

গণপ্রজাতন্ত্রী বাংলাদেশ সরকার  
 মন্ত্রিপরিষদ বিভাগ  
 প্রোগ্রামিং-১ উপশাখা

www.cabinet.gov.bd

১৫১৩  
 তারিখ: ২৪/১১/১৯

স্মারক নম্বর: ৩৪.০০.০০০০.০১.০১.০০২.১৯.৯৩

তারিখ: ৩০ অক্টোবর ২০১৯

সরকারি প্রতিষ্ঠানে সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম ব্যবহার নির্দেশিকা, ২০১৯ (পরিমার্জিত সংস্করণ) প্রেরণ

গণপ্রজাতন্ত্রী বাংলাদেশ সরকার হতে সরকারি প্রতিষ্ঠানে সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম ব্যবহার নির্দেশিকা, ২০১৯ (পরিমার্জিত সংস্করণ) জারি করা হয়েছে (কপি সংযুক্ত)। এমতাবস্থায়, তাঁর মন্ত্রণালয়/বিভাগ ও আওতাধীন অধিদপ্তর/সংস্থাকে সরকারি প্রতিষ্ঠানে সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম ব্যবহার নির্দেশিকা, ২০১৯ (পরিমার্জিত সংস্করণ) এর আলাদা প্রয়োজনীয় ব্যবস্থা গ্রহণের নির্দেশনা প্রদানের জন্য নির্দেশক্রমে অনুরোধ করা হল।

২২/১১/১৯

২৪/১১/১৯

মন্ত্রিপরিষদ বিভাগে  
 উপস্থিত আলোচনা হলে  
 মন্ত্রিপরিষদ বিভাগে  
 বকুল মিস্ত্রী ও জিন্না অফিসে  
 মিস্ত্রী (Dinulhaq) এর তত্বধরে  
 ২৪/১১/১৯

গণপ্রজাতন্ত্রী বাংলাদেশ সরকার  
 বাণিজ্য মন্ত্রণালয়  
 প্রশাসন-১ শাখা  
 বাংলাদেশ সচিবালয়, ঢাকা

স্মারক নম্বর ২৬.০০.০০০০.০৮৬.৯৩.০২০.১৫.৭৭১

তারিখ: ০৭ কার্তিক ১৪২৬  
 ২৩ অক্টোবর ২০১৯

মন্ত্রিপরিষদ বিভাগ হতে প্রাপ্ত পত্রটি সংলগ্নসহ সদয় অবগতি ও সে মোতাবেক পরবর্তী প্রয়োজনীয় কার্যক্রম গ্রহণের জন্য এতদসঙ্গে নির্দেশক্রমে প্রেরণ করা হলো।

২৬/১০/১৯  
 (তানিয়া ইসলাম)  
 উপসচিব

ফোন : ৯৫৪৫৮৫৩  
 Email: sas.adm1@mincom.gov.bd

বিতরণ (জ্যেষ্ঠতার ক্রমানুসারে নয়):

০১. চেয়ারপার্সন, প্রতিযোগিতা কমিশন, ৩৭/৩/এ, রেড ক্রিসেন্ট বোরাক টাওয়ার, ইস্কাটন গার্ডেন রোড, রমনা, ঢাকা
০২. চেয়ারম্যান, বাংলাদেশ ট্যারিফ কমিশন, সেগুনবাগিচা, ঢাকা
০৩. অতিরিক্ত সচিব, বাণিজ্য মন্ত্রণালয়, বাংলাদেশ সচিবালয়, ঢাকা
০৪. অনুবিভাগ প্রধান (প্রশাসন/আইআইটি/এফটিএ/রপ্তানি/ডব্লিউটিও সেল), বাণিজ্য মন্ত্রণালয়, ঢাকা
০৫. পরিচালক, বাণিজ্য সংগঠন, বাণিজ্য মন্ত্রণালয়, বাংলাদেশ সচিবালয়, ঢাকা
০৬. মহাপরিচালক, জাতীয় ভোক্তা অধিকার সংরক্ষণ অধিদপ্তর, টিসিবি ভবন, ১ কারওয়ান বাজার, ঢাকা
০৭. প্রধান নিয়ন্ত্রক, বাংলাদেশ এনসিআই, ১০০/১০১, মতিঝিল, ঢাকা



গণপ্রজাতন্ত্রী বাংলাদেশ সরকার

সরকারি প্রতিষ্ঠানে সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম ব্যবহার নির্দেশিকা, ২০১৯

(পরিমার্জিত সংস্করণ)

মন্ত্রিপরিষদ বিভাগ  
বাংলাদেশ সচিবালয়, ঢাকা।

## সরকারি প্রতিষ্ঠানে সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম ব্যবহার নির্দেশিকা, ২০১৯

### ১. ভূমিকা:

তথ্য ও যোগাযোগ প্রযুক্তি প্রসারের সঙ্গে সঙ্গে পৃথিবীব্যাপী সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম ব্যবহারের জনপ্রিয়তা প্রতিনিয়ত বৃদ্ধি পাচ্ছে। বাংলাদেশেও ব্যক্তি এবং প্রতিষ্ঠান পর্যায়ে সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম ব্যবহারের এ প্রবণতা লক্ষণীয়। সরকারি 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 সরকারি প্রতিষ্ঠানে সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমের ব্যবহারকারীদের মধ্যে সচেতনতা বৃদ্ধি ও সুষ্ঠু ব্যবহার নিশ্চিত করার লক্ষ্যে বর্তমান প্রেক্ষাপটে ২০১৬ সালে জারিকৃত নির্দেশিকাটি পরিমার্জনের আবশ্যিকতা দেখা দেয়। এ পরিপ্রেক্ষিতে উক্ত নির্দেশিকাটির পরিমার্জিত সংস্করণ 'সরকারি প্রতিষ্ঠানে সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম ব্যবহার নির্দেশিকা, ২০১৯' প্রণয়ন করা হয়।

