



د افغانستان اسلامي جمهوري دولت

د شهيدانو او معلولينو په چارو کې د دولت

د اړيکو ستراتيژي او د عمل پلان

د افغانستان اسلامي جمهوري دولت

د شهیدانو او معلولینو په چارو کې د دولت
وزارت

د اړیکو ستراتیژي او د عمل پلان

مئی ۲۰۱۹

سرليکونه

- 4..... لنډيزونه
- 5..... بشپړ لنډيز
- 6..... پيژندنه
- 7..... لرليد
- 7..... ماموريت
- 7..... ۱. موخي او اهداف
- 7..... 1.1 متوقع پايلې
- 8..... ۲. د پياوړتياوو، کمزورتياوو، فرصتونو او تهديدونو تحليل
- 8..... ۳. هدف شوي مخاطبين او کليدي / مهم ونډه وال
- 10..... ۴. کليدي پيغامونه
- 11..... ۵. د کميونیکيشن طريقې
- 11..... ۵,۱ طريقه
- 11..... ۵,۲ راډيو او تلويزيون
- 11..... ۵,۳ بروشرونه او پوسترونه
- 11..... ۵,۴ انلاين او ټولنيزي رسنۍ
- 11..... ۵,۵ بيلبورډونه او MURALS
- 12..... ۵,۶ عنعنوي طريقې
- 12..... ۵,۷ عامو وگړو ته رسېدنه
- 13..... ۶. د کميونیکيشن وسايل
- 17..... ۶,۱ ټولنيزي رسنۍ
- 17..... ۶,۲ راډيويي اعلانات
- 17..... ۶,۳ تلويزيوني اعلانات
- 17..... ۶,۴ بيلبورډونه
- 17..... ۶,۵ MURALS
- 17..... ۶,۶ بروشرونه او پوسترونه
- 17..... ۶,۷ NEWSLETTERS
- 18..... ۶,۸ انځوريز کتابونه
- 18..... ۷. داخلي او بيروني کميونیکيشن
- 18..... ۷,۱ داخلي کميونیکيشن
- 20..... ۷,۲ بيروني کميونیکيشن
- 22..... ۷,۳ له نورو وزارتونو سره همغږي
- 22..... ۷,۴ له بسپنه ورکونکو سره کميونیکيشن
- 22..... ۸. بوديجه
- 24..... ۹. د عمل پلان
- 27..... ۱۰. څارنه او ارزونه

- 27..... ۱۰،۱ د اړیکو څېړنه
- 28..... لومړۍ ضمیمه: ORGANOGRAM
- 29..... دویمه ضمیمه: برانډینګ او بازارموندنه

لنډیزونه

د اړیکو ستراتیژي او د عمل پلان	CSAAP
متمرکز ګروپي بحثونه	FGDs
د افغانستان اسلامي جمهوري دولت	GIRoA
پرمختللي چاودېدونکي توکي	IED
د شهیدانو او معلولینو په چارو کې د دولت وزارت	MMD
د عامي روغتیا وزارت	MoPH
د بنځو چارو وزارت	MoWA
عامه خلکو ته رسیدګی	PO
عامه پوهاوی	PA
له جګړه خپلو سره مرسته	VA
مشارکتی ورکشاپونه	PWs
د کمیونیکیشن تګلاره	CS
د عامه خدمتونه اعلانات	PSAs
تلویزیون	TV
اعلانونه	Ads

بشپړ لنډيز

د شهيدانو او معلولينو په چارو کې د دولت وزارت، د معلولينو او د شهيدانو د وارثينو په چارو کې د افغانستان د اسلامي جمهوريت د حکومت يو محراقي وزارت دی. د ۲۰۱۹ ميلادي کال د جنورۍ په ۱۷ نېټه د جلالمتاب ولسمشر د يوه فرمان له مخې د کار، ټولنيزو چارو، شهيدانو او معلولينو وزارت څخه جلا شو..

د شهيدانو او معلولينو په چارو کې د دولت وزارت، په ملي کچه د شهيدانو او وارثينو د چارو د پلانونو، پلي کولو، اداره کولو او همغږي کولو په برخه کې د هېواد په کچه مخکښه اداره ده او همدا راز نورو وزارتونو، دولتي او نادولتي ادارو او موسسو ته د پاليسيو جوړولو او مسلکي ملاتړ چمتو کولو مسووليت هم پر غاړه لري.

د ليسزو اوږدې جگړې، ځانمرگو بريدونو، روانو پوځي عملياتو، ځمکنو ماينونو، د پولې له پورې غاړې هاوانونو او د تاوتريخوالي د نورو ډولونو لامله په ستر شمېر عام افغانان او امنيتي ځواکونه شهيدان او ټپيان شوي دي. له ۲۰۰۱ زيږديز کال څخه تر ۲۰۱۷ ميلادي کال پورې، په افغانستان کې د دولتي امنيتي ځواکونو او وسلوالو مخالفينو تر منځ د وسلوالو جگړو له امله د نږدې ۳۵۰۰ عامو وگړو د مړينې او له ۷۰۰۰ تنو څخه د زياتو عامو وگړو د ټپي کېدلو راپور ورکړل شوی و.

د نورو مسووليتونو تر څنګ د دوو ملي سکتورونو، د معلولينو او د شهيدانو د وارثينو د چارو، مديریت د يوه وزارت لپاره ستره ننګونه وه. په داسې حال کې چې د کار، ټولنيزو چارو، شهيدانو او معلولينو وزارت هڅه کوله چې د معلولينو او د شهيدانو د کورنيو د غړو زياتېدونکې ستونزې او اندېښنې حل کړي، د خدماتو په رسونه کې ځنډ رامنځته شوی و. د يوې خپلواکه ملي ادارې تاسيس ته جدي اړتيا ليدل کېدله.

د شهيدانو او معلولينو په چارو کې د دولت وزارت له رامینځته کېدو څخه وروسته، د نوموړي وزارت له کليدي لومړيتوبونو څخه (۱) د وزارت عامه پوهاوی لورول، (۲) ډېرو افغانانو او ونډه والو ته د رسېدلو لپاره د تر ټولو غوره تگلارو پېژندل او خپلول، او (۳) د وزارت د کورنيو او بهرنيو اړيکو لپاره د يو اغيزناک سيستم جوړول او پلي کول د ياد وزارت له بنسټيز لومړيتوبونو څخه و.. دغه د کميونیکيشن تگلاره او عمل پلان (چې له دې وروسته به CSAAP يا تگلاره بلل کېږي) په پام کې لري چې د شهيدانو او معلولينو په چارو کې د دولت وزارت ته وړتيا ورکړي څو د ادارې دننه او بيرون - له کليوالو او بشاري افغانانو او ونډه والو - سره په اغېزمن ډول تعامل وکړي.

پېژندنه

د اړیکو ستراتیژي او د عمل پلان پام کې لري چې چې د شهیدانو او معلولينو په چارو کې د دولت وزارت (چې له دې وروسته به شمیر افغانانو (په ځانګړي ډول معلولیت لرونکو وګړو او د شهیدانو د کورنیو له غړو) او ونډه والو سره اغېزمن کمیونیکیشن/ خبري اتري تاسیس او وساتي. دا د اغېزمن او پر پایله متمرکز د اړیکو ستراتیژي / خبرو اترو لپاره تګلاري جوړوي. دا په پام کې لري چې د وزارت د د اړیکو ستراتیژي کارکوونکو ته وړتیا ورکړي څو هغوي خپل د د اړیکو ستراتیژي فعالیتونه په خپل وخت او له کم لګښت سره طرحه، پلان، تطبیق او څارنه او ارزونه یې وکړي.

د کمیونیکیشن تګلاري او عمل پلان ودې لارښوونه د وزارت، له جګړه ځپلو ملکي وګړو سره د مرستې پروګرام COMAC او Sayara Strategies د اړیکو ستراتیژي پوهانو تر منځ د مسلسلو تخنیکي او همغږۍ غونډو له لوري ترسره شوي وه. په تګلاره کې وړاندې شوي نظريي د متمرکزو ګروپي بحثونو او مشارکتی ورکشاپونو څخه په ترلاسه شوو معلوماتو ولاړي وي. متمرکز ګروپي بحثونه او مشارکتی ورکشاپونه د ۲۰۱۹ میلادي کال د جنوري او مارچ میاشتو تر منځ په شمالي، سویلي، ختیځو او لویديځو سیمو کې پلان او ترسره شوي وو. د دغو غونډو موخه د وزارت او ونډه والو ترمنځ د د اړیکو ستراتیژي د لا غوره کولو په موخه د غوره نظریو رامنځته کولو لپاره له جګړه ځپلو سره د مرستې او حقونو د ګومانونو په اړه پراخ پوهاوی جوړول وو. د اړیکو ستراتیژي تګلاري او عمل پلان CSAAP وده، د متمرکزو ګروپي بحثونو او مشارکتی ورکشاپونو پر موندنو تکیه کوي څو باوري کړي چې دغه تګلاره ځمکنی حقایق منعکسوي او د وزارت له اړتیاوو سره سمه چمتو شوي ده.

په هغو موضوعاتو کې چې په متمرکزو ګروپي بحثونو او مشارکتی ورکشاپونو کې تر پوښنې لاندې نیول شوي دي، په انفرادي او اداري کچه په وزارت کې دننه د کمیونیکیشن ظرفیت موجوده کچه، د کلیدي تعقیبونکو پېژندنه، د شهیدانو په چارو کې د دولت وزارت له لوري د کمیونیکیشن کارول کېدونکي اوسني چپلونه او طریقي، د اغېزمن کمیونیکیشن پر وړاندې خنډونه او ښځو او لږه کيو ته د رسېدنې له تمرکز سره د رسېدنې اغېزمنې تګلاري شاملې وي. د ګډونوالو نظریي او نظرونه د تګلاري د ودې په لومړیو پړاوونو کې ثبت شوي، راټول شوي، بیا کتل شوي او تحلیل شوي وو.

د کمیونیکیشن تګلاره او عمل پلان په دغو برخو وېشل شوی دی: موخي او اهداف، SWOT تحلیل، تر هدف لاندې مخاطبین او کلیدي یا اړینې ښکېلي اداري، کلیدي پیغامونه، د کمیونیکیشن طریقي، د کمیونیکیشن تولیدات، تجویز شوی Organogram، داخلي او بیروني کمیونیکیشن، د عمل پلان بودیجه جوړونه او څارنه او ارزونه. هره برخه له یوې لنډې پېژندنې سره پیلېږي.

لرلید

یوه داسې ټولنه، چېرې چې معلولیت لرونکي وگړو له مساوي حقونو او مسوولیتونو څخه خوند اخلي او د خپل هېواد په ټولنيزو، سياسي او اقتصادي چارو کې د گډون فرصت ولري او د شهیدانو د کورنیو د غړو حقونه خوندي وي.

ماموریت

د دولت د وزارت په توگه، چې د معلولينو او د شهیدانو د وارثينو د چارو مسوولیت په غاړه لري، د شهیدانو او معلولينو په چارو کې د دولت وزارت هڅه کوي چې معلولينو او د شهیدانو وارثينو سره مرسته په اغېزمنه او موثره توگه پلان، پلي، همغږي او اداره کړي او د افغانستان د اسلامي جمهوري دولت د مخکښ وزارت په توگه پالیسي جوړي او مسلکي مشوره چمتو کړي.

