



دولت جمهوری اسلامی افغانستان
وزارت دولت در امور شهدا و معلولين

استراتیژی ارتباطات و پلان عمل

2019

دولت جمهوری اسلامی افغانستان

وزارت دولت در امور شهدا و معلولین

ستراتیژی ارتباطات/مفاهمه و پلان عمل یا
(CSAAP)

ماه می، سال 2019

فهرست موضوعات:

| | |
|---|--|
| ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED..... | اختصارات |
| ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED..... | فشرده موضوع |
| ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED..... | مقدمه |
| ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED. | دیدگاه |
| ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED. | ماموریت (رسالت) |
| ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED..... | 1. اهداف و مقاصد |
| ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED. | 1.1 نتایج متوقع |
| | 2. تحلیل نقاط قوت، نقاط ضعف، فرصت ها و تهدیدات یا (SWOT) |
| ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED..... | 3. مخاطبین مورد هدف و دست اندرکاران کلیدی |
| ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED..... | 4. پیام های کلیدی |
| ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED..... | 5. روش های ارتباطات/مفاهمه |
| ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED. | 1.5 رویکرد |
| ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED. | 2.5 رادیو و تلویزیون |
| ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED. | 3.5 بروشور ها و پوستر ها |
| ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED. | 4.5 رسانه های آنلاین و اجتماعی |
| ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED. | 5.5 تخته های اعلانات و دیوارنگاری |
| ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED. | 5.6 روش های سنتی |
| ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED. | 7.5 رسیده گی عامه |
| ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED..... | 6. محصولات ارتباطات/مفاهمه |
| ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED. | 1.6 محصولات رسانه های اجتماعی |
| ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED. | 2.6 اعلانات خدمات عامه رادیویی |
| ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED. | 3.6 اعلانات تلویزیونی |
| ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED. | 4.6 تخته اعلانات تجارتي |
| ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED. | 5.6 دیوارنگاری |
| ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED. | 6.6 بروشور ها و پوستر ها |
| 20 | 7.6 خبرنامه ها |
| ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED. | 8.6 کتاب های تصویری |
| ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED..... | 7. ارتباطات/مفاهمه داخلی و خارجی |
| ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED. | 1.2 ارتباطات/مفاهمه داخلی |
| ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED. | 2.7 ارتباطات/مفاهمه خارجی |
| ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED. | 3.8 ارتباطات/مفاهمه با سایر وزارت ها |
| ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED. | 4.8 ارتباطات/مفاهمه با تمویل کننده گان |
| ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED..... | 8. بودجه |
| ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED..... | 9. پلان کاری |
| ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED..... | 10. نظارت و ارزیابی |
| ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED. | 1.10. تفتیش ارتباطات/مفاهمه |
| ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED..... | ضمیمه اول: چارت تشکیلاتی |
| ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED..... | ضمیمه دوم: علامت هویت و بازاریابی |

اختصارات:

| | | |
|-------|---|--------------------------------------|
| CSAAP | Communication Strategy and Action Plan | ستراتیژی ارتباطات/مفاهمه و پلان کاری |
| FGDs | Focus Group Discussions | مباحثات متمرکز گروهی |
| GIRoA | Government of the Islamic Republic of Afghanistan | دولت جمهوری اسلامی افغانستان |
| IED | Improvised Explosive Devices | مواد انفجاریه پیشرفته |
| MMD | Ministry of Martyrs and Disabled | وزارت دولت در امور شهدا و معلولین |
| MoPH | Ministry of Public Health | وزارت صحت عامه |
| MoWA | Ministry of Women Affairs | وزارت امور زنان |
| PO | Public Outreach | رسیده گی عامه |
| PA | Public Awareness | آگاهی عامه |
| VA | Victims Assistance | مساعدت برای قربانیان جنگ |
| PWs | Participatory Workshops | ورکشاپ های اشتراکی |
| CS | Communications Strategy | ستراتیژی ارتباطات/مفاهمه |
| PSAs | Public Service Announcements | اعلانات خدمات عامه |
| TV | Television | تلویزیون |
| Ads | Advertisement | اعلانات |

فشرده موضوع:

وزارت دولت در امور شهدا و معلولین یکی از وزارت های عمده حکومت افغانستان در امور شهدا و معلولین و بازمانده گان شهدا میباشد. این نهاد به تاریخ 17 جنوری سال 2019 به تاسی از فرمان رئیس جمهور از بدنه وزارت کار، امور اجتماعی، شهدا و معلولین جدا گردیده است.

وزارت دولت در امور شهدا و معلولین یک نهاد رهبری کننده کشور میباشد که امور شهدا و معلولین را به سطح ملی پلانگذاری، تطبیق، مدیریت و هماهنگ مینماید و علاوه بر آن مسؤلیت دارد تا پالیسی های مورد نظر را تدوین نماید و حمایت و توصیه های مسلکی مورد نیاز را برای سایر وزارت های ذیربط و نهاد ها و مؤسسات دولتی و غیردولتی فراهم نماید.

طی سه دهه جنگ ها، حملات انتحاری، عملیات های جاری نظامی، ماین گذاری ها، درگیری های مرزی و انواع مختلف دیگر خشونت ها سبب گردیده اند تا شمار زیادی از افراد ملکی و قوای ملی امنیتی و دفاعی افغان زنده گی خویش را از دست دهند و عده زیادی جراحت بردارند. از سال 2001 الی سال 2017 گزارش داده شده است که بنابر درگیری های مسلحانه میان قوای ملی امنیتی و دفاعی افغان و گروه های ملیشا در افغانستان تقریباً 3500 تن افراد ملکی جان های خویش را از دست داده اند و بیشتر از 7000 تن افراد ملکی مجروح گردیده اند.

مدیریت و رسیده گی به دو سکتور ملی چون امور معلولین و بازمانده گان شهدا، در کنار سایر مسؤلیت ها در واقع برای یک وزارت چالش برانگیز میباشد. زمانیکه وزارت کار، امور اجتماعی، شهدا و معلولین تلاش به خرچ میداد تا به مشکلات و نگرانی های روز افزون معلولین و خانواده های شهدا رسیده گی نماید، در ارائه خدمات تاخیر به ملاحظه میرسید. بنابر این نیاز جدی وجود داشت تا یک نهاد مستقل ملی در این راستا ایجاد گردد.

درست پس از آنکه وزارت دولت در امور شهدا و معلولین ایجاد گردیده است، مسایل ذیل را به عنوان اولویت های کلیدی خویش میپندارد: (1) آگاهی عامه در مورد وزارت. (2) شناسایی و سازگاری بخشیدن بهترین ستراتیژی ها به منظور دسترسی گسترده به مخاطبین افغان و سایر دست اندرکاران. (3) ایجاد و تداوم یک سیستم موثر و مؤلد برای ارتباطات/مفاهمه داخلی و خارجی وزارت مذکور. هدف این ستراتیژی ارتباطات/مفاهمه و پلان کاری (که در این سند به نام "ستراتیژی" یا CSAAP مسمی است)، عبارت از توانمند ساختن وزارت دولت در امور شهدا و معلولین در راستای ارتباطات/مفاهمه موثر هم در داخل وزارت و هم در خارج این نهاد با طیف وسیع مخاطبین و دست اندرکاران افغان در شهر ها و دهات، میباشد.

مقدمه:

هدف استراتژی ارتباطات/مفاهمه و پلان کاری، عبارت از توانمند ساختن وزارت دولت در امور شهدا و معلولین (که در این سند بنام وزارت یا MMD مسمی است) در راستای ایجاد و تداوم ارتباطات/مفاهمه موثر با طیف وسیع مخاطبین (علی الخصوص اشخاص دارای معلولیت و خانواده های شهدا) و دست اندرکاران افغان، میباشد. سند هذا استراتژی های را برای ارتباطات/مفاهمه موثر و مبتنی بر نتایج ارائه میدارد. به همین ترتیب هدف دیگر آن اینست تا کارمندان بخش ارتباطات وزارت مذکور را در راستای طرح ریزی، پلانگذاری، تطبیق و بالاخره نظارت و ارزیابی فعالیت های ارتباطات/مفاهمه با در نظر داشت یک روش به موقع، موثر و مثمر، یاری رسانند.

روند انکشاف استراتژی ارتباطات/مفاهمه و پلان کاری از طریق برگزاری جلسات منظم تخنیکی و هماهنگی میان کارشناسان استراتژی ارتباطات/مفاهمه وزارت دولت در امور شهدا و معلولین و نهاد های کمک یا (COMAC) و سیاره یا (Sayara) هدایت میشود. مفاهیم ارائه شده در استراتژی مذکور بر مبنای اطلاعاتی میباشد که از مباحثات متمرکز گروهی یا (FGDs) و ورکشاپ های اشتراکی یا (PWS) بدست آمده اند. قابل یاد آورiest که مباحثات متمرکز گروهی و ورکشاپ های اشتراکی از ماه جنوری الی ماه مارچ سال 2019 در حوزه های جنوب، شمال، شرق و غرب کشور راه اندازی گردیده اند. هدف نشست های متذکره عبارت از ایجاد یک درک جامع از برداشت ها پیرامون مساعدت برای قربانیان جنگ یا (VA) و حقوق آنها و شناسایی دیدگاه های موثر و مناسب به منظور بهبود بخشیدن ارتباطات/مفاهمه میان وزارت دولت در امور شهدا و معلولین و دست اندرکاران ذیربط بوده است. به همین ترتیب میتوان گفت که استراتژی ارتباطات/مفاهمه و پلان کاری بر مبنای یافته های مباحثات متمرکز گروهی و ورکشاپ های اشتراکی انکشاف یافته است، تا اطمینان حاصل گردد که استراتژی مذکور بتواند از یک جانب واقعیت های عینی جامعه ما را انعکاس دهند و از سوی دیگر با نیازمندی های وزارت دولت در امور شهدا و معلولین سازگاری داشته باشد.

موضوعاتی که در مباحثات متمرکز گروهی و ورکشاپ های اشتراکی روی آن بحث صورت گرفته است، شامل ظرفیت های موجود ارتباطات/مفاهمه در چهارچوب وزارت دولت در امور شهدا و معلولین، هم به سطح انفرادی و هم به سطح سازمانی، شناسایی مخاطبین کلیدی، کانال ها و روش های ارتباطات/مفاهمه که در حال حاضر توسط وزارت مذکور مورد استفاده قرار میگیرند، موانع در برابر ارتباطات/مفاهمه موثر، و استراتژی های موثر رسیده گی با تمرکز روی رسیده گی زنان و اقلیت ها، میباشد. قابل یاد آورiest که در مراحل مقدم انکشاف این استراتژی، نظریات و دیدگاه های اشتراک کننده گان مستند سازی، توحید، بررسی و تحلیل گردیده اند.

وزارت دولت در امور شهدا و معلولین، وزارت صحت عامه، وزارت امور زنان و سایر نهادهای مربوطه مرکزی و ولایتی در قسمت تدوین این استراتژی که با استفاده از نظریات و پیشنهادات شان نقش مهم و اساسی را داشته اند. قابل ذکر است که برای ساختار و توسعه این استراتژی توصیه ها، نظریات، و پیشنهادات ادارات دولتی کاملاً استوار بوده تا استراتژی مذکور قابلیت اجرا را پیدا کند. سرانجام، رهبری وزارت در امور شهدا و معلولین محترم ذبیح الله اسحاق زی ریس پلان و پالیسی، محترم خالد سنگر مشاور ارتباطات و محترم محب الله سعید مشاور تکنالوژی و معلوماتی را موظف نمودند تا این استراتژی و برنامه عمل را مورد بررسی قرار داده و نظریات، دیدگاه شانرا در زمینه شریک ساختند. خاطر نشان باید ساخت که تمام نظریات و پیشنهادات رهبری محترم وزارت درج این استراتژی گردیده است.

استراتژی ارتباطات/مفاهمه و پلان کاری به بخش های ذیل تقسیم گردیده است: اهداف و مقاصد، تحلیل نقاط قوت، نقاط ضعف، فرصت ها و تهدیدات یا (SWOT)، مخاطبین مورد هدف و دست اندرکاران کلیدی، پیام های کلیدی، روش های ارتباطات/مفاهمه، محصولات ارتباطات/مفاهمه، چارت تشکیلاتی پیشنهادی، ارتباطات/مفاهمه داخلی و خارجی، بودجه سازی بر مبنای پلان کاری (بخش آن) و نظارت و ارزیابی. قابل تذکر است که هر بخش یاد شده با یک مقدمه مختصر آغاز میگردد.

دیدگاه:

یک جامعه ای که در آن اشخاص دارای معلولیت از حقوق و مسؤولیت های برابر برخوردار باشند، و این فرصت را داشته باشند که در امور اجتماعی، سیاسی و اقتصادی کشور شرکت ورزند، یک جامعه ای که در آن حقوق خانواده های شهدا محفوظ باشند.

