউটার বা ডিজিটাল ডিভাইসে ইন্টারনেট ব্যবহারের মাধ্যমে পারস্পরিক যোগাযোগের উদ্দেশ্যে তথ্য-উপাত্ত (টেক্সট, ইমেজ, অডিও, ভিডিও ইত্যাদি) আদান-প্রদানের একটি প্ল্যাটফর্ম।

(খ) 'প্রতিষ্ঠান' অর্থ বাংলাদেশ পল্লী উন্নয়ন একাডেমি (বার্ড), কুমিল্লা- কে বুঝাবে।

(গ) 'ডিজিটাল ডিভাইস' অর্থ কোনো ইলেকট্রনিক, ডিজিটাল, ম্যাগনেটিক, অপটিক্যাল বা তথ্য প্রক্রিয়াকরণ যন্ত্র বা সিস্টেম, যা ইলেকট্রনিক, ডিজিটাল, ম্যাগনেটিক বা অপটিক্যাল ইমপালস ব্যবহার করে যৌক্তিক গাণিতিক এবং স্মৃতি কার্যক্রম সম্পন্ন করে এবং কোনো ডিজিটাল বা কম্পিউটার ডিভাইস সিস্টেম বা কম্পিউটার নেটওয়ার্কের সঙ্গে সংযুক্ত এবং সকল ইনপুট, আউটপুট, প্রক্রিয়াকরণ, সঞ্চিতি, ডিজিটাল ডিভাইস সফটওয়্যার বা যোগাযোগ সুবিধাদিও এর অন্তর্ভুক্ত হবে।

(ঘ) 'কর্তৃপক্ষ' বলতে বাংলাদেশ পল্লী উন্নয়ন একাডেমি (বার্ড), কুমিল্লা-এর মহাপরিচালক অথবা তার অনুমোদনে কোন দায়িত্বপ্রাপ্ত কর্মকর্তাকে বুঝাবে।

### ৩. নির্দেশিকা জারির উদ্দেশ্যে ও অধিক্ষেত্র:

#### ৩.১ উদ্দেশ্যে:

ক. প্রতিষ্ঠানে সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমের কার্যকর ব্যবহার নিশ্চিত করা;

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

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



### ৩.২ অধিক্ষেত্র:

এ নীতিমালাটি বার্ড এর সকল কর্মকর্তা ও কর্মচারী কর্তৃক সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম ব্যবহারের ক্ষেত্রে প্রযোজ্য হবে।

### ৪. সামাজিক যোগাযোগের মাধ্যম নির্বাচন:

বর্তমানে বিভিন্ন ধরনের সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম রয়েছে, যেমন: ব্লগ, মাইক্রোলগস, ফেসবুক, টুইটার, গুগল প্লাস, স্কাইপ, ভাইবার, হোয়াটসঅ্যাপ, সিগন্যাল, ইউটিউব, উইচ্যাট, ইনস্টাগ্রাম, ম্যাসেঞ্জার, ইমু ইত্যাদি। অনলাইনে সামাজিক যোগাযোগের এই সকল মাধ্যমের অধিকাংশই ব্যবহারকারীর জন্য উন্মুক্ত। অনেকক্ষেত্রে একজন ব্যবহারকারী একাধিক মাধ্যমও ব্যবহার করতে পারেন। এছাড়া কোনো কোনো মাধ্যমের মধ্যে পারস্পরিক সংযোগ বা সমন্বয়ের সুবিধাও রয়েছে। এসব যোগাযোগ মাধ্যম তথা প্লাটফর্মের ভিন্নতা অনুযায়ী এগুলোর বৈশিষ্ট্য, সুবিধা, অভীষ্টগোষ্ঠী, ব্যবহারের শর্তাবলি, তথ্যের গোপনীয়তা ইত্যাদিরও ভিন্নতা রয়েছে। প্রতিষ্ঠানের লক্ষ্য ও উদ্দেশ্য, কর্মপরিধি ও কর্মকৌশল, অভীষ্টগোষ্ঠী ও অংশীজন, পদ্ধতি ও সংস্কৃতি ইত্যাদি বিবেচনায় রেখে সংশ্লিষ্ট মাধ্যমের নিয়ম ও শর্তাবলি পর্যালোচনা করে উপযুক্ত এক বা একাধিক সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম নির্বাচন করা যেতে পারে। তবে বিভিন্ন ধরনের সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমে প্রতিষ্ঠান সংশ্লিষ্ট একাউন্ট খোলার ক্ষেত্রে কর্তৃপক্ষ কর্তৃক অনুমোদন নিতে হবে। ইতিপূর্বে প্রতিষ্ঠান সম্পর্কিত যে সকল সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমে একাউন্ট বা পেজ বা গ্রুপ খোলা হয়েছে সেগুলো যথাযথ কর্তৃপক্ষের নিকট হতে ভূতাপেক্ষ অনুমোদন গ্রহণ করতে হবে।