۱. موخي او اهداف

د وزارت د کميونیکيشن موخه، د کميونیکيشن يوه اغېزمن داخلي او بيروني سيستم ته وده ورکول او ساتل دي په داسې حال کې چې په ملي کچه د وزارت د رول، مسوولیتونو او خدماتو په اړه د عامه پوهاوي کچه هم لوړوي. دغه وزارت به، په تگلاره کې د کميونیکيشن د کړنو د بېلابېلو ډولونو د پلي کولو له لارې، د دغې عمومي موخي پر ترلاسه کولو تمرکز وکړي.

لاندې د کميونیکيشن يو شمېر ځانگړي موخي دي چې CSAAP به يې د کميونیکيشن د يوه يو – کلن کمپاين په موده کې ترلاسه کول وغواړي:

- د وزارت وېبپاڼه، فېسبوک صفحه او ټویټر حساب وپنځوي (ټولنيزې رسنۍ)؛
- ۱۰ پښتو او دري راډیويي اعلانات ډيزاين، توليد او د مشهورو ملي راډيو سټېشنونو له لارې يې خپاره کړي؛
- ۱۰ پښتو او دري ټلويزیوني پیغامونه ډيزاين، توليد او د مشهورو ملي ټلويزیون سټېشنونو له لارې يې خپاره کړي؛
- لږ تر لږه ۴۰ معلوماتي پاڼې ډيزاين، چاپ او وېبشۍ؛
- داسې دوه انځوريز کتابونه ډيزاين، چاپ او وېبشۍ چې د وزارت کړنې او لاس ته راوړنې ښيي؛
- رسنيو ته مسلسلې مطبوعاتي اعلاميې واستوي او د کړنې راپورونه د وزارت د ټولنيزې رسنۍ له لارې خپاره کړي؛
- په کابل او د هېواد د کلیدي ولايتونو په مرکزونو کې لږ تر لږه ۴۰ بلبورډونه ډيزاين، چاپ او وڅړوي؛
- په څلورو سيمه یيزو ولايتونو (ننگرهار، هرات، بلخ او کندهار) کې لږ تر لږه ۴ غونډې ترسره کړي؛
- د کارکوونکو مسلسلې اوونيزې، میاشتنۍ او دري میاشتنۍ غونډې ترسره کړي، د غونډو عمده برخې له ټولو کارکوونکو سره شریکي کړي، د وزارت د ټولنيزې رسنۍ له لارې يې خپرې کړي، او؛
- د عامه رخصتيو (په ځانگړي ډول کوچني اختر، لوی اختر او نوروز) په ورځو کې ځانگړي اعلانات ترسره او راپورونه خپاره شي.

1.1 متوقع پایلې

د کميونیکيشن تگلاره او د عمل پلان، د وزارت لپاره يوه نقشه ده څو خپل د کميونیکيشن اصلي موخه او هدف ترلاسه کړي. د دغو اصلي اهدافو ترلاسه کول يوازې هغه مهال امکان لري چې په CS کې د کميونیکيشن ښودل شوي کړنې په مناسب ډول ډيزاين، پلان، همغږي او پلي شي. له بريالي تطبيق او د کميونیکيشن د تگلارې او د عمل پلان د څارنې او ارزونې له يوه معياري سيستم سره د لاندې يادو شوو پایلو تمه کېږي:

- د وزارت د کړنو، رول، مسوولیتونو او خدماتو (په ځانگړي ډول له جگړه خپلو وگړو سره مرسته) په اړه پوهاوي کې زیاتوالی؛
- وزارت یو فعال اتلاين بیلگهاتي سيستم لری (ټولنيز پلنفورم) لري چې د وزارت او مهمو مخاطبينو تر منځ يې د کميونیکيشن اغېزمن دوه اړخيز سيستم رامنځته کړي دی؛
- د کميونیکيشن زيات شوی داخلي او بيروني سيستم، وزارت عامو وگړو ته د رسېدنې لپاره د کميونیکيشن مسلکي او اغېزمنې تگلارې کاروي؛

- د دولت دننه او بسپنه ورکونکو/ ونډه والو زیات شویکمیونیکیشن.

۲. د پیاوړتیاوو، کمزورتیاوو، فرصتونو او گواښونو ارزونه

<p style="text-align: center;">کمزورتیاوي</p> <ul style="list-style-type: none"> • کلیوالو سیمو ته رسېدنه • محدودې سرچینې • د څرگندو موخو نه شتون 	<p style="text-align: center;">پیاوړتیاوي</p> <ul style="list-style-type: none"> • ډېره گټه • هدف شوي مخاطبین
<p style="text-align: center;">تهدیدونه</p> <ul style="list-style-type: none"> • د ثبت په پروسه کې د رویتیا نه شتون 	<p style="text-align: center;">فرصتونه</p> <ul style="list-style-type: none"> • له جگړه خپلو وگړو سره مرستې لپاره د مالي ملاتړ ډېرې پیاوړې سرچینې

۳. هدف شوي مخاطبین او کلیدي/ مهم ونډه وال

په متمرکزو گروپي بحثونو او مشارکتني ورکشاپونو کې یوه غونډه د مهمو مخاطبینو پېژندنې او پر برخو وېشني ته ځانگړې شوې وه. د دغې غونډې موخه د وزارت د مخاطبینو پېژندل او له هغه وروسته وزارت لپاره د لومړیتوب له مخې – لومړني، دویمه درجه او درېیمه درجه – پر اداره کېدونکو کټگوریو د عامو وگړو وېشل وو. اصلي موخه د مخاطبینو په وېشنه کې د گډونوالو د تجربو منعکسول وو او دا باوري کول چې په تگلاره کې پیغامونه د مخاطبینو له هرې کټگورۍ سره مطابقت لري.

لومړني مخاطبین یا گډونوال هغه ډلې یا افراد دي چې د وزارت په کړنو او خدماتو کې په لوړه کچه گټه لري ځکه چې هغوي مستقیم گټه وړونکي یا له گټه وړونکو سره تړاو درلودونکي دي او یا د خدماتو په چمتو کولو/ مالي ملاتړ کې رول لوبوي. دویمه درجه یا درېیمه درجه مخاطبین د پوهاوي په لوړولو، له جگړه خپلو سره د مرستې او حقونو د پوهې اغېزمنولو او د دې احتمال په زیاتولو کې رول لوبوي چې پیاوړې گټه وړونکي به د وزارت د خدماتو په اړه معلوماتو سره اړیکه پیدا کړي.

لاندې جدول د وزارت کلیدي مخاطبین او ونډه وال، بیروني او داخلي، په لنډ ډول بیانوي:

لومړنۍ، دويمه درجه، درېيمه درجه	د اغېزې شبكه	واک (کم، ډېر)	اوسنی پوهه (کمه، اوسط، ډېره)	د وزارت د گټې کچه (ډېره، منځنۍ کچه، ټيټه کچه)	مخاطبين/ ونډه وال
بيروني مخاطبين					
لومړنۍ	سميه بيزې او نورو معلولين	لوره	اوسط	لوره	معلوليت لرونکي وگړي (ښاري)
لومړنۍ	سميه بيزې او نور م معلولين	لوره	کمه	لوره	معلولين (کليوال)
لومړنۍ	سميه بيزې او د شهيدانو نور وارثين	لوره	اوسط	لوره	د شهيدانو وارثين (ښاري)
لومړنۍ	سميه بيزې او د شهيدانو نور وارثين	لوره	کمه	لوره	د شهيدانو وارثين (کليوال)
لومړنۍ	سميه بيزې کلیدي گټه ورونکي	لوره	اوسط	لوره	د معلولينو کورنۍ (ښاري)
لومړنۍ	سميه بيزې او کلیدي گټه ورونکي	لوره	کمه	لوره	د معلولينو کورنۍ (کليوال)
لومړنۍ	ملي او نړيوالي ادارې	لوره	اوسط	لوره	مالي ملاتړ ورکونکي/ د مالي ملاتړ همکاران
لومړنۍ	مرکزي او ولايتي دولتي ادارې	لوره	له کمې تر اوسط	لوره	افغان حکومت، لکه د عامې روغتيا وزارت، د ښخو چارو وزارت، ولايتي اداره
دويمه درجه	سميه بيزې ؛ جوماتونه او يا مذهبي ځايونه	لوره	کمه	لوره	مذهبي او قومي مشران
دويمه درجه	محلي ټولني او تعليمي مرکزونه	اوسط	کمه	منځنۍ کچه	ښوونځي، پوهنتونونه، دولتي او نادولتي انستيتيوټونه
دويمه درجه	نوي ادارې	اوسط	کمه	منځنۍ کچه	سميه بيزې ، ملي او نړيوالي رسنۍ
دويمه درجه	محلي ټولني، رسنۍ، ځوانان او مدني ټولني	اوسط	کمه	منځنۍ کچه	د ځوانانو او مدني ټولني ادارې
لومړنۍ	محلي ټولني او پياوړي گټه ورونکي	لور	کمه	لوره	ځوانان، ښځې او اقليتونه
درېيمه درجه	افغان اتباع	کم	له کمې تر اوسط	کمه	عام وگړي
داخلي مخاطبين					
لومړنۍ	د شهيدانو او معلولينو په چارو کې د دولت وزارت	لور		لوره	په کابل کې د وزارت کارکوونکي
لومړنۍ	د وزارت ولايتي او د ولسواليو په کچه ادارې	لور		لوره	د وزارت ولايتي رياستونه او د ولسواليو مديریتونه

۴. کلیدي پیغامونه

د متمرکز و گروپي بحثونو او مشارکتني ورکشاپونو گډونوالو د کمیونیکیشن تگلاري او د عمل پلان لپاره کلیدي پیغامونه جوړ کړي وو. دغه پیغامونه داسې چمتو شوي او انتخاب شوي وو چې ډېر تمرکز پر دې و څو باوري کړي چې د تگلاري له موخي او اهدافو سره مطابق، لنډ او ساده، اسانه او د وزارت د ډېرو هدف شوو مخاطبینو له لوري د پوهېدنې او یادولو وړ وو.

وراندیز شوي پیغامونه لاندې لست شوي دي. له بېلبورډونو پرته، دغه پیغامونه د کمیونیکیشن نورو چپلونو لپاره د محتوا د پنځولو پر مهال هم کارېدلی شي، لکه پوسټرونه، رادیويي او تلویزیوني اعلانات او نور.

- مونږ ستاسې غږونه اورو
- د شهیدانو او معلولینو په چارو کې د دولت وزارت دی
- معلولیت په دې مانا نه دی چې یو څوک وړتیا ونلري
- راضي لاسونه سره ورکړو او معلولیت لرونکي د پوهنې له قوت سره پیاوړي کړو
- مونږ ټول مساوي حقونه او مسوولیتونه لرو
- مونږ ستاسو خدمت کوو – نو تاسو د خپل هېواد او خلکو خدمت وکړئ
- وزارت ژمن دی چې جگړه خپلو ته پر وخت او اغېزمنه مرسته چمتو کړي
- مونږ د خپلو اتلانو (افغان امنیتي ځواکونو) د قربانیو قدر کوو
- زموږ مذهب مونږ له معلولیت لرونکي وگړي سره له تبعیض څخه منع کوي
- زموږ خدمات ټولو معلولیت لرونکي وگړي او د شهیدانو وارثینو ته په مساوي ډول د لاسرسۍ وړ دي

۵. د کمیونیکیشن طریقې

۵,۱ طریقه

دغه وزارت یوه نوې رامنځته شوي اداره ده، نو ځکه به خپلو بیروني مخاطبینو ته د رسېدنې او د داخلي کمیونیکیشن لپاره د یوه اغېزمن سیستم تاسیسولو لپاره د کمیونیکیشن پر څو گونو طریقو تکیه وکړي.