ماموریت (رسالت):

وزارت دولت که مسؤولیت امور شهدا و معلولین و بازمانده گان شهدا را بر عهده دارد، مساعی به خرج میدهد تا روند حمایت از معلولین و بازمانده گان شهدا را بگونه موثر پلانگذاری، تطبیق، هماهنگ و مدیریت نماید و به عنوان یک وزارت رهبری کننده دولت جمهوری اسلامی افغانستان خدمت مینماید تا پالیسی های مورد نیاز را تدوین نموده و توصیه های مسلکی را ارائه نماید.

1. اهداف و مقاصد:

هدف عمده ارتباطات/مفاهمه وزارت مذکور عبارت است از "ایجاد، تقویت و تدام یک سیستم موثر ارتباطات/مفاهمه داخلی و خارجی، که بتواند سطح آگاهی عامه را در مورد نقش ها، مسؤولیت ها و خدمات وزارت به سطح ملی افزایش بخشد". این وزارت روی این تمرکز خواهد داشت که هدف کلی متذکره را از طریق تطبیق انواع گوناگون فعالیت های ارتباطات/مفاهمه که در ستراتیژی تسجیل گردیده اند، بدست آورند.

در ذیل یکعده مقاصد ویژه ارتباطات/مفاهمه تذکر یافته اند که با استفاده از ستراتیژی ارتباطات/مفاهمه و پلان کاری یا (CSAAP) در جریان یک دوره یک ساله کمپاین ارتباطات/مفاهمه به آن دست خواهیم یافت:

- ایجاد وب سایت، صفحه فیسبوک و حساب تویتر (رسانه های اجتماعی) برای وزارت.
- طرح ریزی، تولید و نشر 10 اعلان خدمات عامه رادیویی از طریق شبکه های برجسته رادیویی به سطح ملی.
- طرح ریزی، تولید و نشر حداقل 10 پیام تلویزیونی از طریق شبکه های برجسته تلویزیونی به سطح ملی.
- طرح ریزی، چاپ و پخش حداقل 4000 برگه معلوماتی.
- طرح ریزی، چاپ و پخش دو جلد کتاب تصویری که بتوانند فعالیت ها و دستاورد های وزارت را انعکاس دهند.
- فرستادن اعلامیه های مطبوعاتی منظم به رسانه ها و پخش گزارشات فعالیت ها/دستاورد های وزارت در پلاتفارم های رسانه های اجتماعی وزارت.
- طرح ریزی، چاپ و نصب حداقل 40 پایه تخته های اعلانات در کابل و مراکز ولایات کلیدی در سرتاسر کشور.
- برگزاری حداقل 4 نشست شهری در چهار ولایت حوزوی (ننگرهار، هرات، بلخ و قندهار).
- برگزاری جلسات منظم هفته وار، ماهوار و ربعوار کارمندان، در میان گذاشتن صورت جلسات با تمام کارمندان، پخش آنها در پلاتفارم های رسانه های اجتماعی وزارت.
- حصول اطمینان از اعلانات ویژه و پخش گزارشات در مورد رویداد های تعطیلات عمومی (علی الخصوص در ایام عید سعید فطر، عید سعید اضحی و نوروز).

1.1. نتایج متوقع:

ستراتیژی ارتباطات/مفاهمه و پلان کاری یا (CSAAP) در واقع یک نقشه راه وزارت دولت در امور شهدا و معلولین میباشد، تا بتواند به اهداف و مقاصد اساسی ارتباطات/مفاهمه دست یابد. دستیابی به این مقاصد عمده صرف از طریق طرح ریزی، پلانگذاری، هماهنگی و تطبیق منظم فعالیت های ارتباطات/مفاهمه که در ستراتیژی مذکور بازتاب یافته اند، امکان پذیر میباشد. از روند تطبیق موفقانه و ایجاد یک سیستم ستندرد نظارت و ارزیابی ستراتیژی ارتباطات/مفاهمه و پلان کاری یا (CSAAP)، عمدتاً توقع می رود تا نتایج ذیل بدست آیند:

- افزایش سطح دانش در فعالیت ها، نقش ها، مسؤلیت ها و خدماتیکه وزارت مذکور ارائه مینمایند (به ویژه مساعدت برای قربانیان جنگ).
- وزارت مذکور حضور فعال آنلاین داشته و یک سیستم ارتباطات/مفاهمه متقابل موثر میان این نهاد و مخاطبین کلیدی آن وجود دارد.
- بهبود بخشیدن سیستم ارتباطات/مفاهمه داخلی و خارجی. در واقع وزارت مذکور به منظور رسیده گی و سهمگیری عامه، از ستراتیژی های ارتباطات/مفاهمه مسلکی و موثر استفاده مینماید.
- بهبود بخشیدن ارتباطات/مفاهمه میان نهاد های دولتی و تمویل کننده گان/دست اندرکاران.

2. تحلیل نقاط قوت، نقاط ضعف، فرصت ها و تهدیدات یا (SWOT):

| | |
|---|--|
| نقاط قوت <ul style="list-style-type: none">• علاقمندی فراوان مخاطبین مورد هدف• مخاطبین مورد هدف منسجم | نقاط ضعف <ul style="list-style-type: none">• رسیده گی به ساحات دوردست• محدودیت منابع به دلیل کمبود منابع مالی دولتعدم اهداف واضح |
| فرصت ها <ul style="list-style-type: none">• جلب همکاری توسط ادارات مربوطه جهت حمایت مالی برای افراد آسیب دیده از جنگ | تهدیدات <ul style="list-style-type: none">• عدم شفافیت در فرآیند تثبیت مستفید شونده گان |

3. مخاطبین مورد نظر و دست اندرکاران کلیدی:

در جریان مباحثات متمرکز گروهی یا (FGDs) و ورکشاپ های اشتراکی یا (PWS) یکی از نشست ها تحت عنوان "شناسایی و تفکیک مخاطبین کلیدی" اختصاص داده شده بود. هدف نشست متذکره این بود

مخاطبین کلیدی وزارت مذکور را شناسایی نمایند و سپس جمعیت عمومی را با در نظر داشت اولویت های وزارت به دسته های قابل مدیریت تقسیم نماید که شامل دسته های اولی، ثانوی و ثالث میگردند. به همین ترتیب هدف کلیدی دیگر آنها این بود که تجارب شرکت کننده گان را بگونه ای بازت دهد که بتوانند مخاطبین را به دسته های مطلوب تفکیک نمایند، تا اطمینان حاصل گردد که ستراتیژی مورد نظر بتواند پیام های خویش را به هر یک از دسته های مخاطبین برسانند.

مخاطبین یا دست اندرکاران دسته اولی عبارت از گروه ها و افرادی هستند که از علاقمندی بلند در فعالیت ها و خدمات وزارت مذکور برخوردار اند، چون آنها یا مستفیدین مسقیم، وابسته گان مستفیدین اند و یا هم نقشی را در عرضه خدمات/تمویل بازی مینمایند. مخاطبین ثانوی و ثالث در بلند بردن سطح آگاهی، بلند بردن سطح دانش در ارتباط به مساعدت و حقوق قربانیان جنگ و افزایش این امکانات که مستفیدین احتمالی با معلومات در مورد فعالیت های وزارت مذکور دسترسی خواهند یافت، نقش ایفا مینمایند.

جدول ذیل ارائه کننده مخاطبین و دست اندرکاران کلیدی داخلی و خارجی این وزارت میباشد:

| اولی، دومی و سومی | شبکه نفوذ | توان (پایین، بلند) | دانش موجود (پایین، متوسط، بلند) | سطح علاقمندی وزارت (بلند، متوسط، پایین) | مخاطبین/دست اندرکاران |
|-------------------------|--|--------------------------|--|--|--|
| مخاطبین خارجی | | | | | |
| اولی | جوامع محلی و سایر اشخاص دارای معلولیت | بلند | متوسط | بلند | اشخاص دارای معلولیت (شهری) |
| اولی | جوامع محلی و سایر اشخاص دارای معلولیت | بلند | پایین | بلند | اشخاص دارای معلولیت (روستایی) |
| اولی | جوامع محلی و سایر بازمانده گان شهدا | بلند | متوسط | بلند | بازمانده گان شهدا (شهری) |
| اولی | جوامع محلی و سایر بازمانده گان شهدا | بلند | پایین | بلند | بازمانده گان شهدا (روستایی) |
| اولی | مستفیدین کلیدی و جوامع محلی | بلند | متوسط | بلند | خانواده های معلولین (شهری) |
| اولی | مستفیدین کلیدی و جوامع محلی | بلند | پایین | بلند | خانواده های معلولین (روستایی) |
| اولی | نهاد های ملی و بین المللی | بلند | متوسط | بلند | تمویل کننده گان/شرکای تمویل |
| اولی | ادارات دولتی مرکز و ولایات | بلند | پایین الی متوسط | بلند | دولت افغانستان مانند وزارت صحت عامه، وزارت امور زنان، دفاتر والیان |
| ثانوی | جوامع محلی، مساجد و یا سیمینار های مذهبی | بلند | پایین | بلند | رهبران مذهبی و قومی |
| ثانوی | جوامع محلی و مراکز آموزشی و تعلیمی | متوسط | پایین | متوسط | مکاتب، پوهنتون ها، نهاد های آموزشی دولتی و غیردولتی |
| ثانوی | نهاد های جدید | متوسط | پایین | متوسط | رسانه های محلی، ملی و بین المللی |
| ثانوی | جوامع محلی، رسانه ها، جوانان و نهاد های جامعه مدنی | متوسط | پایین | متوسط | جوانان و نهاد های جامعه مدنی |

| | | | | | |
|----------------------|---|-------|-----------------|-------|---|
| اولی | جوامع محلی و مستفیدین احتمالی | بلند | پایین | بلند | جوانان، زنان و اقلیت ها |
| ثالث | اتباع افغانستان | پایین | پایین الی متوسط | پایین | مردم |
| مخاطبین داخلی | | | | | |
| اولی | وزارت دولت در امور شهدا و معلولین | بلند | | بلند | کارمندان وزارت مذکور در کابل |
| اولی | ریاست های ولایات و ادارات ولسوالی های وزارت دولت در امور شهدا و معلولین | بلند | | بلند | ریاست های ولایات و ادارات ولسوالی های وزارت دولت در امور شهدا و معلولین |

4. پیام های کلیدی:

اشتراک کننده گان مباحثات متمرکز گروهی یا (FGDs) و ورکشاپ های اشتراکی یا (PWS) مسوده پیام های کلیدی برای ستراتیژی ارتباطات/مفاهمه و پلان کاری یا (CSAAP) را آماده نمودند. این پیام ها به اثر تمرکز عمیق برگزیده شده اند، تا اطمینان حاصل گردد که آنها با اهداف ومقاصد ستراتیژی سازگاری داشته باشند، کوتاه و ساده باشند، و بتوانند از جانب کتله بزرگ مخاطبین مورد هدف این وزارت به آسانی خوانده، درک و به خاطر سپرده شوند.

پیام های پیشنهادی در قسمت زیرین ارائه گردیده اند. علاوه بر تخته های اعلانات، این پیام ها نیز میتوانند حین ایجاد محتویات برای سایر کانال های ارتباطات/مفاهمه مورد استفاده قرار گیرند، به عنوان مثال برگه های معلوماتی، پوستر ها و اعلانات خدمات عامه رادیویی و تلویزیونی و غیره.

- ما صدای شما را میشنویم.
- وزارت شهدا و معلولین - وزارت دولت در امور شهدا و معلولین میباشد.
- معلولیت ناتوانی نیست.
- بیایید با همدیگر دست بدهیم و معلولین را با نیروی تعلیم توانمند سازیم.
- همه ما از حقوق و مسؤلیت های برابر برخوردار هستیم.
- ما به شما خدمت مینماییم - تا شما بتوانید به کشور و مردم تان خدمت نمایید.
- وزارت دولت در امور شهدا و معلولین در برابر مساعدت های به موقع و موثر برای قربانیان جنگ متعهد میباشد.
- ما به جانفشانی های قهرمانان خویش (قوای ملی دفاعی و امنیتی افغان) ارج میگذاریم و به آن افتخار مینماییم.
- دین ما تبعیض در برابر اشخاص دارای معلولیت را ممنوع قرار داده است.
- خدمات ما برای تمام معلولین و بازمانده گان شهدا بگونه مساویانه قابل دسترس میباشد.

5. روش های ارتباطات/مفاهمه:

1.5 رویکرد:

وزارت دولت در امور شهدا و معلولین یک نهاد جدیدالتاسیس میباشد. بنابر این نیاز خواهد داشت تا روی انواع متعدد روش های ارتباطات/مفاهمه اتکاء نماید، تا بتواند به مخاطبین خارجی خود رسیده گی نماید و یک سیستم موثر را برای ارتباطات/مفاهمه داخلی ایجاد نماید.