### ৫. প্রতিষ্ঠানে সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম ব্যবহার:

নিম্নবর্ণিত প্রাতিষ্ঠানিক কার্যক্রমে সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম ব্যবহার করা যেতে পারে:

- ক. নেটওয়ার্কিং ও মতবিনিময় (অভ্যন্তরীণ ও বহিঃ);
- খ. নাগরিক সেবা প্রদানে সমস্যা পর্যালোচনা ও সমাধান;
- গ. জনসচেতনতা ও প্রচারণা;
- ঘ. নাগরিক সেবা সহজিকরণ ও উদ্ভাবন;
- ঙ. নীতি নির্ধারণ ও সিদ্ধান্তগ্রহণ প্রক্রিয়ায় জনগণের অংশগ্রহণ;
- চ. জনবান্ধব প্রশাসন ব্যবস্থা নিশ্চিতকরণ;
- ছ. নাগরিক সেবা প্রদানের নতুন মাধ্যম; এবং
- জ. প্রতিষ্ঠান সংশ্লিষ্ট প্রশিক্ষণ, গবেষণা ও প্রায়োগিক গবেষণা প্রচার ইত্যাদি।

## ৬. একাউন্ট ব্যবস্থাপনা:

### ৬.১ দাপ্তরিক একাউন্ট ব্যবস্থাপনা:

সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমে প্রতিষ্ঠানের জন্য একাউন্ট তৈরি ও ব্যবস্থাপনার ক্ষেত্র নিম্নের বিষয়গুলো অনুসরণ করবে:

- ক. প্রতিষ্ঠানের পেজের ব্যানারে ব্যক্তি বা পদবির পরিবর্তে প্রতিষ্ঠানের নাম ব্যবহার করতে হবে। একাউন্ট তৈরির ক্ষেত্রেও প্রতিষ্ঠানের নাম ও ই-মেইল ব্যবহার করে একাউন্ট খুলে উক্ত একাউন্টের মাধ্যমে পেজ তৈরি করা পেজের ব্যানারে প্রতিষ্ঠানের নাম ও লোগো ব্যবহার করতে হবে।
- খ. মূল পেজের ব্যানারে অথবা দৃষ্টিগ্রাহ্য স্থানে উক্ত মাধ্যম ব্যবহারের উদ্দেশ্য, অভীষ্টগোষ্ঠী (অডিয়েন্স) ও ব্যবহারকারী সম্পর্কে সংক্ষিপ্ত বর্ণনা থাকবে।
- গ. প্রতিষ্ঠানের পক্ষে দায়িত্বপ্রাপ্ত ৩ (তিন) সদস্যের একটি টিম ইউজার একাউন্টের এডমিন বা মডারেটর বা কর্তৃপক্ষ হিসাবে দায়িত্ব পালন করবে। উল্লিখিত ৩ (তিন) সদস্য বিশিষ্ট কমিটির বৃপরেখা নিম্নরূপ:

ক্রঃ নং	পদবী	দায়িত্ব	কার্যক্রম
০১	পরিচালক (প্রশাসন)	কর্তৃপক্ষ/আহবায়ক	বিষয়বস্তুর উপযুক্ততা সম্পর্কে নিশ্চিত হয়ে সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমে তা' প্রকাশের অনুমতি এবং সার্বিক দিক নির্দেশনা প্রদান।
০২	সহকারী পরিচালক (জনসংযোগ)	মডারেটর/এডিটর	প্রতিষ্ঠানের সকল ধরনের পোস্ট কর্তৃপক্ষ কর্তৃক বিষয়বস্তুর উপযুক্ততা সম্পর্কে নিশ্চিত হয়ে এককভাবে কিংবা সহকারী পরিচালক (উন্নয়ন যোগাযোগ) এর সহায়তায় সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমে তা' প্রচারের ব্যবস্থা গ্রহণ।
০৩	সহকারী পরিচালক (উন্নয়ন যোগাযোগ)	এডমিন	সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমে একাউন্ট তৈরি এবং টেকনিক্যাল সমস্যা সমাধান।