دغه برخه د کمیونیکیشن طریقې په تفصیل سره بیانوي چې وزارت به یې د کمیونیکیشن کورني او بیروني موخو ته د رسېدلو لپاره وکاروي. هغه طریقې یا وسایل چې په لاندې برخو کې یې لنډیز راوړل شوی دی، د متمرکز وگړي بحثونو او مشارکتی ورکشاپونو د گډونوالو له لوري وړاندیز شوي او انتخاب شوي دي او بنسټ یې د معلولينو او شهیدانو په چارو کې د هغوي پر ساحوي تجربو دی.

۵,۲ راډیو او تلویزیون

راډیو او تلویزیون په هېواد کې د کمیونیکیشن تر ټولو اغېزمنې طریقې دي. د عصري ټلیفونونو او انټرنټ په کارونه کې له تازه پرمختګ سره سره، راډیو او تلویزیون د افغانانو تر منځ خپل ځای ساتلی دی. دا، بېسواده او باسواده وگړي په یو ډول هدف کوي او کلیوالو او ښاري وگړو ته رسېږي په داسې حال کې چې پراخه اغېزې لري. وزارت به په کابل او ولایتونو کې له خپلو هدف شوو مخاطبینو سره د تعامل لپاره راډیو او تلویزیون د لومړنۍ طریقې په توګه وکاروي.

۵,۳ بروشرونه او پوسترونه

بروشرونه، پوسترونه او معلوماتي پاڼې هم د کمیونیکیشن په پراخه کچه کارول کېدونکې، ګټورې او کم لګښت درلودونکې طریقې دي. دغه درې طریقې په ستره کچه د دولتي او نادولتي ادارو له لوري کارول کېږي. دا د کم لګښت درلودونکې دي او وېشنه یې اسانه ده. وزارت به د خپل کمپاین په اوږدو کې بروشرونه او معلوماتي پاڼې ډیزاین، چاپ او وپېښي څو خپلو باسواده مخاطبینو او هغو وگړو ته ورسېږي چې لږ تر لږه ساده متن لوستلی شي.

۵,۴ انلاین او ټولنيزې رسنۍ

په افغانستان کې د انټرنټ او ټولنيزو رسنیو چټکه وده او ډېره کارېدنه په پام کې نیولو سره، د کمیونیکیشن د هر ډول تګلارې بریالیتوب د فکر وړ نه دی. اوسمهال د کابل په څېر له ګڼې ګڼې په ډک ښار یا د هېواد په لرې پرتو او کلیوالو سیمو کې اوسېدونکي افغانان د معلوماتو د مهمو سرچینو یا له کورنیو او ملګرو سره د خبرو اترو لپاره ټولنيزې رسنۍ کاروي. د ټولنيزو رسنیو، په ځانګړي ډول فیسبوک او ټویټر، کارول په دولتي ادارو کې هم زیاتېږي.

ټولنيزې رسنۍ د نورو ډېرو ګټو درلودلو تر څنګ د دوه اړخیز کمیونیکیشن لپاره تر ټولو غوره طریقې دي. د بېلګې په ډول، یو افغان چې د هلمند ولایت په لیرې پرته سیمه کې اوسېږي، کولای شي چې د وزارت له لوري د فیسبوک پر یوه شریک شوي پوست خپل نظر څرګند یا یې پر وړاندې غبرګون وښيي. دا د کمیونیکیشن تر ټولو اغېزمن ډول دی.

دا چې دغه وزارت یوه نوې تاسیس شوي اداره ده، د کمیونیکیشن تګلارې یوه موخه د وزارت وېبپاڼه، فیسبوک صفحه او ټویټر حساب او یو داخلي سیستم ډیزاین او جوړول دي. د وېبپاڼې، فیسبوک صفحې او ټویټر حساب جوړول به وزارت ته وړتیا ورکړي چې د کمیونیکیشن یو ګټور او پر پایلو ولاړ دوه اړخیز سیستم را منځته کړي او دوام ورکړي. دا به همدا راز له وزارت سره مرسته وکړي، چې له نورو دولتي ادارو، مهمو ونډه والو او بسپنه ورکونکو یا د مالي ملاتړ همکارانو سره اړیکې جوړې او وساتي.

۵,۵ بېلبورډونه او Murals

بېلبورډ یوه بله اغېزمنه طریقه ده چې وزارت به یې خپلو مخاطبینو ته د ځانګړو پیغامونو رسولو لپاره وکاروي. په داسې حال کې چې بېلبورډ د باسواده مخاطبینو د هدف کولو وسیله ده، له مسلکي انځورونو سره بېسواده مخاطبین هم جلبولی او په اغېزمن ډول مطلوب پیغام ور رسولی شي. بل لوري ته پر دېوالونو انځورونه جوړول هم په دغه هېواد کې مخ پر ډېرېدلو دي. وزارت به د کمیونیکیشن د دغې طریقې له لارې هم خپلو هدف شوو مخاطبینو ته ورسېږي.

۵,۶ عنعنوي طريقي

په افغان ټولنه کې د جوماتونو امامان او د ټولني او قومي مشران تر ټولو ډېر اغېزمن عنعنوي پيغام رسوونکي دي. د هغوي ډېر درناوی کيږي او خبرې يې منل کيږي. په کابل او ولايتي او د ولسواليو په مرکزونو کې به د وزارت د د کميونیکيشن ډلې د جوماتونو له امامانو او د ټولني له مشرانو سره اړيکې جوړې کړي، له هغوي سره به د وزارت د پيغامونو رسولو لپاره کار وکړي او د وزارت د مرستي او خدماتو په اړه به پوهاوی لور کړي. د جمعي په ورځ لمانځه ته راغونډېږني او د ټولني شوراګانې، کليوالو مخاطبينو ته د رسېدلو لپاره دوه تر ټولو اغېزمن ځايونه دي.

۵,۷ عامو وگړو ته رسېدنه

د کميونیکيشن بله هېڅ طريقه به د مخامخ ليدنو يا گروپي بحثونو په څېر ډېره اغېزمنه نه وي. په دغه ډول ځايونو کې پيغامونه په ډېره اغېزمنه طريقه رسول کيږي او د مخاطبينو له لوري پر وخت ملاحظې ترلاسه کيږي. و وزارت مامورين به د وزارت د لوژيستيکي اسانتيا او د کميونیکيشن د بوديجې پر بنسټ وخت پر وخت ساحوي سفرونه وکړي او له عامو وگړو سره به وويني. دغه ليدنې به د يوه لا ډېر اغېزمن دوه اړخيز کميونیکيشن لپاره لاره هواره کړي، چې هغه به محلي افغانانو ته وړتيا ورکړي څو خپلې اندېښنې او ستونزې شريکي او داسې غوره سپارښتنې چمتو کړي چې د کميونیکيشن له راتلونکو کمپاينونو سره مرسته وکړي. عامو وگړو ته د رسېدنې د دغو ليدنو يا ساحوي ليدنو پرمختگ او راپورونه به د وزارت په رسمي وېبپاڼه کې خپاره شي.

۶. د کميونیکيشن وسايل

په دغه برخه کې د کميونیکيشن هغه اسباب او وسايل بيانېږي چې وزارت به يې توليد او خپاره کړي. دغه اسباب او وسايل په متمرکزو گروپي بحثونو او مشارکتي ورکشاپونو کې د گډونوالو له لوري انتخابېږي. په دې کې چاپي، انلاين او خپرېدونکي رسنۍ گډون لري. د دغو اسبابو او وسايلو د ټاکلو پر مهال د دې خبرې باوري کولو ته ځانگړې پاملرنه شوې وه چې د مخاطبينو تنوع يې په پام کې نيولې وي او د معلوماتو د خپراوي لپاره تر ټولو غوره تگلاره وي.

د کميونیکيشن د وسايلو په مجموعه کې لاندې ياد شوي گډون لري، خو په دې پورې محدود نه دي:

اسباب او وسايل	تشرېح	مهم موضوعات/ پيغامونه	هدف شوي مخاطبين
د وزارت وېبپاڼه	د وزارت وېبپاڼه، د وزارت د کار په اړه معلوماتو لپاره دروازه ده. دا به بيا ډيزاين او د وزارت د کار په اړه له معلوماتو څخه ډکه شي. په وېبپاڼه کې به ټول بنسټيز معلومات (د ماموريت بيان، د کار ساحه او مهمو اسنادو ته لاسرسی) او فعال معلومات (نوي موضوعات، تازه معلومات، تازه خبرونه) گډون ولري. د وېبپاڼې د دقت، اړوندتوب او د وخت پابندۍ د اداره کولو او ساتلو لپاره به کارکوونکي انتخاب او وقف شي. دغه کارکوونکي به وېبپاڼې ته د محتوا، انځورونو او ويډيوگانو پورته کولو مسوليت ولري.	<ul style="list-style-type: none"> د وزارت په اړه عمومي معلومات د وزارت د عملياتو ساحه د هغو خدماتو ډول چې وزارت يې چمتو کوي د راجسټرېشن په اړه معلومات د مالي ملاتړ اړتياوې 	<ul style="list-style-type: none"> عام وگړي گټه وړونکي (قربانيان) ونډه وال د وزارت کارکوونکي نوري دولتي ادارې مالي ملاتړ ورکوونکي
بروشر	په بروشرونو کې به د وزارت مهم مسوليتونه، جوړښتونه، فعاليتونه او لاس ته راوړنې روښانه شي. د لوړ کيفيت بروشور به په رنگه ډول د لاسرسۍ وړ او په درې ژبه خپور شي.	<ul style="list-style-type: none"> د وزارت په اړه عمومي معلومات د وزارت د عملياتو ساحه د هغو خدماتو ډول چې وزارت يې چمتو کوي 	<ul style="list-style-type: none"> عام وگړي مالي ملاتړ ورکوونکي ونډه وال
رسنيزې اعلاميې	رسنيزې اعلاميې به د چاپي او خپرېدونکو رسنيو له لارې د وزارت د کړنو په اړه د معلوماتو رسولو لپاره کارول کېږي. په دې کې به فعاليتونه، پېښې، نوښتونه او پاليسۍ خپرېږي. په ولايتونو کې د کارولو لپاره به د اعلاميو يوه بڼه/ ډول جوړ شي.	<ul style="list-style-type: none"> کلېډي/ مهمې لاس ته راوړنې نوي نوښتونه 	<ul style="list-style-type: none"> عام وگړي ونډه وال گټه وړونکي