این بخش عمدتاً آنده روش های ارتباطات/مفاهمه را به تفصیل مورد بحث قرار خواهند داد که وزارت مذکور از آنها به منظور دستیابی به اهداف داخلی و خارجی ارتباطات/مفاهمه استفاده خواهد نمود. روش های یا "ابزار" که در بخش های ذیل خاطر نشان گردیده اند، در واقع توسط اشتراک کننده گان مباحثات متمرکز گروهی یا (FGDS) و ورکشاپ های اشتراکی یا (PWS) پیشنهاد و انتخاب گردیده اند و فقط بر مبنای تجارب واقعی آنها در امور شهدا و معلولین شکل گرفته اند.

2.5 رادیو و تلویزیون:

رادیو و تلویزیون موثرترین روش های ارتباطات/مفاهمه در کشور عنوان میگردند. با وجود انکشافات اخیر و استفاده گسترده از سمات فون و انترنت، هنوز هم رادیو و تلویزیون در میان افغانها از شهرت زیادی برخوردار میباشند. استفاده از این کانال ها میتواند مخاطبین باسواد و بیسواد و به همین ترتیب مخاطبین شهری و روستایی را تحت پوشش قرار دهند و بدین ترتیب از پیامد های گسترده برخوردار باشند. وزارت دولت در امور شهدا و معلولین از رادیو و تلویزیون به عنوان نخستین روش نشرات و ارتباطات/مفاهمه استفاده خواهد نمود، البته با در نظر داشت پوشش وسیع آنها در کابل و ولایات.

3.5 بروشور ها و پوستر ها:

بروشور ها، پوستر ها و برگه های معلوماتی نیز به عنوان سه روش کثیرالاستفاده، موثر، و مثمر ارتباطات/مفاهمه پنداشته میشوند. این روش های سه گانه در سطح کشور بیشتر توسط نهاد های دولتی و غیردولتی مورد استفاده قرار میگیرند. آنها کم هزینه بوده و پخش آن ساده میباشند. وزارت مذکور از طریق کمپاین ارتباطات/مفاهمه خویش بروشور ها و برگه های معلوماتی را طرح ریزی، چاپ و توزیع خواهند نمود، تا بتواند مخاطبین باسواد خویش و آنده افرادی را که حداقل قادر به خواندن متن ساده میباشند، تحت پوشش قرار دهند.

4.5 رسانه های آنلاین و اجتماعی:

با توجه به رشد سریع، شهرت و استفاده گسترده از انترنت و پلاتفارم های رسانه های اجتماعی در افغانستان، موفقیت هرگونه ستراتیژی ارتباطات/مفاهمه غیرقابل تصور میباشد. امروز افغانها چه در ساحات پر نفوس شهری مانند کابل بسر میبرند و چه در بخش های دوردست و ولسوالی های کشور زنده گی مینمایند از پلاتفارم های رسانه های اجتماعی وابسته به انترنت، به عنوان منابع کلیدی معلوماتی استفاده مینمایند و یا هم با استفاده از آن با خانواده ها و دوستان خویش مفاهمه مینمایند. از پلاتفارم های رسانه های اجتماعی به ویژه فیسبوک و تویت در ادارات دولتی نیز به پیمانہ وسیع استفاده به عمل میآید.

پلاتفارم های رسانه های اجتماعی، علاوه بر مزایای متعدد دیگر خویش، در واقع بهترین روش ارتباطات/مفاهمه متقابل پنداشته میشود. به عنوان مثال، یک شهروند افغان که در یکی از مناطق دوردست ولایت هلمند زنده گی مینماید، میتواند در برابر پست این وزارت در صفحه فیسبوک عکس العمل نشان دهد و یا تبصره نماید. بنابر این میتوان گفت که این در واقع موثرترین روش ارتباطات/مفاهمه برای استفاده کننده گان فیسبوک میباشد.

از آنجاییکه وزارت دولت در امور شهدا و معلولین یک نهاد جدیدالتاسیس و جدیدالتشکیل میباشد، بنابر این یکی از مقاصد ستراتیژی ارتباطات/مفاهمه این وزارت عبارت از طرح ریزی و انکشاف وب سایت، صفحه

فیسبوک، حساب توئیتر و احیای یک سیستم داخلی این وزارت میباشد. ایجاد وب سایت، صفحه فیسبوک، حساب توئیتر وزارت متذکره را قادر خواهد ساخت تا یک سیستم ارتباطات/مفاهمه موثر و مبتنی بر نتایج را ایجاد نماید و از آن حفظ و مراقبت پایدار نماید. به همین ترتیب این امر وزارت مذکور را در راستای تامین و تقویت روابط با سایر نهاد های دولتی، دست اندرکاران کلیدی و تمویل کننده گان و شرکای تمویل، یاری خواهد رساند.

5.5 تخته های اعلانات و دیوارنگاری:

تخته های اعلانات در واقع یک روش دیگر موثر میباشد که این وزارت خواهد توانست با استفاده از آن پیام های ویژه ارتباط/مفاهمه را در میان گذارند. در حالیکه تخته های اعلانات اساساً یک ابزاری میباشد که میتواند مخاطبین باسواد را مورد هدف قرار دهند، اما میتوانند با استفاده از گرافیک های مسلکی توجه مخاطبین بیسواد را نیز به خود جلب نمایند، بنابر این میتواند پیام های مورد نظر را بگونه موثر به همه اقشار جامعه برسانند. از جانب دیگر دیوارنگاری در این اواخر به عنوان معروفترین روش ارتباطات/مفاهمه در کشور مبدل گردیده است. بنابر این وزارت مذکور با استفاده از این روش ارتباطات/مفاهمه نیز مخاطبین مورد هدف خویش را تحت پوشش قرار خواهند داد.

6.5 روش های سنتی:

در جامعه افغانی، ملا امامان مساجد، رهبران جامعه و رهبران قومی نیز به عنوان پیام رسانان موثر سنتی شناخته میشوند. مردم در برابر آنها احترام خاص دارند و به حرف های آنها عمل مینمایند. تیم ارتباطات/مفاهمه وزارت مذکور در کابل و مراکز ولایات و ولسوالی ها با رهبران جامعه و ملا امامان مساجد نیز ارتباط برقرار خواهند نمود و با آنها کار خواهند نمود تا پیام های این وزارت را به استماع مردم برسانند و در مورد مساعدت ها و خدمات وزارت به مردم آگاهی بدهند. به همین ترتیب میتوان گفت که خطبه های نماز جمعه و شورا های جامعه در واقع دو مرجع موثر برای رسیده گی به مخاطبین ساحات دوردست میباشد.

7.5 رسیده گی عامه:

هیچ یک از روش های دیگر ارتباطات/مفاهمه به اندازه جلسات رو در رو و مباحثات گروهی موثر نمیشوند. با استفاده از این روش میتوان پیام ها بگونه موثر تبادل گردند و بدین ترتیب نظریات مخاطبین به موقع مناسب جمع آوری گردد. با توجه به تسهیلات تدارکاتی/لوژستیکی و بودجه ارتباطات/مفاهمه وزارت، منسوبین این وزارت بازدید های منظم را راه اندازی خواهند نمود و طی آن با مردم ملاقات انجام خواهند داد. اینگونه جلسات و نشست ها زمینه را برای ارتباطات/مفاهمه موثر و متقابل فراهم خواهند نمود، که به نوبه خویش سبب خواهند شد تا مردم محل نگرانی ها و مشکلات خویش را با ما در میان بگذارند و بدین ترتیب بهترین توصیه ها و سفارشات خویش را در زمینه ارائه نمایند، که یقیناً در کمپاین های ارتباطات/مفاهمه آینده نقش بسزایی خواهند داشت. سپس پیشرفت ها و گزارشات رویداد های رسیده گی عامه و بازدید های ساحوی در وب سایت رسمی وزارت بدست نشر سپرده خواهند شد.

6. محصولات ارتباطات/مفاهمه:

این بخش ارائه کننده محصولات ارتباطات/مفاهمه میباشد که قرار است توسط این وزارت تولید و بدست نشر سپرده شوند. قابل یاد آور است که محصولات مذکور نیز توسط اشتراک کننده گان مباحثات متمرکز گروهی یا (FGDS) و ورکشاپ های اشتراکی یا (PWS) برگزیده شده اند. محصولات مذکور شامل پلتفرم های چاپی، نشراتی و رسانه های آنلاین میباشند. زمانیکه این محصولات انتخاب میشدند، تمرکز ویژه روی این بود تا اطمینان حاصل گردد که آنها با در نظر داشت تنوع مخاطبین آماده گردند و بدین وسیله بتوانند به عنوان بهترین روش در میان گذاشتن اطلاعات عمل نمایند.

نمونه های کاری محصولات ارتباطات/مفاهمه، شامل موارد ذیل بوده، اما محدود به اینها نمیباشند:

| مخاطبین مورد هدف | موضوع/پیام کلیدی | شرح | محصول |
|--|---|--|--------------|
| <ul style="list-style-type: none"> مخاطبین عامه مستفیدین (قربانیان جنگ) دست اندرکاران کارمندان وزارت سایر نهاد های دولتی جامعه تمویل کننده | <ul style="list-style-type: none"> معلومات عمومی در مورد وزارت ساحه فعالیت و عرصه های عملیاتی وزارت نوع خدماتیکه وزارت عرضه میدارد معلومات پیرامون ثبت نام نیازمندی های تمویل | <p>وبسایت وزارت در واقع عمده ترین روزنه ارائه معلومات در مورد فعالیت های آن میباشد. که با در نظر داشت معلومات گسترده پیرامون فعالیت ها و کارکرد های این وزارت، احیا و طرح ریزی مجدد خواهد شد. وبسایت مذکور شامل معلومات اولیه مانند (دیدگاه، ساحه فعالیت و دسترسی به اسناد کلیدی) و معلومات تازه (موضوعات جدید، معلومات به روز، خبر های تازه) خواهد بود. برای مدیریت و تامین پایداری در دقت، مرتبط بودن و زمانبندی وبسایت، کارمندان مورد نیاز استخدام و اختصاص داده خواهند گردید. همچنان کارمندان متذکره مسؤلیت ایلود نمودن (علاوه نمودن) محتویات، تصاویر و ویدیو ها را در وبسایت بر عهده خواهند داشت.</p> | وبسایت وزارت |
| <ul style="list-style-type: none"> مخاطبین عامه جامعه تمویل کننده دست اندرکاران | <ul style="list-style-type: none"> معلومات عمومی در مورد وزارت ساحه فعالیت و عرصه های عملیاتی وزارت نوع خدماتیکه وزارت عرضه میدارد | <ul style="list-style-type: none"> بروشور های ارائه کننده مسؤلیت های کلیدی، تشکیلات، فعالیت ها و دستآورد های وزارت خواهند بود. این بروشور باکیفیت بگونه رنگه خواهد بود و به زبان دری به نشر خواهد رسید. | بروشور |

| | | | |
|---|---|---|-------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> • عموم مردم • دست اندرکاران • مستفیدین | <ul style="list-style-type: none"> • دست‌آورد های کلیدی • ابتکارات جدید | <p>اعلامیه های مطبوعاتی به این منظور مورد استفاده قرار خواهند گرفت تا راجع به فعالیت های وزارت از طریق رسانه های چاپی و نشراتی اطلاع رسانی نمایند. همچنان اعلامیه های مطبوعاتی فعالیت ها، رویداد ها، ابتکارات و پالیسی های وزارت را مستندسازی خواهند نمود. قابل یاد آرویست که برای استفاده در تمام ولایات، یک فارمت مناسب برای اعلامیه مطبوعاتی انکشاف داده خواهد شد.</p> | <p>اعلامیه مطبوعاتی</p> |
| <ul style="list-style-type: none"> • مستفیدین (قربانیان جنگ) • خانواده های قربانیان جنگ • دست اندرکاران | <ul style="list-style-type: none"> • وزارت شهدا و معلولین - وزارت دولت در امور شهدا و معلولین میباشد • وزارت دولت در امور شهدا و معلولین در برابر مساعدت های به موقع و موثر برای قربانیان جنگ متعهد میباشد • ما به شما خدمت مینماییم - تا شما بتوانید به کشور و مردم تان خدمت نمایید. • خدمات ما برای تمام معلولین و بازمانده گان شهدا بگونه مساویانه قابل دسترس میباشد | <p>اعلانات خدمات عامه یا (PSAs) در واقع پیام های کوتاه میباشدند که معمولاً توسط رسانه ها بدون هزینه نشر میشوند و به منظور این مورد استفاده قرار میگیرند که پیام های مختصر و دلخواه مردم را به مرام بلند بردن سطح آگاهی آنها و / یا تغییر سلوک مردم در رابطه به موضوع مورد نظر به استماع آنها میرسانند. بنابر این ما از اعلانات خدمات عامه یا (PSAs) در کمپاین های ارتباطات/مفاهمه خویش استفاده خواهیم نمود.</p> | <p>اعلانات خدمات عامه یا (PSAs)</p> |
| <ul style="list-style-type: none"> • عموم مردم • دست اندرکاران • مستفیدین • سایر نهاد های دولتی | <ul style="list-style-type: none"> • دست‌آورد های کلیدی • ابتکارات جدید | <ul style="list-style-type: none"> • داستان های که از ساحه پیرامون ابتکارات انکشافی ولایت جمع آوری میگردند، در یک خبرنامه چاپ خواهند شد و با مخاطبین مورد هدف بگونه الکترونیکی در میان گذاشته خواهند شد | <p>خبرنامه ها</p> |
| <ul style="list-style-type: none"> • مستفیدین (قربانیان جنگ) • خانواده های قربانیان جنگ • دست اندرکاران | <ul style="list-style-type: none"> • ما صدای شما را میشنویم • وزارت شهدا و معلولین - وزارت دولت در امور شهدا و معلولین میباشد • معلولیت ناتوانی نیست | <p>تخته های اعلانات، عمدتاً ارائه کننده برنامه ها و دست‌آورد های حکومت محلی بوده و خاطر نشان میسازند که چگونه میتوان شهروندان را در امور دولتی بیشتر سهیم ساخت، بنا میتوان از آن به عنوان یک روش خوب برای اطلاع رسانی در مورد</p> | <p>تخته های اعلانات</p> |