তবে উল্লেখ্য যে, বিভিন্ন প্রশিক্ষণ কোর্সের ক্ষেত্রে সংশ্লিষ্ট কোর্স প্রশাসন, প্রকল্পের ক্ষেত্রে প্রকল্প কর্তৃপক্ষ, গবেষণা ও অন্যান্য সকল কর্মকাণ্ড প্রচারের জন্য দায়িত্ব প্রাপ্ত ব্যক্তি সহকারী পরিচালক (জনসংযোগ)-কে প্রয়োজনীয় তথ্য প্রদান করবেন। সহকারী পরিচালক (জনসংযোগ) তথ্য যাচাই-বাচাই পূর্বক এককভাবে কিংবা সহকারী পরিচালক (উন্নয়ন যোগাযোগ) এর সহায়তায় সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমে তা' প্রচারের ব্যবস্থা গ্রহণ করবেন।

ঘ. দাপ্তরিক পেইজের ব্যানার বা প্রোফাইল পিকচার হিসেবে কোনো ব্যক্তিগত বা পারিবারিক ছবি ব্যবহার করা যাবে না।



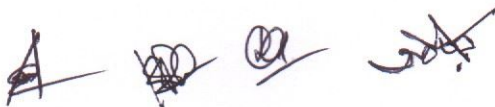




- ঙ. একাউন্টের নিরাপত্তার জন্য শক্তিশালী পাসওয়ার্ড ব্যবহার করতে হবে এবং এডমিন/মডারেটর/কর্তৃপক্ষ নিরাপত্তার স্বার্থে তা' সময়ে সময়ে পরিবর্তন করবেন।
- চ. সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম ব্যবহারের উদ্দেশ্য বিবেচনায় এবং প্রতিষ্ঠানের সিদ্ধান্তের আলোকে এর কন্টেন্ট প্রদর্শন, মন্তব্য/মতামত জ্ঞাপন, সদস্য হিসেবে অন্তর্ভুক্তি, 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 অবশ্যই পালন করতে হবে, যাতে প্রতিষ্ঠানকে এর জন্য কোন অনভিপ্রেত অবস্থার সম্মুখীন হতে না হয়।
- জ. সোশ্যাল মিডিয়া পেজকে 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 প্রতিকার ব্যবস্থা (Grievance Redress System)-এর সঙ্গে সমন্বিত করতে হবে।
- ঞ. দাপ্তরিক যোগাযোগের সময় চিঠিপত্রসহ অন্যান্য যোগাযোগ মাধ্যম ব্যবহারের ক্ষেত্রে লেটার হেড-এ প্রতিষ্ঠানের দাপ্তরিক ঠিকানার সঙ্গে বর্তমানে ব্যবহৃত ওয়েব ঠিকানার পাশাপাশি সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমের ঠিকানাটিও ব্যবহার করতে হবে।
- ট. সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমে বার্ডের নামে সৃষ্ট কোন ক্লোজড (Closed) গ্রুপ বিশেষ করে ফেসবুক ও WhatsApp- এ শুধুমাত্র বার্ডে কর্মরত কর্মকর্তা / কর্মচারীদের অন্তর্ভুক্ত করা যাবে।

## ৬.২ ব্যক্তিগত একাউন্ট ব্যবস্থাপনা:

- সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম ব্যক্তিগত একাউন্ট তৈরি ও ব্যবস্থাপনার ক্ষেত্রে নিম্নের বিষয়গুলো অনুসরণ করতে হবে:
- ক. ব্যক্তিগত একাউন্ট পরিচালনার ক্ষেত্রে দায়িত্বশীল নাগরিকসুলভ আচরণ ও অনুশাসন মেনে চলতে হবে।
- খ. কন্টেন্ট ও 'ফ্রেন্ড' সিলেকশনে সতর্কতা অবলম্বন এবং প্রয়োজনীয় ট্যাগ, রেফারেন্স বা শেয়ার করা পরিহার করতে হবে।
- গ. সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমের অপব্যবহার বা নিজ একাউন্টের ক্ষতিকারক কন্টেন্ট-এর জন্য সংশ্লিষ্ট কর্মচারী ব্যক্তিগতভাবে দায়ী হবেন এবং সে জন্য প্রচলিত আইন ও বিধি-বিধান অনুযায়ী ব্যবস্থা গৃহীত হবে;
- ঘ. একাউন্টের নিরাপত্তার জন্য শক্তিশালী পাসওয়ার্ড ব্যবহার করতে হবে এবং নিরাপত্তার স্বার্থে তা' নিয়মিত পরিবর্তন করতে হবে;