<ul style="list-style-type: none"> • دغه وزارت، د شهیدانو او معلولینو په چارو کې د دولت وزارت دی • وزارت له جگړه خپلو سره پر وخت او اغېزمنې مرستې ته ژمن دی • مونږ ستاسو خدمت کوو – نو تاسو د خپلې ټولني او خلکو خدمت وکړئ • زموږ خدمات ټولو معلولینو او د شهیدانو وارثینو لپاره په مساوي ډول د لاسرسې وړ دي. 	<ul style="list-style-type: none"> • د عامه خدماتو اعلانات هغه لنډ پیغامونه دي چې په عمومي ډول د رسنیو له لوري وریا خپریږي او د عامو وگړو د گټې لپاره لنډ پیغامونه رسوي، چې موخه یې د پوهاوي لوړول او د ستونزو په اړه د عامو وگړو روش بدلول دي. مونږ به دغه ډول اعلانات په خپلو کمپاینونو کې وکاروو. 	<p>د عامه خدماتو اعلانات</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • عام وگړي • ونډه وال • گټه وړونکي • نوري دولتي اداري 	<ul style="list-style-type: none"> • کلیدي/ مهمې لاس ته راوړنې • نوي نوښتونه 	<p>د ودې او پرمختگ په ولایتي نوښتونو کې په ساحه کې راتولې شوي کيسې به په یوه خبر پاڼه کې خپري او هدف شوو مخاطبینو ته به په برېښنايي ډول ورسول شي.</p>	<p>خبر پاڼه</p>
<ul style="list-style-type: none"> • مونږ ستاسي غړونه اورو • د شهیدانو او معلولینو وزارت – د شهیدانو او معلولینو په چارو کې د دولت وزارت دی • معلولیت په دې مانا نه دی چې یو څوک وړتیا ونلري • راځي لاسونه سره ورکړو او معلولیت لرونکي وکړو د پوهنې له قوت سره پیاوړي کړو • مونږ ټول مساوي حقونه او مسوولیتونه لرو • مونږ ستاسو خدمت کوو – نو تاسو د خپلې ټولني او خلکو خدمت وکړئ • وزارت ژمن دی چې جگړه خپلو ته پر وخت او اغېزمنه مرسته چمتو کړي • مونږ د خپلو اتلانو (افغان امنیتي ځواکونو) د قربانیو قدر کوو • زموږ مذهب مونږ له معلولینو سره له تبعیض څخه منع کوي • زموږ خدمات ټولو معلولیت لرونکي وگړو او د 	<ul style="list-style-type: none"> • د گټه وړونکي (قربانیان) • د قربانیانو/ جگړه خپلو کورنی • ونډه وال 	<p>هغه بېلابېل ډولونه چې د محلي حکومت پروگرامونه او لاس ته راوړنې ښيي او دا چې عام وگړي څه ډول په حکومت کې لا ډېر گډون کولی شي، باسواده او بې سواده وگړو ته د وزارت د کار رسولو یوه غوره طریقه ده.</p>	<p>بېلابېل ډولونه</p>

	شهيدانو وارثينو لپاره په مساوي ډول د لاسرسي وړ دي.		
پوسټرونه	<ul style="list-style-type: none"> • وزارت به ساده پوسټرونه وپنځوي څو باسواده او بې سواده وگړو لپاره د وزارت کارونه ورسوي. 	<ul style="list-style-type: none"> • مونږ د خپلو اتلانو (افغان امنيتي ځواکونو) د قربانيو قدر کوو • رازي لاسونه سره ورکړو او معلولين د پوهني له قوت سره پياوړي کړو • معلوليت په دې مانا نه دی چې يو څوک وړتيا ونلري 	<ul style="list-style-type: none"> • گټه وړونکي (قربانيان) • د هغو قربانيانو کورنۍ چې په ليري پرتو سيمو کې ژوند کوي
انځورونه او وېديوگانې	<ul style="list-style-type: none"> • وزارت به د انځورونو او وېديوگانو يو ارشيف وساتي. په دې کې به د ولايتي کمېټې د پرمختگ د غونډو انځورونه، د ساحوي ليدني پر مهال د ولايتي شورا يو انځور، د پرمختگ د يوې پروژې پر مهال اخيستل شوی د والي انځور او د ودې او پرمختگ د سيمه ييزو کنفرانسونو انځورونه گډون ولري. دغه انځورونه او وېديوگانې کلپونه به په برېښنايي ډول وساتل شي او د اړتيا پر مهال به رسنيو ته د لاسرسي وړ وي. 	<ul style="list-style-type: none"> • د هغو خدماتو ډول چې وزارت يې چمتو کوي • د کلیدي/ مهمو لاس ته راوړنو او د برياليتوب کيسې • د وزارت مهم ونډه وال او شريکباني 	<ul style="list-style-type: none"> • د وزارت کارکوونکي • عام وگړي • مالي ملاتړ ورکوونکي • ونډه وال • رسنۍ
طنزي کتابونه	<ul style="list-style-type: none"> • د متن درلودونکي انځوريز کتابونه د پيغامونو خپرولو لپاره غوره وسايل دي او د کم سواد درلودونکو وگړو لپاره يې تعقيب اسانه دی. 	<ul style="list-style-type: none"> • معلوليت په دې مانا نه دی چې يو څوک وړتيا ونلري مونږ ستاسې غږونه اورو • رازي لاسونه سره ورکړو او معلولين د پوهني له قوت سره پياوړي کړو • مونږ ټول مساوي حقونه او مسووليتونه لرو • زمونږ مذهب مونږ له معلولينو سره له تبعيض څخه منع کوي 	<ul style="list-style-type: none"> • گټه وړونکي (قربانيان) • د قربانيانو کورنۍ • ځوانان • بې سواده وگړي
پر دېوالونو انځورونه	<ul style="list-style-type: none"> • پر دېوالونو انځورونه، باسواده او بې سواده وگړو دواړو ته د وزارت د کارونو رسولو لپاره يوه بله غوره وسيله ده. 	<ul style="list-style-type: none"> • د هغو خدماتو ډول چې وزارت يې چمتو کوي • د کلیدي/ مهمو لاس ته راوړنو او د برياليتوب کيسې • د وزارت مهم ونډه وال او شريکباني 	<ul style="list-style-type: none"> • گټه وړونکي (قربانيان) • ځوانان • بې سواده وگړي
گرځنده سينمايي نمايشونه	<ul style="list-style-type: none"> • گرځنده سينمايي نمايشونه ډېرو مخاطبينو ته د پيغامونو رسولو لپاره يوه اغېزمنه وسيله ده. 	<ul style="list-style-type: none"> • وزارت څه ډول کار کوي؟ • له جگړه خپلو سره مرسته څه شی دی؟ • وزارت څه ډول خدمات چمتو کوي؟ 	<ul style="list-style-type: none"> • گټه وړونکي (قربانيان) • ځوانان • بې سواده وگړي

	<ul style="list-style-type: none"> • دغه خدمات د وگړو کومي کټگورۍ ته چمتو کيږي؟ 		
<ul style="list-style-type: none"> • عام وگړي • ونډه وال • گټه وړونکي 	<ul style="list-style-type: none"> • وزارت څه ډول کار کوي؟ • له جگړه خپلو سره مرسته څه شی دی؟ • وزارت څه ډول خدمات چمتو کوي؟ • دغه خدمات د وگړو کومي کټگورۍ ته چمتو کيږي؟ 	د وزارت کار ته د ودې لپاره يوه غوره طريقه ده.	چاپي اعلانات

٦,١ ټولنيزې رسنۍ

له وېبپاڼې، فېسبوک صفحې او ټويټر حساب پنځولو څخه وروسته به د وزارت د کميونیکيشن کارکونکي دا خبره باوري کړي چې د وزارت کړنې په انلاين ډول فعال وي او د وزارت او پراخه افغان مخاطبينو او ونډه والو يا پلي کونکو شريکيانو تر منځ معلومات په مسلسل ډول تبادله کيږي. تر دغې برخې لاندې ډيزاين شوي او توليد شوي اسباب او وسايل بنايي د ټولنيزې رسنۍ پوستونه او کيسې او نور بېلابېل ډولونه انلاين محتوا له ځان سره ولري.

٦,٢ راډيويي اعلانات

د دې لپاره چې کمپاينونه تر ټولو ډېرو وگړو ته ورسېږي او اغېزه يې زياته وي، وزارت به د عامه خدماتو راډيويي اعلانات ډيزاين، توليد او خپاره کړي. د دغو اعلاناتو متن به په پښتو او دري ژبو وليکل شي او د ملي او محلي اف اېم راډيو سټېشنونو له لارې به خپاره شي. د اعلاناتو شمېر، د خپرولو فرېکونسي او د راډيو سټېشنونو انتخاب به د وزارت د کميونیکيشن د بوديجې په پام کې نيولو سره کيږي.

٦,٣ ټلويزيوني اعلانات

څنگه چې "د کميونیکيشن طريقې" برخه کې ورباندې بحث وشو، ټلويزيون لا هم په هېواد کې د کميونیکيشن له تر ټولو ډېرو اغېزمنو وسيلو څخه يوه ده. دا د هېواد په بناړونو او کليو کې باسواده او بې سواده دواړه طبقې وگړي په نښه کوي. وزارت به ټلويزيون د د لومړنۍ وسيلې په توگه وکاروي. وزارت به تر دغې برخې لاندې ټلويزيوني اعلانات ډيزاين، جوړ او خپاره کړي. د اعلاناتو اوږدوالی، د خپرولو فرېکونسي او ټلويزيوني چينل به د وزارت د کميونیکيشن بوديجې ته په پام سره انتخاب شي.

٦,٤ بېلبورډونه

بېلبورډونه لا هم په هېواد کې د کميونیکيشن له تر ټولو ډېرو مشهورو او اغېزمنو وسيلو څخه يوه ده. که چېرې بېلبورډونه په مسلکي ډول ډيزاين او په مهمو بناړي او له گڼې گونې ډکو ځايونو کې نصب شي، پرته له شکه به د وزارت د کميونیکيشن کمپاين لپاره مثبتې پايلې ولري.

وزارت به د کميونیکيشن د بوديجې پر بنسټ بېلبورډونه ډيزاين، توليد او د هېواد په مرکز کابل ښار او نورو ولايتي مرکزونو کې نصب کړي. وزارت به دغه وسيله د خپلو فعاليتونو او له جگړه خپلو سره د خپلې مرستې په اړه د پوهاوي لوړولو لپاره وکاروي.

Murals ٦,٥

په تېرو څو کلونو کې، په افغانستان، په ځانگړي ډول د کابل ښار په عامه ځايونو کې، پر دېوالونو انځورونه جوړول ډېر دود شوي دي. پر دېوالونو انځورونه جوړول د بېلبورډونو او د اعلاناتو د لوحو (سايډ بورډونو) د ځای نيونکي په توگه راڅرگندېږي. وزارت به هم د خپلو خدماتو او فعاليتونو او د خپلې اصلي موخې يا شتون په اړه د خپلو مخاطبينو د خبرولو لپاره پر دېوالونو د انځورونو له ترسيمولو څخه ګټه واخلي.

٦,٦ بروشرونه او پوسترونه

بروشرونه، پوسترونه او معلوماتي پاڼې له مخاطبينو سره د تعامل لپاره درې تر ټولو ډېرې گټورې او کم لگښت درلودونکې طريقې دي. بل هېڅ وسيله د بروشرونو او پوسترونو په څېر د يوه شرکت يا ادارې پيغام په اغېزمنه او گټوره توگه رسولی نه شي. د بروشرونو او پوسترونو د چاپ شمېر به د وزارت د کميونیکيشن د بوديجې له مخې ټاکل کيږي. دغه بروشرونه او پوسترونه به په ولايتي مرکزونو کې د وزارت د اړونده ډيپارټمنټونو له لارې ووبشل شي او که بوديجه موجوده وي، ډېرو وگړو ته د رسېدلو لپاره به د لسواليو په مرکزونو کې هم ووبشل شي.