| | | | |
|--|---|---|----------------------------------|
| | <ul style="list-style-type: none"> • بیایید با همدیگر دست بدهیم و معلولین را با نیروی تعلیم توانمند سازیم • ما همه از حقوق و مسؤلیت های برابر برخوردار هستیم • ما به شما خدمت مینماییم - تا شما بتوانید به کشور و مردم تان خدمت نمایید. • وزارت دولت در امور شهدا و معلولین در برابر مساعدت های به موقع و موثر برای قربانیان جنگ متعهد میباشد • ما به جانفشانی های قهرمانان خویش (قوای ملی دفاعی و امنیتی افغان) ارج میگذاریم و به آن افتخار مینماییم • دین ما تبعیض در برابر اشخاص دارای معلولیت را ممنوع قرار داده است • خدمات ما برای تمام معلولین و بازمانده گان شهدا بگونه مساویانه قابل دسترس میباشد | <p>فعالیت های وزارت به هموطنان با سواد و بیسواد استفاده نمود.</p> | |
| <ul style="list-style-type: none"> • مستفیدین (قربانیان جنگ) • خانواده های قربانیان جنگ، که در ساحات دور دست بسر میبرند | <ul style="list-style-type: none"> • ما به جانفشانی های قهرمانان خویش (قوای ملی دفاعی و امنیتی افغان) ارج میگذاریم و به آن افتخار مینماییم • بیایید با همدیگر دست بدهیم و معلولین را با نیروی تعلیم توانمند سازیم • معلولیت ناتوانی نیست | <p>این وزارت یک بسته ای از پوستر های ساده را آماده خواهد ساخت، تا در مورد فعالیت های وزارت به هموطنان با سواد و بیسواد ما اطلاع رسانی نمایند.</p> | <p>پوستر ها</p> |
| <ul style="list-style-type: none"> • کارمندان وزارت • مخاطبین عامه • جامعه تمویل کننده • دست اندرکاران | <ul style="list-style-type: none"> • نوع خدماتیکه وزارت عرضه مینماید • دست اندرکاران و شرکای کلیدی وزارت | <p>این وزارت یک آرشیف کلیپ های ویدیویی و تصاویر را فراهم خواهد نمود. اینها میتوانند شامل تصاویر جلسات کمیته های انکشافی ولایتی، تصاویر اعضای شورای ولایتی چین بازدید نظارتی، تصاویر</p> | <p>کتابخانه ویدیویی و تصویری</p> |

| | | | |
|---|---|---|----------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> • رسانه ها | | <p>والی حین افتتاح یک پروژه انکشافی، تصاویر کنفرانس های انکشافی حوزوی و غیره باشند. همچو کلیپ های ویدیویی و تصاویر بگونه الکترونیکی ذخیره سازی خواهند گردید و در صورت نیاز در اختیار رسانه ها قرار خواهند گرفت.</p> | |
| <ul style="list-style-type: none"> • مستفیدین (قربانیان جنگ) • خانواده های قربانیان جنگ • نوجوانان • جمعیت بیسواد | <ul style="list-style-type: none"> • معلولیت ناتوانی نیست • بیایید با همدیگر دست بدهیم و معلولین را با نیروی تعلیم توانمند سازیم • ما همه از حقوق و مسؤولیت های برابر برخوردار هستیم • دین ما تبعیض در برابر اشخاص دارای معلولیت را ممنوع قرار داده است | <p>کتاب های تصویری توام با متن در واقع وسیله خوب برای انتقال پیام ها بوده و استفاده از آنها توسط جمعیت که از سطح سواد پایین برخوردار اند، ساده میباشد</p> | <p>کتاب های کمیدی</p> |
| <ul style="list-style-type: none"> • مستفیدین (قربانیان جنگ) • نوجوانان • جمعیت بیسواد | <ul style="list-style-type: none"> • نوع خدماتیکه وزارت عرضه مینماید • دستآورد های کلیدی و داستان های موفقیت آمیز • دست اندرکاران و شرکای کلیدی وزارت | <p>دیوارنگاری از جمله ابزار مناسب دیگر میباشد که میتوان با استفاده از آن در مورد فعالیت های وزارت به افراد باسواد و بیسواد اطلاع رسانی نمود</p> | <p>دیوارنگاری</p> |
| <ul style="list-style-type: none"> • مستفیدین (قربانیان جنگ) • نوجوانان • جمعیت بیسواد | <ul style="list-style-type: none"> • چگونگی فعالیت های وزارت • مساعدت برای قربانیان جنگ چیست؟ • وزارت مذکور کدام نوع خدمات عرضه میدارد؟ • اینگونه خدمات به کدام دسته جمعیت عرضه میگرددند؟ | <p>نمایشات تیاتری سیار در واقع میتوانند به عنوان ابزار موثر در انتقال پیام ها به قشر بزرگ مخاطبین مورد استفاده قرار گیرند</p> | <p>نمایشات تیاتری سیار</p> |
| <ul style="list-style-type: none"> • عموم مردم • دست اندرکاران | <ul style="list-style-type: none"> • چگونگی فعالیت های وزارت • مساعدت برای قربانیان جنگ چیست؟ | <p>ابزار خوبی برای آگاهی دهی در مورد فعالیت های وزارت میباشد.</p> | <p>اعلانات چاپی</p> |

| | | | |
|------------|---|--|--|
| • مستفیدین | • وزارت مذکور کدام نوع خدمات عرضه میدارد؟ • اینگونه خدمات به کدام دسته جمعیت عرضه میگردند؟ | | |
|------------|---|--|--|

1.6 محصولات رسانه های اجتماعی:

بعد از آنکه وب سایت، صفحه فیسبوک و حساس توئیتر وزارت ایجاد گردیدند، کارمندان بخش ارتباطات/مفاهمه وزارت اطمینان حاصل خواهند نمود تا وزارت متذکره از حضور فعال آنلاین برخوردار باشد و بدین وسیله معلومات میان وزارت و قشر بزرگ مخاطبین افغان و دست اندرکاران و یا شرکای تطبیق کننده آن بگونه مستمر تبادل گردد. محصولاتیکه در چوکات این بخش طرح ریزی و تولید گردیده اند میتوانند دربر گیرنده پست ها و داستان های رسانه های اجتماعی و سایر انواع محتویات آنلاین باشند.

2.6 اعلانات خدمات عامه یا (PSAs) رادیویی:

بخاطر حصول اطمینان از دسترسی و تاثیرات وسیع کمپاین ها، وزارت مذکور اعلانات خدمات عامه رادیویی را طرح ریزی، تولید و پخش خواهند نمود. پیش نویس متن این اعلانات خدمات عامه رادیویی به زبان های دری و پشتو آماده خواهد گردید و محصولات نهایی آن از طریق دستگاه های ملی و محلی اف ام به نشر خواهند رسید. تعداد اعلانات خدمات عامه، دفعات نشر و گزینش دستگاه های رادیویی با در نظر داشت بودجه دست داشته ارتباطات/مفاهمه وزارت مشخص خواهند گردید.

3.6 اعلانات تلویزیونی:

همانگونه که در بخش "روش های ارتباطات/مفاهمه" تذکر یافت، هنوز هم تلویزیون به عنوان موثرترین رسانه اطلاع رسانی در کشور شناخته میشود، که میتواند مخاطبین باسواد و بیسواد در شهر ها و مناطق دوردست کشور تحت پوشش خویش قرار دهند. بناً این وزارت از کانال های تلویزیونی به عنوان رسانه اولیه استفاده به عمل خواهد آورد. در این بخش وزارت مذکور اعلانات تلویزیونی را طرح ریزی، تولید و نشر خواهند نمود. طول اعلانات تلویزیونی، دفعات نشر و گزینش کانال های تلویزیونی با در نظر داشت بودجه دست داشته ارتباطات/مفاهمه وزارت مشخص خواهند گردید.

4.6 تخته های اعلانات:

تخته های اعلانات در کشور به عنوان معروفترین و موثر ترین روش اطلاع رسانی پنداشته میشوند. هرگاه بگونه مسلکی طرح ریزی گردند و در ساحات کلیدی شهری و پرنفوس جاسازی گردند، بدون شک در کمپاین های ارتباطات/مفاهمه وزارت مذکور، نتایج مثبتی را به ارمغان خواهند آورد.

این وزارت با در نظر داشت بودجه دست داشته خویش، تخته های اعلانات را طرح ریزی، تولید و در نقاط مختلف شهر کابل و نقاط کلیدی مراکز ولایات در سرتاسر کشور نصب خواهند نمود. قابل یاد آورست که وزارت مذکور از این ابزار به منظور آگاهی دهی در مورد فعالیت ها و اجراءات خویش و مساعدت های که برای قربانیان جنگ فراهم مینماید، استفاده اعظمی خواهد نمود.

5.6 دیوارنگاری:

طی چند سال گذشته دیوارنگاری یا هنرهای جاده از شهرت خوبی در افغانستان، به ویژه در اماکن عامه شهر کابل برخوردار گردیده اند. قابل تذکر است که دیوارنگاری به سرعت جای تخته های اعلانات را خواهند گرفت. بنابر این وزارت مذکور از دیوارنگاری نیز به عنوان یک روش که میتواند به مخاطبین آن در مورد خدمات، فعالیت ها و اهداف کلیدی وزارت اطلاع رسانی نماید، استفاده به عمل خواهد آورد.

6.6 بروشور ها و پوستر ها:

بروشور ها، پوستر ها و برگه های معلوماتی نیز به عنوان سه روش موثر، و مثمر اطلاع رسانی به مخاطبین پنداشته میشوند. هیچ مورد دیگر نمیتواند همانند بروشور و پوستر پیام یک شرکت یا نهاد را بگونه موثر و مثمر انتقال دهد. تعداد بروشور ها و پوستر های چاپی به بودجه اختصاصی وزارت برای کمپاین های

ارتباطات/مفاهمه بستگی خواهند داشت. بنابر این آنها از طریق شعبات ذیربط وزارت مذکور در مراکز ولایات پخش خواهند گردید. البته در صورتیکه بودجه تقاضا نماید، آنها در مراکز ولسوالی ها نیز نشر خواهند گردید، تا بدین وسیله از رسیده گی گسترده به مخاطبین مورد هدف اطمینان حاصل گردد.

7.6 خبرنامه ها:

دیپارتمنت ارتباطات/مفاهمه و اطلاعات عامه وزارت دولت در امور شهدا و معلولین خبرنامه های منظم را عندالموقع تولید و به رسانه ها ارسال خواهند نمود. این وزارت با استفاده از خبرنامه ها و اعلامیه ها، در مورد پلان ها، پالیسی ها، فعالیت ها، اجراءات و پلان های آینده وزارت به عموم مردم اطلاع رسانی خواهد نمود. همچنان اینگونه اعلامیه های مطبوعاتی در وب سایت رسمی وزارت و صفحه فیسبوک آن نیز بدست نشر سپرده خواهند شد. قابل یاد آور نیست که این وزارت یک مجله دوماهه را نیز نشر خواهد نمود تا بتواند چشم انداز های مفصل و جامع را پیرامون دستاورد ها، فعالیت های پلان شده و پیشرفت های خویش، در اختیار افغانها، شرکای دولت و مؤسسات غیردولتی قرار دهند.

8.6 کتاب های تصویری:

این وزارت در جریان دوره کمپاین سالانه ارتباطات/مفاهمه، حد اقل دو جلد کتب تصویری را طرح ریزی و چاپ خواهند نمود. کتاب های متذکره ارائه کننده داستان های موفق وزارت به زبان پشتو خواهند بود و داستان های موفقیت آمیز و دستاورد های کلیدی ربعوار وزارت را تحت پوشش قرار خواهند داد. هرگاه بودجه ارتباطات/مفاهمه وزارت تقاضا نماید، کتاب های یاد شده به شکل ربعوار چاپ خواهند گردید.