### 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 প্লাটফর্ম।

(খ) 'সরকারি প্রতিষ্ঠান' অর্থ কোনো আইন, বিধি বা সরকারি আদেশ বলে প্রতিষ্ঠিত প্রতিষ্ঠান, সংবিধিবদ্ধ সংস্থা অথবা সরকারের মালিকানা বা নিয়ন্ত্রণাধীন কোনো প্রতিষ্ঠান বা কর্তৃপক্ষ।

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, সঞ্চিত, ডিজিটাল ডিভাইস সফটওয়্যার বা যোগাযোগ সুবিধাদিও এর অন্তর্ভুক্ত হবে।

### ৩. নির্দেশিকা জারির উদ্দেশ্য ও অধিক্ষেত্র:

#### ৩.১ 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; এবং

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

### ৩.২. অধিক্ষেত্র:

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

### ৪. সামাজিক যোগাযোগের মাধ্যম নির্বাচন:

বর্তমানে বিভিন্ন ধরনের সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম রয়েছে, যেমন: ব্লগ, মাইক্রোব্লগস, 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 পারস্পারিক সংযোগ বা সমন্বয়ের সুবিধাও রয়েছে। এসব যোগাযোগ মাধ্যম তথা প্ল্যাটফর্মের ভিন্নতা অনুযায়ী এগুলোর বৈশিষ্ট্য, সুবিধা, অসুবিধা, ব্যবহারের শর্তাবলি, তথ্যের গোপনীয়তা ইত্যাদিরও ভিন্নতা রয়েছে। সরকারি প্রতিষ্ঠানের লক্ষ্য ও উদ্দেশ্য, কর্মপরিধি ও কর্মকৌশল, অসুবিধা 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।

### ৫. সরকারি প্রতিষ্ঠানে সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম ব্যবহার:

নিম্নবর্ণিত প্রাতিষ্ঠানিক কার্যক্রমে কাজে 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; এবং
- ছ. নাগরিক সেবা প্রদানের নতুন মাধ্যম ইত্যাদি।

### ৬. একাউন্ট ব্যবস্থাপনা:

#### ৬.১. দাপ্তরিক একাউন্ট ব্যবস্থাপনা:

সরকারি প্রতিষ্ঠানসমূহ সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমে প্রতিষ্ঠানের জন্য একাউন্ট তৈরি ও ব্যবস্থাপনার ক্ষেত্রে নিম্নের বিষয়গুলো অনুসরণ করবে:

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

খ. মূল পেজের ব্যানারে অথবা দৃষ্টিগ্রাহ্য স্থানে উক্ত মাধ্যম ব্যবহারের উদ্দেশ্য, অতীষ্টগোষ্ঠী (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 বা কর্তৃপক্ষ হিসাবে দায়িত্ব পালন করবে।

ঘ. দাপ্তরিক পেইজের ব্যানার বা প্রোফাইল পিকচারে 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 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 অবশ্যই পালন করতে হবে, যাতে সংশ্লিষ্ট 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 নিজস্ব ঠিকানাটিও ব্যবহার করতে হবে।

## ৬.২ ব্যক্তিগত একাউন্ট ব্যবস্থাপনা:

সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমে 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 অপ্রয়োজনীয় 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; এবং

ঘ. একাউন্টের নিরাপত্তার জন্য শক্তিশালী পাসওয়ার্ড ব্যবহার করতে হবে এবং নিরাপত্তার স্বার্থে তা' নিয়মিত পরিবর্তন করতে হবে;

## ৭. সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমের বিষয়বস্তু ব্যবস্থাপনা:

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

ক. 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

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।

## 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 হেয় প্রতিপন্ন করে এমন তথ্য-উপাত্ত;

চ. লিঙ্গ বৈষম্য বা এ সংক্রান্ত বিতর্কমূলক কোনো তথ্য-উপাত্ত;

ছ. জনমনে অসন্তোষ বা অপ্রীতিকর মনোভাব সৃষ্টি করতে পারে এমন কোনো বিষয়, লেখা, অডিও বা ভিডিও ইত্যাদি।

জ. আত্ম-প্রচারগামূলক কোনো পোস্ট; এবং

ঝ. ভিত্তিহীন, অসত্য ও অশ্লীল তথ্য প্রচার।

#### ১১. পরিবীক্ষণ:

ক. প্রতিটি সরকারি প্রতিষ্ঠান নিয়মিতভাবে ত্রৈমাসিক ভিত্তিতে সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম ব্যবহারের কার্যক্রম পরিবীক্ষণ করবে।

খ. প্রতিটি সরকারি প্রতিষ্ঠান সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম ব্যবহার-সংক্রান্ত সচেতনামূলক বিভিন্ন কার্যক্রম গ্রহণ ও করণীয় নির্ধারণ করবে।

#### ১২. স্পষ্টীকরণ:

এ নির্দেশিকা অনুসরণে কোনো সমস্যা বা কোনো অনুচ্ছেদের বিষয়ে ব্যাখ্যা প্রয়োজন হলে মন্ত্রিপরিষদ বিভাগের সমন্বয় ও সংস্কার ইউনিট-এর নজরে আনয়ন করা যেতে পারে।