٦,٧ خبر پاڼه

د وزارت د کمیونیکیشن او عامه معلوماتو ډیپارټمنټ به خبر پانه تولید او رسنیو ته په پرلپسې ډول واستوي. وزارت به د خبر پانه یا خبري اعلامیو له لارې عامو وگړو ته د وزارت د پلانونو او پالیسیو، فعالیتونو او راتلونکو پلانونو په اړه معلومات چمتو کړي. دغه مطبوعاتي اعلامیې به د وزارت په رسمي وېبپاڼه او فېسبوک صفحه هم خپرې شي. وزارت به همدا راز دوه میاشتینې مجله هم خپره کړي خو افغانانو، دولتي شریکانو او نادولتي ادارو ته د خپلو لاس ته راوړنو، پلان شوو فعالیتونو او پرمختګ په اړه تفصیلي او پراخه نظرونه چمتو کړي.

۶،۸ انځوریز کتابونه

وزارت به د کمیونیکیشن د کلني پړاو په موده کې، لږ تر لږه دوه انځوریز کتابونه ډیزاین او خپاره کړي. انځوریز کتابونه به د انځورونو په ژبه د وزارت د بریالیتوب کیسې وښيي او د وزارت د بریالیتوب درې میاشتینې کیسې او مهمې لاس ته راوړنې به تر پوښښ لاندې راولي. که چېرې د وزارت د عامه اړیکو بودیجه اجازه ورکړي، دغه کتابونه به په درې میاشتینې ډول هم خپاره شي.

۷. کورني او بهرني کمیونیکیشن

د یوې ادارې د کمیونیکیشن بریالیتوب د کمیونیکیشن پر هغه کورني او بیروني سیستم بنا وي چې اداره یې تعقیبوي. که چېرې سیستم په څرګند ډول تشریح شوی وي، اداره به له بیروني مخاطبینو او داخلي کارکوونکو سره په اغېزمن ډول کمیونیکیشن ترسره کړي. د دې برعکس، که چېرې سیستم ناڅرګند وي، اداره به کورني او بهرني کمیونیکیشن پر مهال له ننګونو سره مخ شي. له همدې امله، د یوې ادارې د کمیونیکیشن طریقه د دغې ادارې د بریالیتوب لپاره مهمه ده.

کورني او بهرني کمیونیکیشن له یوې لنډې پېژندنې څخه وروسته، دغه برخه وزارت لپاره کلیدي طریقي بیاني څو په اداره کې دننه بیرون پر وخت او اغېزمن کمیونیکیشن ولري. دغه برخه به له وزارت سره د هغو ادارې او د کمیونیکیشن د مهمو موخو په ترلاسه کولو کې مرسته وکړي چې د کمیونیکیشن تگلارې د "اهداف او موخي" په برخه کې بیان شوي دي.

۷،۱ کورني کمیونیکیشن

داخلي کمیونیکیشن په یوه اداره کې دننه د هغو معلوماتو او نظرونو تبادلې ده چې د ادارې د کړنو د ترسره کولو لپاره مهم وي. په داخلي کمیونیکیشن کې پیغامونه او معلومات د شخصي او غونډو له لارې هم تبادلې کېدلی شي. همدا راز د برېښنایي کمیونیکیشن، لکه برېښنالیکونه یا د سکایپ، وټس اپ، وایبر یا نورو ګرځنده پروګرامونو، په توګه هم کېدلی شي. داخلي کمیونیکیشن همدا راز بنایي رسمي یا نارسمي وي او د معلوماتو تبادلې بنایي عمودي یا افقي وي.

د کمیونیکیشن په څرګند ډول تشریح شوی او ساتل شوی سیستم له کارکوونکو سره مرسته کوي چې خپل کار په ګټوره طریقه ترسره کړي، له بیروني مخاطبینو سره مسلسل اړیکه ولري او د ادارې ماموریت یو څرګند احساس رامنځته کوي په داسې حال کې چې د پیاوړو ستونزو د پېژندلو او ورسره د چلند کولو وړتیا پیدا کوي. د دې باوري کولو لپاره چې په کابل او ولایتونو کې د وزارت د کارکوونکو تر منځ د داخلي کمیونیکیشن او خبرو اترو یو اغېزمن سیستم موجود وي، د وزارت د کمیونیکیشن کارکوونکي به پر هغو طریقو فکر وکړي چې په لاندې فرعي برخو کې تشریح شوي دي.

کورني کمیونیکیشن یو پلان جوړول

لومړی ګام کورني کمیونیکیشن د یوه پلان جوړول دي چې (۱) د وزارت د کمیونیکیشن موخي، (۲) د وزارت د کمیونیکیشن وسایل او پالیسی (۳) د لاس ته راوړنو، څارنې او غونډو لپاره یو مهالوېش پکې ګډون لري. دا اړینه ده چې اهداف د کابل د مرکزي دفتر او ولایتي دفترونو تر منځ ووېشل شي. وزارت باید د داخلي کمیونیکیشن د پلان جوړولو پر مهال لاندې فکتورونه په پام کې ونیسي:

ځانگړی: د وزارت موخه څه شی دی؟ پلانونه به څو ځل رامنځته شي؟ چیرته؟
د اندازه کولو وړ: وزارت به د خپل کورني کميونیکيشن اهداف څه ډول اندازه کړي؟
د ترلاسه کولو وړ: ایا اوسنیو سرچینو او حالت ته په لیدلو د وزارت اهداف د ترلاسه کولو وړ دي؟
واقعي: ایا د وزارت پلان د دې جوړښت او اوسني ظرفیت ته په لیدلو واقعي دي؟
پر وخت: ایا د وزارت مهالوېش په ښه ډول تشرېح شوی او د ترلاسه کولو وړ دی؟

دوه اړخیز کميونیکيشن

هغه کورني کميونیکيشن چې یوازې له پورته – ښکته کچې یا د لوړپوړو چارواکو له لورې د ټیټې کچې مامورینو ته وي، اغېزمن به نه وي. دوه اړخیز کميونیکيشن د نړیوال کميونیکيشن لپاره ډېر اغېزمن دی. کارکوونکي غواړي وپوهیږي چې هغوي د معلوماتو پر وړاندې غبرگون ښودلی شي، اندېښنې څرگندولی شي او نظريې رامنځته کولی شي. وزارت باید د ټولو ډیپارټمنټونو او ریاستونو له لورې کميونیکيشن وڅخوي. اوونیزې غونډې او د کارکوونکو غونډې (لاندې ورباندې بحث شوی دی) یوه غوره طریقه ده.

مهمې پاملرنې

د دې لپاره چې اغېزمن واوسي، د کورني کميونیکيشن پلان باید ټولشموله او دوامدار وي. په دې کې باید د وزارت دننه او په ټولو ډیپارټمنټونو کې هر څوک گډون ولري او ولایتي دفترونو ته ورسېږي. له دې پرته، کارکوونکي باید د کميونیکيشن له پروتوکولونو سره بلد او هوسا وي. په دې کې باید کارول شوي طریقې/وسایل او د مناسب ځواب وختونه گډون ولري. وزارت باید د کميونیکيشن له یوه لومړني ډول سره موافقه وکړي چې ملاتړ ولري. د برېښنالیک یو معیاري شوی سیستم د کميونیکيشن د لومړني وسیلې په توگه ډېر اغېزمن دی، چې د عاجلو وختونو لپاره تلیفوني اړیکې وکارول شي. د سکایپ، وایبر، برېښنالیک او لیکلي پیغام په څېر د کميونیکيشن د مختلفو چینلونو کارول اغېزمنتوب ختموي. په یوه ځای کې د ټولو خبرو اترو ریکارډ ساتل د اغېزمنو ورځنیو عملیاتو لپاره گټور دی او ستونزه حل کول/څیړنه اسانه کوي. وزارت باید د ځواب پر هغه وخت هم خبرې وکړي، چې موافقه ورباندې شوې وي لکه د برېښنالیک لپاره ۲۴ ساعته او د تلیفوني اړیکو لپاره ۲ ساعته. له وزیر څخه نیولې د ټیټې کچې تر مامور پورې د وزارت ټول کارکوونکي باید د وسایلو او مهالوېشونو سره برابر والي ولري.

وسایل

د برېښنالیک سیستم

وزارت به د کورني کاروني او له وزارت څخه د بیرون کميونیکيشن لپاره د برېښنالیک کميونیکيشن یو معیاري سیستم رامنځته کړي. په کابل او ولایتونو کې د وزارت ټول کارکوونکي باید معیاري سواگريز برېښنالیک پټي ولري. برېښنالیک باید نوم، تخلص، منصب، د دفتر گرځنده شمېره، برېښنالیک، وزارت نوم او پته او د وزارت د رسمي وېبپاڼې لینک ولري.

د کارکوونکو غونډې

وزارت به په هرو دریو میاشتو کې لږ تر لږه یو ځل د کارکوونکو غونډې راوبولي. په دغو غونډو کې به د ډیپارټمنټونو مشران او استازي د خپلو فعالیتونو د ودې په اړه راپور وړاندې کړي او د اندېښنو په اړه د غږ پورته کولو او سپارښتنو کولو لپاره به فرصت ولري. دغه غونډې به وزارت ته فرصت ورکړي چې د خپلو کارکوونکو تر منځ کاري اړیکې اصلاح او د پرانیستو خبرو اترو لپاره به ځای تسهیل کړي چې به هغه ستونزې له منځه ولاړي شي چې ښايي د معلوماتو د اغېزمن جریان پر وړاندې خنډونه وپنځوي. د ولایتي دفترونو کارکوونکي باید همدا راز په پام کې ونیسي چې له کابل سره د شخصي اړیکو ساتل مهم دي او دا چې اهداف او عملیاتي کړنلارې له یو بل سره مطابقت لري.

د کارکوونکو اوونیزې غونډې

وزارت به د کارکوونکو مسلسلې اوونیزې غونډې جوړې کړي. دغه غونډې به د ډیپارټمنټ مدیرانو ته فرصت ورکړي چې د خپلو اوونیزو فعالیتونو د پرمختګ او راتلونکې اونۍ لپاره پر پلان شوو فعالیتونو راپور وړاندې کړي. یو مشخص کس به ټولو هدف شوو ترلاسه کوونکو ته د برېښنالیک له لارې د غونډې مهالوېش واستوي او وروسته به له حاضر وگډونوالو سره د غونډې عمده ټکي شریک شي.

د میاشتي غوره کارکونکی

”د میاشتي غوره کارکونکی“ ټاکل د کورني کمیونیکیشن لپاره یوه اغېزمنه وسیله ده. په داسې حال کې چې دا د کارکونکي د سخت کار ستاینه کوي او د معیاري کار د دوام لپاره یې هڅوي، د کارکونکو تر منځ د ډله ییز کار روحیه هم پیاوړې کوي. له همدې امله، وزارت به د میاشتي د غوره کارکونکي په توګه خپل یو ډېر او سخت کار کونکی غړی انتخاب او له هغه وروسته به یې د وزارت د وېبپاڼې او ټولنیزې رسنۍ له لارې پروفایل خپور کړي.

۷،۲ بهرني کمیونیکیشن

بیروني کمیونیکیشن هغه کمیونیکیشن دی چې له ادارې څخه بیرون وګرو سره ترسره کېږي. له ادارې څخه بیرون بنیایي افراد یا ادارې وي، چې د ادارې د کمیونیکیشن پیغامونه تر لاسه کوي. یوه اداره د بیروني کمیونیکیشن له لارې له هغو افرادو یا بنسټونو سره په اړیکه کې پاتې کېږي، چې د دغې ادارې د بریالیتوب لپاره مهم وي. د بیروني کمیونیکیشن له لارې بیروني وګړي د ادارې د ماموریت او هدفونو، خدماتو او فعالیتونو او بالاخره د ادارې د شتون په اړه پوهیږي.