9. ارتباطات/مفاهمه داخلی و خارجی:

موفقیت ارتباطات/مفاهمه یک ارگان به سیستم ارتباطات/مفاهمه داخلی که اداره مذکور دنبال مینماید، بستگی دارد. هرگاه سیستم متذکره بگونه واضح تعریف گردیده باشد، در آن صورت اداره مربوطه میتواند هم با مخاطبین خارجی خویش و هم با کارمندان داخلی خویش از ارتباطات/مفاهمه موثر برخوردار باشد. هرگاه قضیه بر عکس باشد و سیستم مذکور مبهم باشد، در آن صورت اداره مربوطه حین ارتباطات/مفاهمه داخلی و خارجی با چالش های فراوانی روبرو خواهد شد. بنابر این روشی که یک اداره توسط آن ارتباطات برقرار مینماید در واقع جز لاینفک موفقیت آن شمرده میشود.

این بخش بعد از یک مقدمه فشرده در پیوند با ارتباطات/مفاهمه داخلی و خارجی، در مورد روش های کلیدی وزارت دولت در امور شهدا و معلولین میپردازد که چگونه میتواند با استفاده از یک روش ارتباطات/مفاهمه به موقع و موثر خویش را هم در داخل وزارت و هم در خارج آن تنظیم و سازماندهی نماید. همچنان این بخش وزارت مذکور را در راستای دستیابی به مقاصد عمده سازمانی و ارتباطات/مفاهمه که تحت عنوان "اهداف و مقاصد" در ستراتیژی ارتباطات/مفاهمه خاطر نشان گردیده اند، یاری خواهد رساند.

1.9 ارتباطات/مفاهمه داخلی:

مفاهمه یا ارتباطات داخلی در واقع تبادله اطلاعات و ایده ها در داخل یک اداره میباشد و در اجرای وظایفی که در رسالت آن گنجانیده شده اند، نقش مرکزی ایفاء مینماید. پیام ها و اطلاعات در ارتباطات/مفاهمه داخلی میتوانند از طریق تماس های شخصی و برگزاری جلسات تبادله گردند. و یا هم میتوانند شکل ارتباطات/مفاهمه الکترونیکی مانند ایمیل و یا ارتباطات/مفاهمه از طریق سکایپ، واتس اپ، وایبر و سایر اپلیکیشن های تیلفون همراه، را به خود بگیرد. به همین ترتیب میتوان گفت که ارتباطات/مفاهمه داخلی میتواند رسمی و غیررسمی باشد و تبادله اطلاعات میتواند عمودی، افقی و یا جنبی باشند.

یک سیستم ارتباطات/مفاهمه داخلی که بگونه واضح تعریف گردیده باشد، در واقع کارمندان را کمک مینماید تا وظایف خویش را بگونه مثمر انجام دهند، با مخاطبین خارجی تماس منظم داشته باشند، در مورد ماموریت یا رسالت اداره وضاحت کامل داشته باشند، تا بتوانند مشکلات احتمالی را شناسایی و به آن رسیده گی

لازم نمایند. برای اینکه یک سیستم موثر ارتباطات/مفاهمه داخلی و گفتمان میان کارمندان وزارت در کابل و ولایات ایجاد گردد، کارمندان ارتباطات/مفاهمه وزارت مذکور روش های را که در بخش های فرعی ذیل ارائه گردیده اند، مدنظر خواهند گرفت.

انکشاف یک پلان ارتباطات/مفاهمه داخلی:

گام نخست عبارت از انکشاف یک پلان ارتباطات/مفاهمه داخلی میباشد که شامل موارد ذیل است: (1) اهداف ارتباطات/مفاهمه وزارت. (2) ابزار و پالیسی های ارتباطات/مفاهمه وزارت. (3) یک زمانبندی مشخص برای دستاورد ها، نظارت و راه اندازی رویداد ها. **خیلی ها حایز اهمیت است تا اهداف را میان دفاتر کابل و ولایات از همدیگر مجزا نمود.** زمانیکه پلان ارتباطات/مفاهمه داخلی انکشاف داده میشود، باید وزارت مذکور عوامل آتی را مدنظر داشته باشند:

(Specific) = (مشخص): هدف وزارت چیست؟ چند مراتبه پلانگذاری صورت خواهد گرفت؟ در کجا؟

(Measurable) = (قابل اندازه گیری): وزارت مذکور چگونه میتواند پیشرفت ها در برابر اهداف ارتباطات/مفاهمه را اندازه گیری نماید؟

(Attainable) = (قابل دستیابی): آیا با در نظر داشت منابع و شرایط موجود، اهداف وزارت قابل دستیابی اند؟

(Realistic) = (واقعینانه): آیا با در نظر داشت تشکیل و ظرفیت های موجود، وزارت مذکور پلانگذاری واقعینانه نموده است؟

(Timely) = (مبتنی بر زمان): آیا زمانبندی فعالیت های وزارت مذکور بگونه درست تعریف گردیده است و قابل دستیابی میباشد؟

ارتباطات/مفاهمه متقابل (دوجانبه):

ارتباطات/مفاهمه داخلی که صرف از بالا به پایین میباشد و عمدتاً از بلندترین قدمه مدیریت الی پایینترین قدمه آن صورت میگردد، در واقع موثر نخواهد بود. ارتباطات/مفاهمه متقابل یا دوجانبه که از بلندترین قدمه الی قدمه های بعدی تشکیل جریان پیدا مینماید و سپس از قدمه های پایینتر تشکیل الی قدمه های عالی ساختار اداره جریان پیدا میکند، در واقع برای ارتباطات/مفاهمه موثر داخلی خیلی ها حیاتی میباشد. کارمندان میخواهند بدانند که آنها میتوانند به اطلاعات پاسخ دهند، نگرانی های خویش را اظهار نمایند و بدین ترتیب مفکوره ها را انکشاف بخشند. وزارت مذکور باید وقت بگذارد تا روند ارتباطات/مفاهمه موثر را در سطح تمام دیپارتمنت ها و ریاست ها، بخصوص در پایین ترین قدمه تشویق نماید. جلسات هفته وار و نشست ها با کارمندان (ذیلآ به آن پرداخته خواهد شد) در واقع روش های مناسب برای انجام این کار تلقی میگردند.

ملاحظات مهم:

برای اینکه پلان ارتباطات/مفاهمه داخلی از موثریت بیشتر برخوردار باشد، پس باید جامع و سازگار باشد. باید همه شمول باشد و به همه کارمندان وزارت به شمول تمام شعبات داخلی و مهمتر از آن به دفاتر ولایتی رسیده گی نماید. افزون بر آن، کارمندان باید با پروتوکول های ارتباطات/مفاهمه آشنایی داشته باشند و با آن احساس راحتی نمایند. اینها شامل روش ها/ابزار مورد استفاده و زمانبندی مناسب پاسخدهی میباشد. وزارت مذکور باید در مورد یک شکل اولیه ارتباطات/مفاهمه توأم با یک حامی (بک اپ) آن توافق نماید. یک سیستم معیاری تبادل ایمل ها به عنوان ابزار اولیه ارتباطات/مفاهمه از موثریت زیاد برخوردار است، که میتوان از تماس تلفونی به عنوان گزینه حامی (بک اپ) استفاده به عمل آورد، البته در

موضوعات عاجل. استفاده از کانال های متعدد ارتباطات/مفاهمه مانند سکایپ، وایبر، ایمیل و پیام های تلفونی عدم کارآیی را به بار میآورد. مستند سازی و نگهداری تمام ارتباطات/مفاهمه از یک جانب برای موثریت فعالیت های یومیه مناسب میباشد و از جانب دیگر میتواند روند حل مشکلات/تفتیش را سهلتر میسازد. به همین ترتیب وزارت متذکره باید روی یک زمانبندی پاسخدهی توافق نماید، به عنوان مثال مدت 24 ساعت برای ایمیل و مدت 2 ساعت برای تماس های تلفونی. تمام کارمندان وزارت از مقام وزارت گرفته الی پایین ترین سطح آن، مکلف اند تا ابزار و زمانبندی های مورد نظر را مراعات نمایند.

ابزار:

سیستم ایمیل:

وزارت دولت در امور شهدا و معلولین یک سیستم معیاری را برای ارتباطات/مفاهمه داخلی و خارجی که از طریق ایمیل صورت میگیرد، ایجاد نماید. تمام کارمندان وزارت مذکور هم در کابل و هم در ولایات باید از ایمیل آدرس های رسمی مشخص برخوردار باشند. که شامل نام، تخلص، وظیفه، شماره تماس رسمی، ایمیل، نام و آدرس وزارت و ارتباط با وب سایت رسمی وزارت، میباشد.

نشست ها با کارمندان:

وزارت مذکور با کارمندان خویش حداقل یک نشست در هر ربع سال برگزار خواهند نمود. در این نشست ها معمولاً رئیسان و یا نماینده گان شعبات ذیربط در مورد پیشرفت ها و فعالیت های خویش گزارش ارائه خواهند نمود و از این فرصت برخوردار خواهند بود تا نگرانی های و توصیه های خویش را در میان بگذارند. اینگونه رویداد ها به وزارت فرصت خواهد داد تا روابط کاری را میان کارمندان خویش بهبود بخشد و یک فضای را فراهم نماید که طی آن روی مشکلاتیکه در برابر ارتباطات/مفاهمه موثر و جریان اطلاعات موانع ایجاد مینمایند، آزادانه بحث صورت خواهد گرفت و برای آنها راه های حل مناسب سراغ خواهد گردید. کارمندان ولایات نیز میتوانند در آن شرکت ورزند، زیرا این کار برای حصول اطمینان از برقراری تماس کارمندان با کابل و اینکه آیا اهداف و طرزالعامل ها با همدیگر همخوانی دارند یا خیر، از اهمیت زیادی برخوردار خواهد بود.

جلسات هفته وار کارمندان:

این وزارت باید با کارمندان خویش جلسات منظم هفته وار برگزار نماید. جلسات متذکره به مدیران بخش ها زمینه فراهم خواهند نمود تا راجع پیشرفت های فعالیت های هفته وار خویش و فعالیت های پلان شده خویش برای هفته آینده، گزارش ارائه نمایند. یک شخص مؤظف اجندای جلسات را از طریق ایمیل به تمام دریافت کننده گان مورد نظر ارسال خواهد نمود و سپس صورت جلسه با شرکت کننده گان در میان گذاشته خواهد شد.

کارمند شایسته ماه:

اعلام "کارمند شایسته ماه" در واقع یک راهکار مناسب برای ارتباطات/مفاهمه داخلی موثر میباشد. زمانیکه از تلاش های یک کارمند تقدیر به عمل میاید و موصوف تشویق میگردد تا کار های باکیفیت خویش را تداوم بخشد، یقیناً که روحیه کار گروهی در میان کارمندان تقویت میگردد. بنابر این وزارت مذکور یک تن از کارمندان کوشا خویش را به عنوان کارمند شایسته ماه انتخاب خواهد نمود و سپس سوانح وی را در وب سایت و پلتفرم های رسانه های اجتماعی نشر خواهد نمود.

2.9 ارتباطات/مفاهمه خارجی:

ارتباطات/مفاهمه خارجی در واقع آن شکل ارتباطات/مفاهمه میباشد که با افراد "خارج" از اداره صورت میگیرد. این مراجع بیرونی میتوانند افراد و نهاد های باشند که پیام های ارتباطات/مفاهمه اداره مربوطه را دریافت مینمایند. با استفاده از ارتباطات/مفاهمه خارجی یک اداره میتواند با افراد و نهاد های تماس داشته باشد که برای موفقیت اداره مربوطه ارزش حیاتی دارند. این همانا ارتباطات/مفاهمه خارجی است که افراد

خارج از اداره راجع به ماموریت/رسالت، اهداف، خدمات، فعالیت ها و بالاخره موجودیت فعال اداره مربوطه آگاهی حاصل مینمایند.