ঙ. একাউন্টের নিরাপত্তার স্বার্থে 2-Factor Authentication ব্যবস্থা চালু রাখতে হবে এবং

চ. ব্যক্তিগত একাউন্টে প্রতিষ্ঠানের নাম বা লোগো ব্যবহার না করা।

#### ৭. সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমের বিষয়বস্তু ব্যবস্থাপনা:

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

ক. প্রতিষ্ঠানের সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমে প্রকাশিতব্য টেক্সট, ফটো, অডিও, ভিডিও ইত্যাদি গুরুত্বের সঙ্গে নির্বাচন ও বাছাই করতে হবে। কর্তৃপক্ষ বিষয়বস্তুর উপযুক্ততা সম্পর্কে নিশ্চিত হয়ে প্ল্যাটফরমে 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 কোনো কন্টেন্ট (টেক্সট, ফটো, অডিও ও ভিডিও ইত্যাদি) দাপ্তরিক সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমে কোনো ক্রমেই পোস্ট, আপলোড বা শেয়ার করা যাবে না;

ঘ. সামাজিক যোগাযোগের বিভিন্ন মাধ্যমে সরকার বা রাষ্ট্রের ভাবমূর্তি ক্ষুণ্ণ হয় এমন কোনো পোস্ট আপলোড, কमेंট, লাইক শেয়ার করা থেকে বিরত থাকতে হবে; এবং

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

#### ৮. হালনাগাদকরণ ও সাড়া প্রদান:

ক. প্রতিষ্ঠানের পক্ষে কর্তৃপক্ষ নিয়মিত নিজ সাইট হালনাগাদ/সাড়া (response) প্রদান করবেন;

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

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

#### ৯. সরকারি আইন ও বিধি-বিধানের প্রযোজ্যতা:

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

#### ১০. পরিহারযোগ্য বিষয়াদি:

সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমে নিম্নোক্ত বিষয়সমূহ প্রকাশ করা যাবে না:

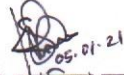
ক. জাতীয় ঐক্য ও চেতনার পরিপন্থী কোনো রকম তথ্য-উপাত্ত;



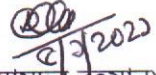
- খ. কোন সম্প্রদায়ের ধর্মীয় অনুভূতিতে আঘাত লাগতে পারে এমন বা ধর্মনিরপেক্ষতার নীতি পরিপন্থী কোনো তথ্য-উপাত্ত;
- গ. রাজনৈতিক মতাদর্শ বা আলোচনা-সংশ্লিষ্ট কোনো তথ্য-উপাত্ত;
- ঘ. বাংলাদেশে বসবাসকারী কোনো ক্ষুদ্র জাতিসত্তা, নৃ-গোষ্ঠী, বা সম্প্রদায়ের প্রতি বৈষম্যমূলক বা হয় প্রতিপন্নমূলক তথ্য-উপাত্ত;
- ঙ. কোনো ব্যক্তি, প্রতিষ্ঠান বা রাষ্ট্রকে হয় প্রতিপন্ন করে এমন তথ্য-উপাত্ত;
- চ. লিঙ্গ বৈষম্য বা এ সংক্রান্ত বিতর্কমূলক কোনো তথ্য-উপাত্ত;
- ছ. জনমনে অসন্তোষ বা অপ্ৰীতিকর মনোভাব সৃষ্টি করতে পারে এমন কোনো বিষয়, লেখা, অডিও বা ভিডিও ইত্যাদি।
- জ. প্রতিষ্ঠানের সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমে আত্ম-প্রচারণামূলক কোনো পোস্ট; এবং
- ঝ. ভিত্তিহীন, অসত্য ও অশ্লীল তথ্য প্রচার।



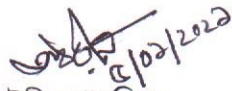
(মোঃ আশিক সরকার লিফাত)  
সহকারী পরিচালক  
ও  
সদস্য সচিব



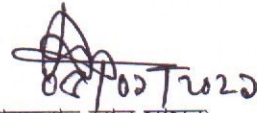
(কাজী সোনিয়া রহমান)  
উপ-পরিচালক  
ও  
সদস্য



(ড. শেখ মাসুদুর রহমান)  
যুগ্ম পরিচালক  
ও  
সদস্য



(আইরীন পারভিন)  
যুগ্ম পরিচালক  
ও  
সদস্য



(আবদুল্লাহ আল মামুন)  
পরিচালক (ভারপ্রাপ্ত)  
ও  
আহবায়ক