د کورني کمیونیکیشن یو پلان جوړول

لومړی ګام د بهرني کمیونیکیشن د یوه پلان جوړول دي. دا به د وزارت د بیروني کمیونیکیشن د موخو، لکه د بسپنه ورکونکو د نوي مالي ملاتړ کچې، نویو راجستر شوو قربانیانو، د هغو وګړو چې رسېدنه ورته شوي وي او دخپلو دولتي ادارو سربېره په ۱۱ مه برخه کې بیان شوی عملي پلان وي. دا اړینه ده چې د کابل مرکزی دفتر او ولایتي دفترونو تر منځ هدفونه او کلیدي فعالیتونه وپېشل شي. وزارت باید د د اخلې پلان جوړولو پر مهال لاندې فکتورونه په پام کې ونیسي:

ځانګړی: د وزارت اهداف څه دي؟ څو ځل؟ چیرته؟ څوک مسوول دی؟

د اندازه کولو وړ: وزارت به یې اغېزمنتوب او رسېدنه څه ډول اندازه کړي؟

د تر لاسه کولو وړ: ایا اوسنیو سرچینو او حالت ته په لیدلو د وزارت اهداف د تر لاسه کولو وړ دي؟

واقعي: ایا د وزارت پلان د دې جوړښت او اوسني ظرفیت ته په لیدلو واقعي دي؟

پر وخت: ایا د وزارت مهالوېش په بنه ډول تشرېح شوی او د تر لاسه کولو وړ دی؟

وسایل

له ادارې څخه بیرون وګرو سره د کمیونیکیشن لپاره بېلابېل وسایل او طریقي کارول کېږي. بیروني کمیونیکیشن لپاره ځینې ډېر کارېدونکي او اغېزمن وسایل او طریقي، عامه اړیکې، مطبوعاتي غونډې، د ونډه والو غونډې، د وېبپاڼې محتوا او د ټولنیزو رسنیو پوستونه، مطبوعاتي اعلامیې، برېښنالیکونه او نور دي. وزارت به د خپل بیروني کمیونیکیشن لپاره لاندې یادې شوي طریقي وکاروي څو باوري کړي چې خپل ونډه وال او افغان وګړي په خپل وخت او اغېزمنه طریقه دخپلوي.

د وزارت وېبپاڼه

وزارت به خپلو بیروني مخاطبینو ته خپل مهم پیغامونه او معلومات د وېبپاڼې له لارې ورسوي. دغه وېبپاڼه به د وزارت رسمي وېبپاڼه وي چې خلک به د وزارت په اړه د اعتباري معلوماتو تر لاسه کولو لپاره ورته مراجعه کوي. له دې پرته چې بیروني کمیونیکیشن لپاره به یوه اغېزمنه وسیله وي، وېبپاڼه له مخاطبینو سره پر پایله ولاړ دوه اړخیز کمیونیکیشن ساتلو لپاره اړینه ده.

ټولنیزې رسنۍ

ټولنیزې رسنۍ د بیروني کمیونیکیشن له تر ټولو مهمو وسیلو څخه دي. د تېرو کلونو په اوږدو کې، له مخاطبینو سره د چټک او موثر کمیونیکیشن رامنځته کولو او ساتلو لپاره فیسبوک او ټویټر د ادارو لپاره د دوو تر ټولو ډېرو اغېزمنو وسیلو په توګه څرګند شوي دي. دغه دواړه د بیروني کمیونیکیشن لپاره تر ټولو کم لګښت لرونکي او موثر وسایل دي. وزارت به فیسبوک او ټویټر بیروني کمیونیکیشن لپاره د دوه کلیدي ټولنیزو رسنیو په توګه وکاروي.

برېښنالیکونه

وزارت به بیروني کمیونیکیشن لپاره د یوې کلیدي وسیلې په توګه برېښنالیک هم وکاروي. وزارت به په ځانګړي ډول له خپلو ونډه والو سره د برېښنالیکونو له لارې اړیکه وساتي. په کابل او ولایتونو کې د وزارت کارکوونکي به د برېښنالیک یو واحد سیستم وکاروي ځنګه چې د داخلي کمیونیکیشن په فرعي برخه کې بیان شوي دي.

یو درې میاشتینی خبرپاڼه چې د پیاوړو ګټه وړونکو، د هغوي د کورنیو غړو، بسپنه ورکوونکو او نورو وزارتونو په ګډون کلیدي ونډه والو ته د وزارت د فعالیتونو او لاس ته راوړنو په اړه معلومات ورکوي. په ټولو برېښنالیکونو کې باید برانډپنګ او بازارموندنه په دوامداره توګه وشي.

رسنيز غونډې

په رسنيزو غونډو کې ګډون هم بیروني مخاطبینو ته د رسېدلو او د اداري د اصلي پیغامونو رسولو لپاره یوه اغېزمنه طریقه ده. د وزارت لوړپوړي مامورین به په رسنيزو غونډو کې برخه واخلي او افغانانو ته به د وزارت پیغام ورسوي. په دغو غونډو کې ګډون به همدا راز د وزارت مامورینو ته فرصت ورکړي چې له سمیه بیزو، ملي او نړیوالو رسنیو سره اړیکې جوړې کړي. د وزارت د کمیونیکیشن او عامه اړیکو ډیپارټمنټ به یو پلان هم چمتو کړي څو مسلسل رسنيز غونډې تعقیب کړي او رسنیو ته د اړینو معلوماتو جریان/رسول باوري کړي.

رسنۍ

له رسنیو سره اړیکې جوړول او ساتل د وزارت د کمیونیکیشن اهدافو لپاره ډېر مهم دي؛ کله چې رسنۍ په ښه ډول مدیریت شي، کولای شي چې د کمیونیکیشن د یوې بیروني ډلې په توګه عمل وکړي چې په داخل کې د ترسره شوي کار لپاره اضافه وي. وزارت باید د پیسو په بدل کې او پر وړیا رسنيز پوښښ تمرکز وکړي. د پیسو په بدل کې د راډیو او تلویزیوني اعلاناتو او چاپي اعلاناتو په څېر رسنيز پوښښ ترلاسه کولو ستونزمن نه وي، خو مهمه دا ده چې د وزارت د کمیونیکیشن ډله له نامتو رسنیو سره باور او ملګرتیا جوړه کړي څو په کم لګښت مهم وختونه ترلاسه کړي. وړیا رسنۍ ترلاسه کول ستونزمن دي، سره له دې چې وزارت یوه ګټه لري هغه دا چې له جګړه خپلو سره په مرسته کې ډېرې کیسې ګډون لري چې رسنۍ یې د موندلو په هڅه کې وي. که چېرې وزارت د معلولينو او د شهیدانو د وارثینو په اړه مثبتې کیسې چمتو کړي، وزارت او خبر دواړو سره مرسته کوي. دغه کیسې به په احتمالي ډول ډېرو خلکو ته ورسیري او د پیسو په بدل کې د رسنیو د کیسو په پرتله به ستره اغېزه ولري.

د تلیفوني اړیکو مرکز/ کال سنتر

له هدف شوو مخاطبینو، په ځانګړي ډول مهمو ګټه وړونکو او د هغوي د کورنیو له غړو، سره د ښکېلېدلو لپاره د تلیفوني اړیکو مرکز یو اختیار دی. سره له دې، د تلیفوني اړیکو مرکز مهمو سرچینو او ډېرې اغېزمنې ریکارډ ساتنې ته اړتیا لري. که چېرې د تلیفوني اړیکو د مرکز له لارې ترسره شوي غوښتنې، شکایتونه یا د معلولیت لرونکي وګړو او د شهیدانو د کورنیو ټیټېدنه بشپړه نه شي یا به مناسب ډول تعقیب نه شي، د وزارت د اعتبار له منځه تللو خطر لري. د بدیل په توګه، وزارت ښايي پر خپله فېسبوک صفحه شوي تبصرې تحلیل کړي څو د عامه اړیکو د ناکامېدلو له خطرونو پرته سیمه ییز نظر ونه، اړتیاوي او واقعیتونه درک کړي.

د وزارت تلویزیوني چینل

وزارت ښايي یو تلویزیوني چینل هم په نظر کې ونیسي، خو دا هم سرچینو ته اړتیا لري. یو ځانګړی شوی چینل د لوړ کیفیت محتوا مسلسل ډیزاین، تولید او خپرېدنې ته اړتیا لري. د وزارت محدودو بشري او مالي سرچینو ته په لیدلو، د عامه خدماتو اعلانات، چې پر تلویزیون به خپاره شي، ډېرې اغېزمن دي او په بودیجه کې په نظر کې نیول شوي دي.

ولایتونو او ولسوالیو ته سفرونه

ساحوي سفرونه او مخامخ لیدني، بیروني کمیونیکیشن لپاره له تر ټولو ډېرو اغېزمنو وسایلو څخه دي. د وزارت مامورین به د وزارت د کمیونیکیشن د بودیجې پر بنا ولایتونو او د امکان په صورت کې د ولسوالیو مرکزونو ته سفرونه وکړي او له اوسېدونکو سره به وويني. د دغو سفرونو پرمختګ به وروسته د رسمي وېبپاڼې او ټولنیزو رسنیو له لارې خپور شي.

۷,۳ له نورو وزارتونو سره همغږي

وزارتونه او په ولايتي کچه يې ډيپارټمنټونه يې کليدي بيروني مخاطبين دي. دغه وزارت، د عامې روغتيا وزارت، پوهنې وزارت، د بنځو چارو وزارت او لوړو زده کړو وزارت سره نږدې اړيکې لري. د دې باوري کولو لپاره چې د وزارت او نورو دولتي ډيپارټمنټونو تر منځ د معلوماتو مسلسل تبادلې موجوده ده، د وزارت مامورين بايد لاندې ټکي په پام کې ونيسي:

- د کليدي وزارتونو دننه د اړيکو نقطې رامینځته کړي
- د پوښتنو او اړونده غونډو ته د بلنو په گډون، د اړيکو له نقطو سره د برېښنالیک له لارې پرلپسې اړيکې وساتي
- له کليدي وزارتونو سره د همغږۍ په بيروني ډول ترتيب شوو غونډو کې گډون وکړي
- د همغږۍ درې مياشتينۍ/نيم کلنۍ غونډې پلان او کليدي وزارتونو ته بلنه ورکړي
- د اضافي همکارۍ هڅونې په موخه د رسنيو په توليداتو کې له کليدي وزارتونو سره پارټنرشپونه/ شريکبانۍ روښانه کړي
- ولايتي دفترونو لپاره د اداري دننه د همغږۍ پلانونه جوړ کړي
- د اداري دننه د همغږۍ او د کارکوونکو د غونډو او درې مياشتينيو غونډو پر اهميت ټينگار وکړي
- د اداري دننه همکارۍ د کررني کلتور پر تاسيسولو کار وکړي

۷,۴ له مالي ملاتړ ورکونکو سره کميونیکيشن

بسپنه ورکونکي يا د مالي ملاتړ همکاران هم د وزارت لومړني بيروني مخاطبين دي. د وزارت او د مالي ملاتړ د پياوړو همکارانو تر منځ يې پر وخت او اغېزمن کميونیکيشن، د کميونیکيشن او عامه پوهاوي د راتلونکو کمپاينونو د بريالۍ پلان جوړونې او پلي کولو لپاره کليدي دی. وزارت به د همغږۍ او دوامداره تخنيکي غونډو، د برېښنالیکونو د اغېزمنې تبادلې او د بسپنه ورکونکو د هغو راپورونو چمتو کولو له لارې، چې د فعاليتونو په پلي کولو کې روڼتيا او پايلې ښيي، د خپلو ټولو لومړنيو او پياوړو بسپنه ورکونکو د کميونیکيشن يو موثر او اغېزمن سيستم جوړ کړي. د رسنيو ترلاسه شوي ټوټې، د برياليتوب د کيسو او کليدي لاس ته راوړنو روښانه کول هم د پوهاوي لوړولو او د بسپنه ورکونکو تر منځ د وزارت د اعتبار زياتولو لپاره مهم دي. ټينگار کوونکي اوسئ او له بسپنه ورکونکو سره د رسنيو ترلاسه شوي ټوټې شريکې کړئ خو د وزارت کار روښانه شي.