انکشاف یک پلان ارتباطات/مفاهمه خارجی:

نخستین گام عبارت از انکشاف یک پلان ارتباطات/مفاهمه خارجی میباشد. این در واقع پلان کاری خواهد بود که در بخش 11 از آن یاد آوری صورت گرفته است و علاوه بر آن اهداف ارتباطات/مفاهمه خارجی وزارت به عنوان مثال تعداد تمویل کننده گان جدید، تعداد قربانیان جنگ که جدیداً راجستر گردیده اند، تعداد مردمی که به آنها رسیده گی صورت گرفته است و بالاخره تعداد نهاد های دولتی دخیل را نیز دربر خواهد داشت. **خیلی ها حایز اهمیت است تا اهداف و اقدامات کلیدی را میان دفاتر کابل و ولایات از همدیگر مجزا نمود.** زمانیکه پلان ارتباطات/مفاهمه خارجی انکشاف داده میشود، باید وزارت مذکور عوامل آتی را مدنظر داشته باشند:

(Specific) = (مشخص): هدف وزارت چیست؟ چند مراتبه پلانگذاری صورت خواهد گرفت؟ در کجا؟ کی ها مسؤولیت آنرا بر عهده دارند؟

(Measurable) = (قابل اندازه گیری): وزارت مذکور چگونه میتواند موثریت و رسیده گی خویش را اندازه گیری نماید؟

(Attainable) = (قابل دستیابی): آیا با در نظر داشت منابع و شرایط موجود، اهداف وزارت قابل دستیابی اند؟

(Realistic) = (واقعینانه): آیا با در نظر داشت تشکیل و ظرفیت های موجود، وزارت مذکور پلانگذاری واقعینانه نموده است؟

(Timely) = (مبتنی بر زمان): آیا زمانبندی فعالیت های وزارت مذکور بگونه درست تعریف گردیده است و قابل دستیابی میباشد؟

ابزار:

برای اینکه بتوانیم با افراد بیرون از اداره ارتباطات/مفاهمه مناسب داشته باشیم، ابزار و روش های متعدد مورد استفاده قرار گرفته اند. عمده ترین ابزار و روش های که برای ارتباطات/مفاهمه خارجی استفاده گردیده اند شامل ارتباط عامه، ارتباط با رسانه ها، کانفرانس های مطبوعاتی، جلسات با دست اندرکاران، محتویات وب سایت و محتویات رسانه های اجتماعی، اعلامیه های مطبوعاتی، ایمیل ها و غیره میباشد. این وزارت برای ارتباطات/مفاهمه خارجی خویش از روش های ذیل استفاده به عمل خواهد آورد، تا اطمینان حاصل گردد که آنها میتوانند دست اندرکاران و مردم افغانستان را بگونه موثر و عندالموقع در آن سهیم سازند.

وب سایت وزارت دولت در امور شهدا و معلولین:

این وزارت پیام ها و اطلاعات خویش را با مخاطبین خارجی خویش از طریق وب سایت خویش در میان خواهند گذاشت. این صفحه به عنوان وب سایت رسمی وزارت مذکور به کار برده خواهد شد، تا مردم بتوانند به معلومات واقعینانه را در مورد فعالیت های این وزارت دسترسی داشته باشند. افزون بر آن، برای اینکه وب سایت یاد شده بتواند به عنوان یک ابزار موثر ارتباطات/مفاهمه خارجی عمل نماید، خیلی ها حایز اهمیت میباشد تا ارتباطات/مفاهمه متقابل (دوجانبه) و مبتنی بر نتایج را با مخاطبین خویش تامین و تعمیم نماید.

پلاتفارم های رسانه های اجتماعی:

رسانه های اجتماعی یکی از بهترین ابزار ارتباطات/مفاهمه خارجی تلقی میگردند. طی چند سال گذشته فیسبوک و تویتر به عنوان دو ابزار موثر ارتباطات/مفاهمه برای نهاد ها عرض اندام نموده اند و بدین ترتیب راه خویش را برای تامین و تعمیم ارتباطات/مفاهمه موثر با مخاطبین باز نموده اند. در حال حاضر، این دو پلاتفارم یاد شده در واقع برای ارتباطات/مفاهمه خارجی ابزار موثر و کم هزینه پنداشته میشوند. بنابر این وزارت مذکور از فیسبوک و تویتر به عنوان دو پلاتفارم که میتواند به مخاطبین خارجی آن در مورد خدمات، فعالیت ها و اهداف کلیدی وزارت اطلاع رسانی نماید، استفاده به عمل خواهد آورد.

ایمیل ها:

به همین ترتیب وزارت مذکور از تبادل ایمیل به عنوان ابزار کلیدی ارتباطات/مفاهمه خارجی استفاده به عمل خواهد آورد و دست اندرکاران خویش را در آن سهیم خواهند ساخت. کارمندان وزارت در کابل و ولایات از یک سیستم واحد تبادل ایمیل برخوردار خواهند بود، البته همانگونه که در بخش فرعی " ارتباطات/مفاهمه داخلی" به آن پرداخته شده است.

یک خبرنامه ربوعار به منظور اطلاع رسانی به دست اندرکاران منجمله مستفیدین احتمالی، اعضای خانواده های ایشان، تمویل کننده گان و سایر وزارت های ذیربط دولتی، پیرامن فعالیت های و دستاورد های وزارت دولت در امور شهدا و معلولین انکشاف داده خواهد شد. علامت هویت و بازاریابی باید در تمام ارتباطات/مفاهمه که از طریق ایمیل صورت میگیرند، مدنظر گرفته شود.

کانفرانس های مطبوعاتی:

اشتراک در کانفرانس های مطبوعاتی نیز به عنوان یک روش موثر رسیده گی به مخاطبین خارجی و تبادل پیام های کلیدی وزارت شناخته میشود. منسوبین عالیرتبه وزارت مذکور در کانفرانس های مطبوعاتی شرکت خواهند ورزید و پیام های این وزارت را با کتله بزرگ مردم در میان خواهند گذاشت. به همین ترتیب شرکت کننده گان اینگونه کانفرانس ها زمینه را منسوبین وزارت فراهم خواهند نمود تا با رسانه های محلی، ملی و بین المللی روابط خویش را گسترش بخشند. دیپارتمنت مفاهمه و ارتباط عامه وزارت یک پلانی را آماده خواهند ساخت تا کانفرانس های مطبوعاتی پلان شده را ردیابی نمایند، تا اطمینان حاصل گردد که اطلاعات دلچسپ در اختیار رسانه ها قرار گیرند.

رسیده گی به رسانه ها:

تامین و تعمیم رابط با رسانه ها برای اهداف ارتباطات/مفاهمه وزارت ارزش حیاتی دارد. هرگاه رسانه ها بگونه درست مدیریت شوند، آنها میتوانند به عنوان یک تیم کاری خارج از نهاد ما را در کارهای که در داخل وزارت انجام میدهم، یاری رسانند. بنابر این وزارت مذکور باید روی پوشش های رسانه یی باپرداخت و بدون پرداخت تمرکز نماید. دستیابی به پوشش باپرداخت رسانه یی مانند اعلانات خدمات عامه یا (PSAs) و اعلانات چاپی، در واقع کار دشوار به نظر نمیرسد، اما چیزیکه برای تیم ارتباطات/مفاهمه وزارت نیاز است اینست تا با کانال های رسانه یی شناخته شده اعتماد ایجاد نماید و با یکی از افراد آنها به عنوان مسؤل ارتباطات دوستی برقرار نماید، تا از زمان و قیمت های مناسب سود ببرند. دستیابی به رسانه های بدون پرداخت، اندکی دشوار میباشد، اما این وزارت بنابر مساعدت برای قربانیان جنگ، به شمول داستان های متعدد آنها که رسانه ها همواره در جستجوی آنها اند، از یک مزیت خارق العاده برخوردار است. بنابر این وزارت مذکور داستان های مثبت را در مورد معلولین و بازمانده گان شهدا که از طریق این وزارت مساعدت دریافت مینمایند، در اختیار رسانه ها قرار خواهند داد. قابل تذکر است که از این امر هم وزارت و هم رسانه ها سود خواهند برد. طوری پنداشته میشود که عده زیادی از مردم از این داستان ها آگاهی حاصل خواهند نمود و بدین ترتیب در مقایسه به رسانه هایی که به آن پول پرداخته میشود، از پیامد های مثبت بیشتر برخوردار خواهد بود.

مرکز تماس:

یک مرکز تماس در واقع یک گزینه برای برقراری ارتباط با مخاطبین مورد نظر میباشد، علی الخصوص با مستفیدین احتمالی و اعضای خانواده آنها. اما نقطه عطف اینست که مراکز تماس عمدتاً به منابع مهم و مستندسازی موثر نیاز دارد. زیرا هرگاه درخواست ها، شکایات و ثبت نام معیوبین و بازمانده گان شهدا از طریق مرکز تماس که ناقص باشد و بگونه درست پیگیری نگردد، پروسس میشوند، در آن صورت خطر آن وجود دارد که به اعتماد و اعتبار وزارت مذکور لطمه جدی وارد گردد. در عوض وزارت متذکره میتواند این را مدنظر داشته باشد که تبصره های فیسبوک شهروندان را بررسی و تحلیل نمایند، تا بدین وسیله برداشت ها، نیازمندیها و واقعیت های محلی را بدون آنکه خود را در معرض خطر ناکامی ارتباطات عامه قرار دهد، بررسی و تحلیل نمایند.

کانال تلویزیونی وزارت دولت در امور شهدا و معلولین:

وزارت مذکور میتواند یک کانال تلویزیونی مجهز را مدنظر داشته باشد. یک کانال اختصاصی عمدتاً مستلزم طرح ریزی، تولید و پخش نشراتی میباشد که از کیفیت عالی برخوردار باشند. با توجه به منابع مالی محدود که وزارت مذکور در اختیار دارد، اعلانات خدمات عامه که میتوان آنرا از طریق دستگاه های تلویزیونی پخش نمود، در واقع بیشتر موثر خواهند بود و با بودجه موجوده سازگاری خواهند داشت.

سفر های ولایتی و ولسوالی:

بازدید های ساحوی و ملاقات های رو در رو به عنوان موثرترین ابزار ارتباطات/مفاهمه خارجی تلقی میگردند. با در نظر داشت بودجه ارتباطات/مفاهمه وزارت، منسوبین این وزارت به ولایات مختلف و در صورت امکان به مراکز ولسوالی ها سفر خواهند نمود و مستقیماً با هموطنان ما صحبت خواهند نمود. سپس نتایج سفر های یاد شده در وب سایت رسمی و پلانفارم های رسانه های اجتماعی بدست نشر سپرده خواهند شد.

3.9 هماهنگی با سایر وزارت ها:

وزارت های دولت و واحد های مربوطه آن در ولایات در واقع مخاطبین کلیدی خارجی شناخته میشوند. خاصاً وزارت دولت در امور شهدا و معلولین با وزارت صحت عامه، وزارت معارف، وزارت امور زنان و وزارت تحصیلات عالی روابط نزدیک دارد. برای اینکه بتوانیم میان این وزارت و سایر نهاد های دولتی ارتباطات و تبادل اطلاعات موثر داشته باشیم، باید کارمندان این وزارت نکات آتی را مدنظر داشته باشند:

- ایجاد نقطه تماس با وزارت های کلیدی.
- تداوم ارتباطات/مفاهمه مکرر با استفاده از ایمیل با مسئولین ارتباطات نهاد های مذکور، منجمله معلومات تازه، سوالات و دعوت نمودن به جلسات مرتبط به آنها.
- شرکت در جلسات هماهنگی خارجی با وزارت های کلیدی.
- پلانگذاری سالانه/ربعوار جلسات هماهنگی و دعوت نمودن وزارت های کلیدی.
- بازتاب دادن مشارکت با وزارت های کلیدی در محصولات رسانه یی، به منظور تشویق همکاری های بیشتر آنها.
- انکشاف پلان های هماهنگی میان نهاد های ذیربط برای دفاتر ولایتی.
- تاکید در مورد اهمیت جلسات هماهنگی میان نهاد های ذیربط و جلسات با کارمندان و همایش های ربعوار.
- کار روی ایجاد فرهنگ داخلی همکاری ها میان نهاد های ذیربط.

4.9 ارتباطات/مفاهمه با تمویل کننده گان:

تمویل کننده گان و یا شرکای تمویل نیز به عنوان مخاطبین اولیه وزارت مذکور پنداشته میشوند. ارتباطات/مفاهمه به موقع و موثر میان این وزارت و شرکای تمویل احتمالی آن در واقع کلید پلانگذاری و

تطبيق موفقانه کمپاین های ارتباطات/مفاهمه و آگاهی عامه آینده میباشد. از طریق هماهنگی و جلسات تخنیکي منظم ميتوان ایمیل ها را بگونه موثر تبادل نمود و به تمويل کننده گان گزارش ارائه نمود، که نشان دهنده شفافیت در نتایج حاصله از تطبيق فعالیت های وزارت مذکور میباشد. بنابر این وزارت متذکره یک سیستم موثر و کارآ ارتباطات/مفاهمه را برای تمويل کننده گان اولیه و احتمالی خویش رویدست خواهد گرفت. مطالب رسانه یی که ارائه کننده داستان های موفق و دستاورد های کلیدی میباشند نیز برای بلند بردن سطح آگاهی حیاتی بوده و اعتبار وزارت مذکور را در میان تمويل کننده گان بلند میبرد. پس لازم است تا از اعتماد به نفس کار گرفته شود و مطالب رسانه یی را با تمويل کننده گان در میان گذاشت، تا کارکرد های وزارت مذکور به چشم آنها بخورند.