۸. بودیجه

دا د وزارت د کميونیکيشن تگلارې د بوديجې برخه ده. وزارت بايد د خپل کميونیکيشن د کړنو لگښتونه په پام کې ونيسي او د کميونیکيشن د فعاليتونو او د عملي پلان په برخه کې د تشرېح شوو غونډو لپاره بوديجه ځانگړې کړي. د وزارت د کميونیکيشن کمپاين لپاره موجودې مالي سرچينې ښايي د دولت هغه بوديجه وي چې وزارت ته د کميونیکيشن، معلوماتو او د عامه اړيکو د فعاليتونو لپاره ځانگړې شوي وي او يا هم ښايي ملي يا نړيوالې بسپنه ورکونکي ادارې وي. لاندې د بوديجې د جدول راورل شوي نمونه به له وزارت سره د خپلې کميونیکيشن تگلارې او د راتلونکي بل هر ډول بوديجې چمتووالي لپاره د بوديجې د تخمين په پروسه کې مرسته وکړي.

د کمیونیکیشن فعالیتونه

شمیره	فعالیت	واحد	فریکونسي/ د خبرېدلو وخت	په یوه وخت کې اندازه	د یوه واحد بیه	د بودیجې سرچینه	بشپړه بودیجه
چاپي تولیدات							
1	پوسټرونه						
2	معلوماتي پاڼې						
3	انځوريز کتابونه						
4	بېلبورډونه						
انلاين/ ټولنيزه رسنۍ							
5	وېبپاڼه جوړه کړئ						
6	فېسبوک صفحه جوړه کړئ						
7	ټویټر حساب جوړ کړئ						
8	فېسبوک صفحې او ټویټر حساب ته وده ورکړئ						
خبرېدونکي رسنۍ/ راديو او ټلويزيون							
9	راديويي اعلانات ډيزاين، توليد او خپاره کړئ						
10	ټلويزيوني اعلانات ډيزاين، توليد او خپاره کړئ						
عامه گڼون/ د شبکه جوړولو غونډې							
11	د شبکه جوړولو ۴ غونډې پلان او ترسره کړئ						
12	عمومي رخصتۍ ولمانځئ						
بشپړه مجموعه							

										دیزاینر / د معلوماتو او د ولایتي همغږی متخصص	فعالیتونه	ورکونکي همکاران	رسېدلي دي.	لارې وپشنه	شوو انځوریزو کتابونو کې منعکس شوي او رسېدلي دي.		
										د محتوا د ودې متخصص / د ټولنيزي رسنۍ او کمپونیکیشن متخصص / دیزاینر	د وزارت د کمپونیکیشن موخي، لاس ته راوړني، پلانونه او کلیدي فعالیتونه	داخلي مخاطبین، ویزیتوران او کلیدي ونډه وال او بسپنه ورکونکي همکاران	د وزارت انځور، لرلید، ماموریت او لاس ته راوړني د وزارت د ونډه والو له لارې رسېدلي دي.	کاغذي کاپي/ برېښنالیک	د وزارت پلانونه او پالیسي، فعالیتونه او ماموریت رسېدلي دي او مخاطبینو ته له جگړه خپلو سره د مرستې په اړه معلومات ورکړل شوي دي.	بروشور	4
										د محتوا د ودې متخصص / د ټولنيزي رسنۍ او کمپونیکیشن متخصص / دیزاینر	د وزارت د کمپونیکیشن موخي، لاس ته راوړني، پلانونه او کلیدي فعالیتونه	د وزارت ټول داخلي او بیروني مخاطبین	د وزارت انځور، لرلید، ماموریت او لاس ته راوړني د وزارت د ونډه والو له لارې رسېدلي دي.	بیلپورډونه	د وزارت پلانونه او پالیسي، فعالیتونه او ماموریت رسېدلي دي او مخاطبینو ته له جگړه خپلو سره د مرستې په اړه معلومات ورکړل شوي دي.	بیلپورډ	5
انلاین/ ټولنيزي رسنۍ																	
										د وېبپاڼې دیزاینر، د آنلاین رسنیو متخصصین	د وزارت د کمپونیکیشن موخي، لاس ته راوړني، پلانونه او کلیدي فعالیتونه	انلاین مخاطبین	د وزارت آنلاین شتون لري.	انلاین	د وزارت وېبپاڼه جوړه شوي ده.	د وزارت وېبپاڼه جوړه کړی	6
										د ټولنيزي رسنۍ او کمپونیکیشن متخصص	د وزارت د کمپونیکیشن موخي، لاس ته راوړني، پلانونه او کلیدي فعالیتونه	انلاین مخاطبین	د وزارت د ټولنيزي رسنۍ شتون زیات کړی	انلاین	د وزارت فیسبوک صفحه جوړه شوي ده.	د وزارت فیسبوک صفحه جوړه کړی	7
										د ټولنيزي رسنۍ او کمپونیکیشن متخصص	د وزارت د کمپونیکیشن موخي، لاس ته راوړني، پلانونه او کلیدي فعالیتونه	انلاین مخاطبین	د ټولنيزي رسنۍ له لارې د وزارت رسېدنه زیاته کړی	انلاین	د وزارت په اړه تصور د وزارت له مخاطبینو سره د ټویټر له لارې شریک شوی دی	د وزارت ټویټر حساب جوړ کړی	8
										د ټولنيزي رسنۍ	د وزارت د	د وزارت	د غوره ټیم جوړونې	برېښنالیک	د وزارت کارکونکي	د برېښنالیک	9

											او کمیونیکیشن متخصص	کمیونیکیشن موخي، لاس ته راورني، پلانونه او کلیدي فعالیتونه	داخلي کارکوونکي او کلیدي ونډه وال	لپاره، د وزارت ټول کارکوونکي د برېښنالیک د معیاري سیستم له لارې کمیونیکیشن کوي.		د غوره ټیم جوړونې لپاره مصروف دي.	معیاري سیستم جوړ کړئ	
رادیويي/ تلویزیوني خپرونې																		
											د محتوا د ودې متخصص/ د ټولنيزي رسنۍ او کمیونیکیشن متخصص/ ډیزاینر	د وزارت د کمیونیکیشن موخي، لاس ته راورني، پلانونه او کلیدي فعالیتونه	د وزارت ټول داخلي او بیروني مخاطبین	عام وگړي د عامه خدماتو له اعلاناتو خبر دي او د وزارت رول او مسوولیتونه او خدمات عام شوي دي.	رادیو	د وزارت ماموریت او د عامه خدماتو اعلانات د ونډه والو او بیروني مخاطبینو له لارې رسېدلي دي	د عامه خدماتو اعلانات	10
											د محتوا د ودې متخصص/ د ټولنيزي رسنۍ او کمیونیکیشن متخصص/ ډیزاینر	د وزارت د کمیونیکیشن موخي، لاس ته راورني، پلانونه او کلیدي فعالیتونه	د وزارت ټول داخلي او بیروني مخاطبین	عام وگړي د عامه خدماتو له اعلاناتو خبر دي او د وزارت رول او مسوولیتونه او خدمات عام شوي دي.	تلویزیون	د وزارت ماموریت او د عامه خدماتو اعلانات د ونډه والو له لارې رسېدلي دي	تلویزیوني اعلان	11
راتولېدنې/ د شبکه جوړولو غونډې																		
											د وزارت د کمیونیکیشن او عامه پوهاوي ډیپارټمنټ	د وزارت د کمیونیکیشن موخي، لاس ته راورني، پلانونه او کلیدي فعالیتونه	د وزارت ټول داخلي او بیروني مخاطبین	عام وگړي د عامه خدماتو له اعلاناتو خبر دي او د وزارت رول او مسوولیتونه او خدمات عام شوي دي.	د عامو وگړو دخالت	Town hall غونډې ترسره شوي او عامو وگړو ته د وزارت کلیدي پیغامونه رسېدلي دي.	Town hall غونډې	12
											د وزارت د کمیونیکیشن او عامه پوهاوي ډیپارټمنټ	د وزارت د کمیونیکیشن موخي، لاس ته راورني، پلانونه او کلیدي فعالیتونه	د وزارت ټول داخلي او بیروني مخاطبین	عام وگړي د عامه خدماتو له اعلاناتو خبر دي او د وزارت رول او مسوولیتونه او خدمات عام شوي دي.	راتولېدنه	مهمې عمومي رخصتۍ (په خانګړي ډول کوچنۍ اختر، لوی اختر او نوروز) لمانځل کېږي	د عمومي لمانځل	13

۱۰. څارنه او ارزونه

له څارني او ارزوني پرته به ستونزمنه وي چې معلومه شي ايا په تگلاره كې د كميونيكيشن بيان شوي فعاليتونه په سمه توگه ترسره شوي دي او متوقع پايلې يې تر لاسه كړي دي كه به. وزارت به له همدې امله پرلپسې څارنه وكړي او خپل د كميونيكيشن فعاليتونه به ارزوي څو باوري شي چې ټاكل شوي موخي تر لاسه شوي دي.

۱۰.۱ د كميونيكيشن پلټنه

وزارت به د خپلو كاركونكو د گومارلو د پلان او بوديجي پر بنياد د تگلاري د څارني او ارزوني لپاره يوه ډله وگوماري. دغه كرنه په داخل كې ترسره كېدلي شي او يا د څارني او ارزوني د خدماتو چمتو كوونكي يو بيروني شركت هم گومارل كېدلي شي. د كورني كميونيكيشن لپاره په عمومي ډول يوه كورني سرچينه او د بيروني كميونيكيشن لپاره بيروني سرچينه تر نورو غوره وي. سره له دې چې بوديجوي محدوديتونه بنايي دواړو لپاره يوه كورني سرچينه وگواړي، چې د منلو وړ ده. د تگلاري د وپشنې د پړاو په اوږدو كې به ټاكل شوي ډله په مسلسل ډول څارنه ترسره كړي څو باوري كړي چې كرنې د پلان مطابق پلان شوي، ډيزاين شوي او وپشل شوي او ټاكل شوي پايلې تر لاسه شوي دي.

په تفتيش كې به لاندې ياد شوي مواد گډون ولري:

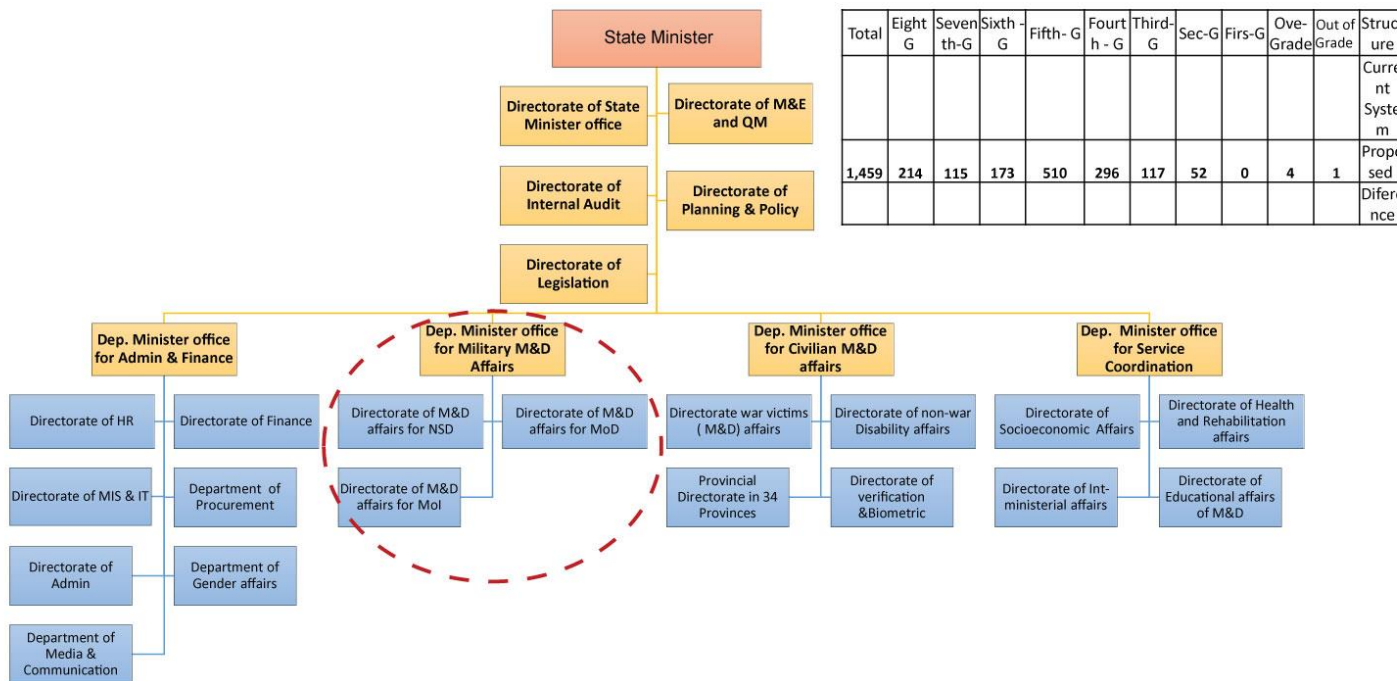
كورني كميونيكيشن:

- 1) د SMART تحليل ترسره كړئ
- 2) د ولايتي دفترنو په گډون د كميونيكيشن په ټولو كچو ۱۰ كليدي مركي ترسره كړئ
- 3) د تعديلانو لپاره د لاس ته راوړنو، واټونو او سپارښتنو موندنې غوندې كړئ
- 4) د وزارت له اړونده كاركونكو سره موندنې پلي كړئ

بيروني كميونيكيشن:

- 1) د بيروني كميونيكيشن د وسايلو اغېزمنتوب تحليل كړئ
- 2) د رسنيزو موادو د معيار معاينه وكړئ
- 3) د كميونيكيشن په وسايلو كې تر لاسه شوي رسېدنه ارزوي
- 4) تشخيص كړئ كه چېرې د كميونيكيشن د وسايلو بدلول، اضافه كول يا تعديلات اړين وي
- 5) د بوديجي مطابقت باوري كړئ
- 6) د وزارت له اړونده كاركونكو سره اړين بدلونونه پلي كړئ

Proposed Structure for State Minister office for Martyrs and Distality Affairs (MMD)



Total	Eight G	Seventh-G	Sixth -G	Fifth- G	Fourth -G	Third- G	Sec-G	Firs-G	Ove-Grade	Out of Grade	Structure
											Current System
1,459	214	115	173	510	296	117	52	0	4	1	Proposed Difference

دويمه ضميمه: براندينگ(نښه كول) او بازار موندنه

ټول هغه سوداگريز او د كمپونيكيشن مواد چې د وزارت له لوري هدف شوو مخاطبينو ته رسېږي، بايد د وزارت د براندينگ د پاليسي مطابق برانډ شي. وزارت خپل ټول كاركونكي هڅوي چې د كمپونيكيشن په ټولو كړنو كې لاندې ځانگړتياوې په پام كې ونيسي:

برېښنالیک

د رسمي برېښنالیکونو لپاره تر ډېره بريده مایکروسافت آوت لوك Microsoft Outlook كارول كېږي.

انگلیسي فونټونه

- Arial
- Calibri

دري او پښتو فونټونه

- Time New Roman

د فونټ اندازه بايد "11" وي

د برېښنالیک لاسلیک

د برېښنالیک لاسلیک لپاره بايد "Candara" فونټ وکارول شي. د نوم او دندې د عنوان لپاره د فونټ اندازه "14" او نورو لپاره "10" غوره دی.

- نوم
- دنده
- د وزارت تفصیلات او لوگو
- د اړیکې تفصیلات (برېښنالیک او د تلیفون شمېره)

Name:	نوم
Designation:	دنده
State Ministry for Martyrs and Disabled Affairs	د شهیدانو او معلولينو په چارو کې د دولت وزارت
Phone:	د اړیکې شمېره:
Email:	برېښنالیک:

www.mmd.gov.af

اسناد

وزارت غواړي باوري کړي چې اسناد د وزارت د برانډينگ له لارښودونو سره مطابقت لري.

فونټ

انگليسي لپاره:

- Arial
- Calibri
- Candara

پښتو او دري لپاره:

- Arial
- Times New Roman

د فونټ اندازې: د فونټ اندازې بايد په هر سند کې يو ډول وي

- پرېزېنټېشنونو لپاره، د لومړي مخ لپاره د فونټ اندازې "40" وکاروئ
- د سلايدونو د عنوانونو لپاره، د فونټ اندازې "40" وکاروئ
- پرېزېنټېشنونو لپاره، د محتوا سلايدونو لپاره د فونټ اندازې "24" وکاروئ
- نورو ټولو اسنادو لپاره د فونټ اندازې "11" وکاروئ
- بروشرونو لپاره د فونټ اندازې "10" وکاروئ
- سوداگريزو کارتونو لپاره د فونټ اندازې "8" وکاروئ
- د برياليتوب کيسو عنوانونو لپاره د فونټ اندازې "28" وکاروئ
- د برياليتوب کيسو محتوا لپاره د فونټ اندازې "11" وکاروئ
- د برياليتوب کيسو د انځورونو لپاره د فونټ اندازې "11" وکاروئ

تبليغاتي مواد

په هر سند کې ټول کارول شوي فونټونه بايد د وزارت له لوري تصديق شوي فونټونه وي.

د فونټ اندازې

د فونټ عادي اندازې "11pts" ده.

د متن رنگ

د ټولو متنونو عادي رنگ تور دی.

انځورونه

انځورونه د وزارت د کمپونیکېشن مهمه برخه جوړوي. مونږ هر څوک هڅوو چې د هرې هغې کړنې يا خدماتو انځورونه واخلې چې زمونږ له لوري چمتو شوي وي يا زمونږ بريا روښانه کوي. په لیکلو اسنادو کې انځورونه بايد يو کپشن caption ولري.

ټول کپشنونه captions د وزارت د فونټونو په "10pts" *Italic* اندازې لیکل کېږي.

Headers او footers

د وزارت لوگو/ نښان بايد د ټولو اسنادو د لومړۍ صفحې په header کې شتون ولري. که چېرې دغه سند له يوې صفحې څخه زيات شي، راتلونکې صفحې بايد پر header د سند نوم ولري.

د ټولو اسنادو په footer کې بايد د شهيدانو او معلولينو په چارو کې د دولت وزارت او د دغې وېبپاڼې www.mmd.gov.af پته لیکل شوي وي.

لوگو/ نښان

د وزارت له لوري په ټولو تبليغاتي موادو کې بايد د افغانستان د اسلامي جمهوريت حکومت لوگو/ نښان وکارول شي. له دې پرته، هر کله چې يو بيروني همکار د يوې مخکې له مخکې ټاکل شوي کړنې سپانسرشپ په غاړه واخلي يا يې تخنيکي/ مالي ملاتړ وکړي، د هغوي لوگو/ نښان هم ور اضافه کېدلی شي.

د افغانستان اسلامي جمهوريت حکومت لوگو بايد تل سپين بکراوند يا شاليد ولري. له سپين پرته بايد بل رنگ ورته و نه کارول شي.

سوداگريز کارټونه

سوداگريز کارټونه بايد يوه لوگو ولري چې د وزارت او د افغانستان د اسلامي جمهوري حکومت استازيتوب وکړي. دغه لوگو بايد په PNG بڼه د سوداگريز کارټ په پورته مرکزي برخه کې موقعيت ولري.

سوداگريز کارټونه په عمومي ډول په دواړو اړخونو چاپ کېږي. د انگليسي ژبې اړخ عادي پاتي کيږي په داسې حال کې چې پر بل اړخ يې د کارټ د درلودونکي د غوښتنې پر بنسټ په پښتو يا دري ژبه چاپ کېږي.

پر سوداگريز کارټ معلومات تر نوم، دندې، ټلېفون شمېرې او پتي پورې محدود پاتي کيږي. له دې پرته به نور اضافي معلومات لکه د سکايپ نوم، اضافي ټلېفون شمېرې يا اضافي برېښنالیک پتي، ورباندې ونه ليکل شي.

د اوسني سوداگريز کارټ اندازه "2 x 3.5 ده. د سوداگريز کارټ اوسنی ډيزاين لاندې بنودل شوی دی. دا بنايي په راتلونکي کې بدل شي.

Letterhead

په letterhead کې بايد په پورته مرکزي برخه کې د وزارت لوگو، بني لوري ته د رېفرنس يوه شمېره او چپ لوري ته نېټه موجوده وي.

بروشرونه

د وزارت له لوري ټول چاپ شوي بروشرونه بايد تل د افغانستان اسلامي جمهوريت لوگو/ نښان ولري، خو که چېرې يو بيروني همکار/ شريکبانی د يوې کړنې مالي ملاتړ کوي، د نوموړي همکار نوم او لوگو/ نښان بنايي د وزارت د برانډينگ او بازارموندني د قوانينو مطابق پکې اضافه شي.

پوسټرونه

د وزارت له لوري ټول چاپ شوي پوسټرونه بايد تل د افغانستان اسلامي جمهوريت لوگو/ نښان ولري، خو که چېرې يو بيروني همکار/ شريکبانی د يوې کړنې مالي ملاتړ کوي، د نوموړي همکار نوم او لوگو/ نښان بنايي د وزارت د برانډينگ او بازارموندني د قوانينو مطابق پکې اضافه شي.

بيلبورډونه

د وزارت له لوري ټول چاپ شوي بيلبورډونه بايد تل د افغانستان اسلامي جمهوريت لوگو/ نښان ولري، خو که چېرې يو بيروني همکار/ شريکبانی د يوې کړنې مالي ملاتړ کوي، د نوموړي همکار نوم او لوگو/ نښان بنايي د وزارت د برانډينگ او بازارموندني د قوانينو مطابق پکې اضافه شي.