10. بودجه:

در بخش ذیل بودجه مورد نیاز برای ستراتیژی ارتباطات/مفاهمه وزارت دولت در امور شهدا و معلولین گنجانیده شده است. وزارت مذکور باید هزینه های فعالیت های ارتباطات/مفاهمه و بودجه تخصیص داده شده به فعالیت های متذکره و رویداد های که در بخش "پلان کاری" توضیح گردیده اند، مدنظر داشته باشد. منابع مالی که برای راه اندازی کمپاین های ارتباطات/مفاهمه وزارت در اختیار قرار دارد، میتواند بودجه یی باشد که به وزارت مذکور جهت انجام فعالیت های ارتباطات/مفاهمه، اطلاع رسانی و ارتباطات عامه اختصاص داده شده است. و یا هم میتواند بودجه یی باشد که از جانب نهاد های ملی و بین المللی تمويل میگردد. فرمت بودجه که در قسمت ذیل ارائه گردیده است، در واقع این وزارت را در راستای تخمین بودجه برای ستراتیژی ارتباطات/مفاهمه و هرگونه آماده گی های بودجوی دیگر، یاری خواهد رساند.

| فعالیت های ارتباطات/مفاهمه | | | | | | | |
|--|---|------|------------------|-------------------|-----------|------------|-------------|
| شماره | فعالیت | واحد | دفعات/زمان تخصیص | مقدار برای یک بار | قیمت واحد | منبع تمويل | مجموع بودجه |
| محصولات چاپی | | | | | | | |
| 1 | پوستر ها | | | | | | |
| 2 | برگه های معلوماتی | | | | | | |
| 3 | کتاب های تصویری | | | | | | |
| 4 | تخته های اعلانات | | | | | | |
| رسانه های آنلاین/اجتماعی | | | | | | | |
| 5 | ایجاد وب سایت | | | | | | |
| 6 | ایجاد صفحه فیسبوک | | | | | | |
| 7 | ایجاد حساب تویتر | | | | | | |
| 8 | گسترش صفحه فیسبوک و حساب تویتر | | | | | | |
| رسانه های نشراتی / رابدو و تلویزیون | | | | | | | |
| 9 | طرح ریزی، تولید و پخش اعلانات خدمات عامه (PSAs) رادیویی | | | | | | |

| | | | | | | | |
|---|--|--|--|--|--|---|----|
| | | | | | | طرح ریزی، تولید و پخش نکته های تلویزیونی | 10 |
| رویداد های سهم ساختن مردم/ شبکه سازی | | | | | | | |
| | | | | | | پلانگذاری و برگزاری 4 رویداد شبکه سازی | 11 |
| | | | | | | تجلیل از تعطیلات عمومی | 12 |
| | | | | | | مجموعه | |

11. پلان کاری:

در قسمت ذیل یک پلان یک ساله برای تطبیق فعالیت ها و ستراتیژی ارتباطات/مفاهمه ارائه گردیده است. فعالیت های ارتباطات/مفاهمه که در این پلان کاری گنجانیده شده اند، در واقع فعالیت های اند که توسط اشتراک کننده گان مباحثات متمرکز گروهی و ورکشاپ های اشتراکی پیشنهاد گردیده اند. قابل یاد آور است که فعالیت های شامل در پلان ذیل، طی یک کمپاین یک ساله طرح ریزی، پلانگذاری، تطبیق و نظارت و ارزیابی خواهند گردید. در صورتیکه مقدار بودجه اختصاص شده مشخص میبود، یقیناً که پلانگذاری واقعی فعالیت ها بیشتر واضح و واقعبینانه میبود. باید گفت که فعالیت های پلانگذاری شده در این پلان کاری، صرف تخمینی بوده و کارمندان بخش ارتباطات/مفاهمه این وزارت عندالموقع در آن تغییرات و تعدیلات لازم خواهند آورد.

| شماره | فعالیت ارتباطات/مفاهمه | شاخص | طرق/کانال | مرام | مخاطبین مورد هدف | بام/موضوعات کلیدی | شخص مسؤول | زمانبندی / دفعات | | | | | | | | | | | |
|-----------------------|------------------------|---|---|--|----------------------------------|---|--|------------------|-------|--------|--------|--------|--------|--------|-------|------|-------|-----|-----|
| | | | | | | | | جولای | اکتبر | سپتمبر | اکتوبر | نوامبر | دسامبر | ژانویه | فوریه | مارچ | اپریل | مئی | جون |
| رسانه های چاپی | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | پوسترها | تجدید، چاپ و توزیع برگه معلوماتی (فکت شیت) وزارت | ارائه مستقیم و توزیع از طریق ایمیل | در میان گذاشتن تصویر، ماموریت/رسائل و دستاورد های وزارت از طریق دست اندرکاران آن | تمام مخاطبین خارجی و داخلی وزارت | مقاصد ارتباطات/مفاهمه، دستاورد ها، پلان ها و فعالیت های کلیدی وزارت | کارشناس انکشاف محتویات/کارشناس رسانه های اجتماعی و ارتباطات/مفاهمه | | | | | | | | | | | | |
| 2 | برگه های معلوماتی | در میان گذاشتن دست آورد های کلیدی، پلان ها و فعالیت های وزارت با مخاطبین و دست اندرکاران کلیدی آن، با استفاده از کاپی | ارائه مستقیم و نشر آن از طریق وب سایت و توزیع از طریق ایمیل | در میان گذاشتن تصویر، دستاورد ها، پلان ها، پالیسی ها و فعالیت های وزارت از طریق دست اندرکاران آن | تمام مخاطبین خارجی و داخلی وزارت | مقاصد ارتباطات/مفاهمه، دستاورد ها، پلان ها و فعالیت های کلیدی وزارت | کارشناس انکشاف محتویات/کارشناس رسانه های اجتماعی و ارتباطات/مفاهمه | | | | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---------------------------------|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|---|---|--|--|--|---------------------------|---|--|
| | | | | | | | | | | | | | | | های چاپی و نرم افزاری | | | |
| | | | | | | | | | | کارشناس انکشاف محتویات/کار شناس رسانه های اجتماعی و ارتباطات/مفاه مه/طراح/کار شناس اطلاعات و هماهنگی ولایتی | مقاصد ارتباطات/مفاه مه، دستاورد ها، پلان ها و فعالیت های کلیدی وزارت | مخاطبین داخلی، مراجعین، و دست اندرکارن کلیدی و شرکای تمویل کننده | در میان گذاشتن تصویر، دستاورد ها، پلان ها، پالیسی ها و فعالیت های وزارت از طریق دست اندرکاران آن | ارائه مستقیم و نشر آن از طریق وب سایت و توزیع از طریق ایمیل | در میان گذاشتن دست آورد های کلیدی، پلان ها و فعالیت های وزارت با مخاطبین، با استفاده از طرح ریزی و چاپ کتاب های تصویری برای دو مرتبه حین دوره کمپاین | کتاب های تصویر | 3 | |
| | | | | | | | | | | کارشناس انکشاف محتویات/کار شناس رسانه های اجتماعی و ارتباطات/مفاه مه/طراح | مقاصد ارتباطات/مفاه مه، دستاورد ها، پلان ها و فعالیت های کلیدی وزارت | مخاطبین داخلی، مراجعین، و دست اندرکارن کلیدی و شرکای تمویل کننده | در میان گذاشتن تصویر، دیدگاه، ماموریت/رسال ت و فعالیت های وزارت از طریق دست اندرکاران آن | کاپی های چاپی/ایمیل | در میان گذاشتن پلان ها، پالیسی فعالیت ها و ماموریت/رسالت وزارت با مخاطبین که در مورد مساعدت به قربانیان جنگ آگاهی دارند | بروشور ها | 4 | |
| | | | | | | | | | | کارشناس انکشاف محتویات/کار شناس رسانه های اجتماعی و ارتباطات/مفاه مه/طراح | مقاصد ارتباطات/مفاه مه، دستاورد ها، پلان ها و فعالیت های کلیدی وزارت | تمام مخاطبین خارجی و داخلی وزارت | در میان گذاشتن تصویر، دیدگاه، ماموریت/رسال ت و دستاورد های وزارت از طریق دست اندرکاران آن | تخته های اعلانات | در میان گذاشتن پلان ها، پالیسی فعالیت ها و ماموریت/رسالت وزارت با مخاطبین که در مورد مساعدت به قربانیان جنگ آگاهی دارند | تخته اعلانات | 5 | |
| رسانه های آنلاین/اجتماعی | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | طراح وب سایت، کارشناسان رسانه های آنلاین | مقاصد ارتباطات/مفاه مه، دستاورد ها، پلان ها و فعالیت های کلیدی وزارت | مخاطبین آنلاین | حضور فعال آنلاین وزارت | آنلاین | انکشاف وب سایت وزارت | ایجاد وب سایت وزارت | 6 | |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|---|---|--|--|----------|--|----------------------------------|----|
| | | | | | | | | | | | کارشناس رسانه های اجتماعی و ارتباطات/مفاهمه | مقاصد ارتباطات/مفاهمه، دستاورد ها، پلان ها و فعالیت های کلیدی وزارت | مخاطبین آنلاین | افزایش حضور فعال وزارت رسانه های اجتماعی | آنلاین | انکشاف صفحه فیسبوک وزارت | ایجاد صفحه فیسبوک وزارت | 7 |
| | | | | | | | | | | | کارشناس رسانه های اجتماعی و ارتباطات/مفاهمه | مقاصد ارتباطات/مفاهمه، دستاورد ها، پلان ها و فعالیت های کلیدی وزارت | مخاطبین آنلاین | افزایش رسیده گی وزارت از طریق رسانه های اجتماعی | انلاین | در میان گذاشتن تصویر وزارت با مخاطبین مورد نظر از طریق تویتز | ایجاد حساب تویتز وزارت | 8 |
| | | | | | | | | | | | کارشناس رسانه های اجتماعی و ارتباطات/مفاهمه | مقاصد ارتباطات/مفاهمه، دستاورد ها، پلان ها و فعالیت های کلیدی وزارت | کارمندان داخلی و دست اندرکاران کلیدی وزارت | ارتباطات/مفاهمه تمام کارمندان وزارت برای ایجاد تیم موثر کاری، با استفاده از سیستم معیاری ایمیل | ایمیل | سهمگیری کارمندان وزارت در ایجاد تیم کاری موثر | ایجاد سیستم معیاری ایمیل | 9 |
| نشرات رادیویی/تلویزیونی | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | کارشناس انکشاف محتویات/کارشناس رسانه های اجتماعی و ارتباطات/مفاهمه/طراح | مقاصد ارتباطات/مفاهمه، دستاورد ها، پلان ها و فعالیت های کلیدی وزارت | تمام مخاطبین خارجی و داخلی وزارت | آگاهی داشتن اماکن عامه در مورد اعلانات خدمات عامه و نقش ها و مسؤولیت ها و خدمات وزارت | رادیو | در میان گذاشتن ماموریت/رسالت و اعلانات خدمات عامه وزارت از طریق دست اندرکاران و مخاطبین خارجی آن | اعلانات خدمات عامه (PSA) رادیویی | 10 |
| | | | | | | | | | | | کارشناس انکشاف محتویات/کارشناس رسانه های اجتماعی و ارتباطات/مفاهمه/طراح | مقاصد ارتباطات/مفاهمه، دستاورد ها، پلان ها و فعالیت های کلیدی وزارت | تمام مخاطبین خارجی و داخلی وزارت | آگاهی داشتن اماکن عامه در مورد اعلانات خدمات عامه و نقش ها و مسؤولیت ها و خدمات وزارت | تلویزیون | در میان گذاشتن ماموریت/رسالت و اعلانات خدمات عامه وزارت از طریق دست اندرکاران آن | نکته های تلویزیونی | 11 |
| همایش ها / رویداد های شبکه سازی | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|---|-----------------|---|------------------------------|----|
| | | | | | | | | | | | دیپارتمنت ارتباطات/مفاه مه و آگاهی عامه وزارت | مقاصد ارتباطات/مفاه مه، دست‌آورد ها، پلان ها و فعالیت های کلیدی وزارت | تمام مخاطبین خارجی و داخلی وزارت | آگاهی داشتن اماکن عامه در مورد اعلانات خدمات عامه و نقش ها و مسئولیت ها و خدمات وزارت | سهمگیری مردم | برگزاری نشست های سالون شهری و ارائه پیام های کلیدی به مردم | نشست های سالون شهری | 12 |
| | | | | | | | | | | | دیپارتمنت ارتباطات/مفاه مه و آگاهی عامه وزارت | مقاصد ارتباطات/مفاه مه، دست‌آورد ها، پلان ها و فعالیت های کلیدی وزارت | تمام مخاطبین خارجی و داخلی وزارت | آگاهی داشتن اماکن عامه در مورد اعلانات خدمات عامه و نقش ها و مسئولیت ها و خدمات وزارت | همایش ها | تجلیل نمودن از تعطیلات عمومی (به ویژه عید سعید فطر، عید سعید اضحی و نوروز) | تجلیل از تعطیلات عمومی | 13 |

12. نظارت و ارزیابی:

بدون نظارت و ارزیابی، تصمیم گیری در مورد اینکه آیا فعالیت های ارتباطات/مفاهمه که در این استراتژی بازتاب یافته اند، بگونه درست تطبیق گردیده اند و یا اینکه آیا آنها توانسته اند نتایج متوقع را بدست آورند یا خیر، چالش برانگیز خواهد بود. بنابر این وزارت دولت در امور شهدا و معلولین نظارت منظم راه اندازی خواهد نمود و فعالیت های ارتباطات/مفاهمه خویش را مورد ارزیابی قرار خواهند داد، تا از دستیابی به اهداف و مقاصد اطمینان حاصل گردد.

1.12 تفتیش ارتباطات/مفاهمه:

با توجه به پلان کارکنان و بودجه وزارت، این وزارت یک تیم را برای نظارت و ارزیابی استراتژی توظیف خواهد نمود. این کار را میتواند در داخل وزارت انجام دهد و یا هم اینکه آنرا به یک شرکت عرضه کننده خدمات نظارت و ارزیابی واگذار خواهد نمود. معمولاً یک مرجع داخلی برای ارتباطات/مفاهمه داخلی و یک مرجع خارجی برای ارتباطات/مفاهمه خارجی موثر اند. بناً میتوان گفت که محدودیت های بودجوی سبب خواهد شد تا برای هر دو هدف از منابع داخلی استفاده به عمل آید، و این چیزی است که قابل قبول همه میباشد. در جریان مرحله پخش و توزیع استراتژی، تیم مؤظف نظارت منظم برگزار خواهد نمود، تا اطمینان حاصل گردد که فعالیت ها مطابق با پلان، طرح ریزی، پلانگذاری و توزیع گردیده اند و میتوانند به نتایج متوقع دست یابند.

روند تفتیش شامل موارد آتی خواهد بود:

ارتباطات/مفاهمه داخلی:

- 1) راه اندازی تحلیل (SMART).
- 2) برگزاری مصاحبه های کلیدی در مورد ارتباطات/مفاهمه با 10 تن کارمندان در تمام سطوح، به شمول کارمندان دفاتر ولایتی.
- 3) توحید نمودن یافته های دستاورد ها، خلاء ها و توصیه ها، به منظور تعدیلات.
- 4) تطبیق یافته ها توسط کارمندان مربوطه وزارت.

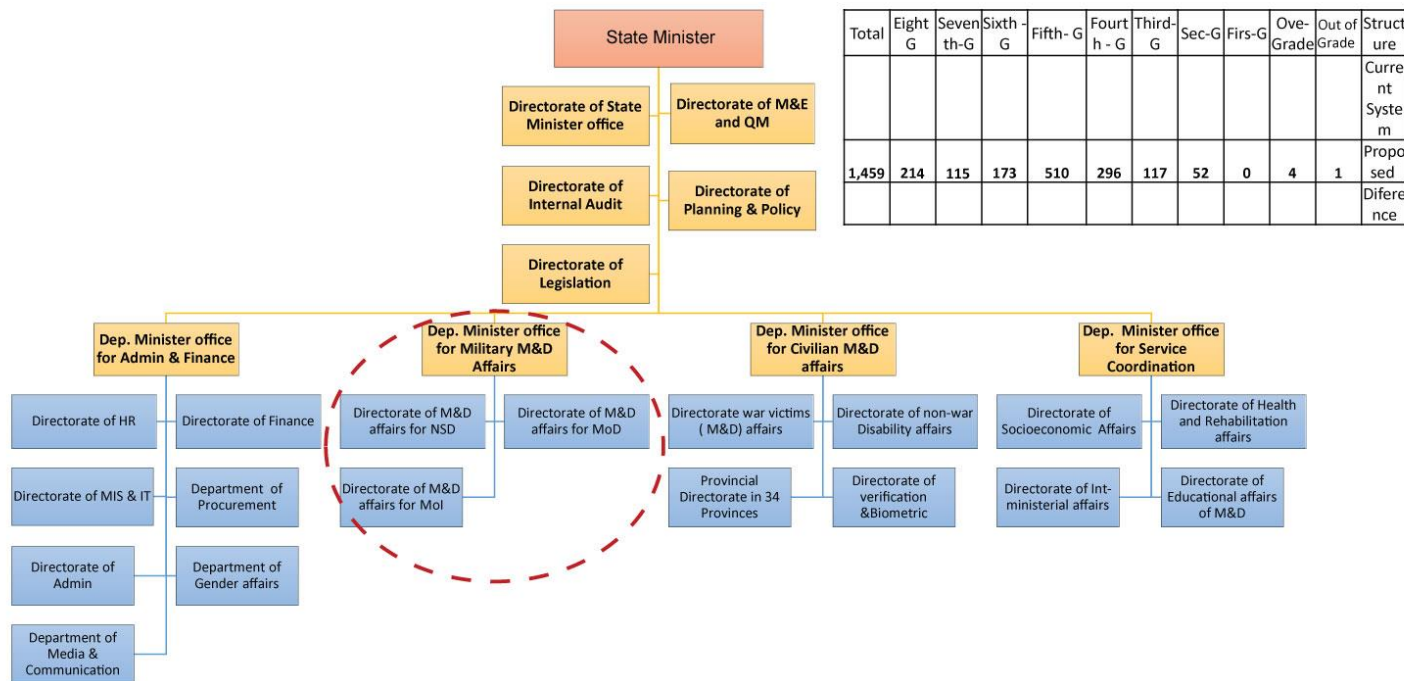
ارتباطات/مفاهمه خارجی:

- 1) تحلیل موثریت ابزار ارتباطات/مفاهمه خارجی.
- 2) بررسی کیفیت محصولات رسانه پی.
- 3) شناسایی اینکه آیا نیاز به ابزار ارتباطات/مفاهمه جاگزین و اضافی موجود است و لازم است تا در آن تعدیلات وارد گردد یا خیر.
- 4) حصول اطمینان از سازگاری در بودجه.
- 5) تطبیق تغییرات مورد نیاز توسط کارمندان مربوطه وزارت.

ضمیمه اول: چارت تشکیلاتی:

تشکیل پیشنهادی وزارت دولت در امور شهدا و معلولین

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 |

ضمیمه دوم: علامت هویت و بازاریابی:

مواد آگاهی دهی و ارتباطات/مفاهمه که از وزارت دولت در امور شهدا و معلولین بیرون میشوند و بدسترس مخاطبین مورد هدف قرار میگیرند، باید با در نظر داشت پالیسی علامت هویت وزارت علامت گذاری شوند. وزارت مذکور تمام کارمندان خویش را تشویق مینمایند تا ملاحظات ذیل را در تمام فعالیت های ارتباطات/مفاهمه و آگاهی دهی مدنظر داشته باشند:

ایمیل:

برای استفاده رسمی معمولاً از مایکروسافت اوت لوک استفاده به عمل خواهد آمد.

فونت توصیه شده برای زبان انگلیسی:

- ایریل (Arial).
- کالیبری (Calibri).

فونت توصیه شده برای زبان های دری و پشتو:

- تایم نیو رومان (Time New Roman).

اندازه توصیه شده فونت "11" میباشد.

محل امضاء ایمیل:

برای محل امضاء ایمیل باید از فونت کاندارا " Candara " استفاده شود. اندازه فونت برای اسم و وظیفه باید "14" باشد، در حالیکه برای اجزای باقیمانده آن اندازه "10" مناسب میباشد.

- اسم
- وظیفه
- تفصیل و لوگو/نشان وزارت
- جزئیات تماس (ایمیل و شماره تلفون)

| | |
|---|-----------------------------------|
| Name: | اسم |
| Designation: | وظیفه |
| State Ministry for Martyrs and Disabled Affairs | وزارت دولت در امور شهدا و معلولین |
| Phone: | شماره تماس |
| Email: | ایمیل |

www.mmd.gov.af

اسناد:

این وزارت میخواهد تا اسناد مورد نظر با رهنمود های ذیل نوعیت هویت مطابقت داشته باشند.

فونت:

فونت توصیه شده برای زبان انگلیسی:

- ایریل (Arial).
- کالیبری (Calibri).
- کاندارا (Candara).

فونت توصیه شده برای زبان های دری و پشتو:

- ایریل (Arial).
- تایم نیو رومان (Time New Roman).

اندازه فونت: اندازه های فونت باید در هرگونه اسنادی که باشند، با همدیگر همخوانی داشته باشند.

- در پرزنتیشن ها، برای صفحه نخست از اندازه فونت "40" استفاده نمایید.
- در پرزنتیشن ها، برای عناوین سلاید ها از اندازه فونت "40" استفاده نمایید.
- در پرزنتیشن ها، برای سلاید های محتویات از اندازه فونت "24" استفاده نمایید.
- در سایر اسناد، از اندازه فونت "11" استفاده نمایید.
- در بروشور ها، از اندازه فونت "10" استفاده نمایید.
- در کارت های معرفت، از اندازه فونت "8" استفاده نمایید.
- برای عناوین داستان های موفق، از اندازه فونت "28" استفاده نمایید.
- برای محتویات داستان های موفق، از اندازه فونت "11" استفاده نمایید.
- برای زیرنویس تصاویر داستان های موفق، از اندازه فونت "11" استفاده نمایید.

مواد آگاهی دهی:

تمام اندازه های فونت در هرگونه اسناد باید مطابق فونت منظور شده وزارت باشد.

اندازه فونت:

اندازه نارمل فونت "11" میباشد.

رنگ متن:

رنگ نارمل متن سیاه میباشد.

تصاویر:

تصاویر جز لاینفک ارتباطات/مفاهمه وزارت شناخته میشوند. ما همه را تشویق مینماییم تا از هرگونه فعالیت ها و خدماتیکه ما عرضه مینماییم، تصویربرداری نمایید، تا بتواند موفقیت های ما را به تصویر بکشند. تصاویری که در اسناد تحریری گنجانیده میشوند باید زیرنویس داشته باشند.

تمام زیرنویس ها باید مطابق فونت توصیه شده وزارت یعنی ایتالیک (*Italic*) که اندازه آن "10" باشند.

هیدر ها و پاورقی ها:

در هیدر صفحه نخست تمام اسناد وزارت باید لوگو/نشان وزارت گنجانیده شود. هرگاه اسناد بیشتر از یک صفحه باشند، در آن صورت باید صفحات بعدی نام سند مذکور را در هیدر خود داشته باشند.

در پاورقی های تمام اسناد وزارت باید نام کامل وزارت "وزارت دولت در امور شهدا و معلولین" و وبسایت وزارت "www.mmd.gov.af" گنجانیده شود.

لوگو/نشان:

نشان دولتی جمهوری اسلامی افغانستان باید در تمام مواد آگاهی دهی که به بیرون از وزارت فرستاده میشوند، موجود باشد. علاوه بر آن، هرگاه یکی از نهاد های خارج از وزارت، در خصوص فعالیت های قبلاً معین شده، خواهان حمایت یا فراهم نمودن مساعدت های تخنیکی/مالی باشد، در آن صورت شما میتوانید لوگو/نشان آنها مطابق با رهنمود های نوعیت هویت در اسناد مربوطه علاوه نمایید.

نشان دولتی جمهوری اسلامی افغانستان باید همواره در مقابل یک پس منظر سفید جاسازی شود. و هیچگاه نباید در مقابل یک پس منظر رنگه استفاده شود.

کارت های معرفت:

کارت های معرفت معمولاً دارای یک لوگو/نشان میباشد که نماینده گی از وزارت دولت در امور شهدا و معلولین دولت جمهوری اسلامی افغانستان مینماید. این لوگو/نشان باید با در نظر داشت فارمت (PNG) در زوایه فوقانی کارت معرفت جاسازی گردد.

کارت های معرفت معمولاً دوطرفه چاپ میشوند. طرف که در آن به زبان انگلیسی تحریر میگردد، باید به عنوان طرف اصلی یا برجا باقی بماند، در حالیکه طرف دوم آن میتواند یا به زبان پشتو و یا هم به زبان دری چاپ شود، البته بر مبنای تقاضای حامل کارت.

معلوماتی که در کارت گنجانیده میشود به اسم، وظیفه، شماره تلفون همراه و ایمیل آدرس حامل کارت محدود میباشد. نباید هیچگونه معلومات اضافی مانند: نام سکایپ، شماره های تماس و ایمیل آدرس های اضافی، در کارت معرفت گنجانیده شوند.

ابعاد کارت فعلی وزارت (3.5 x 2") میباشد. طرح فعلی کارت معرفت ذیلاً ارائه گردیده است و میتواند در آینده تغییر یابد.

مکتوب رسمی:

مکتوب رسمی باید مزین با لوگو/نشان وزارت باشد. همچنان باید مکتوب رسمی حاوی تاریخ شماره صدور در قسمت راست و تاریخ صدور در قسمت چپ خویش باشد.

بروشور:

هرگونه بروشور که توسط وزارت متذکره به چاپ میرسد، باید با نشان دولتی جمهوری اسلامی افغانستان مزین باشد، اما هرگاه یکی از شرکای خارجی خواهان حمایت از یک فعالیت وزارت باشد، در آن صورت میتوان لوگو/نشان آنها را با در نظر داشت قواعد نوعیت هویت وزارت نیز در آن علاوه نمود.

پوستر:

هرگونه پوستر که توسط وزارت متذکره به چاپ میرسد، باید با نشان دولتی جمهوری اسلامی افغانستان مزین باشد، اما هرگاه یکی از شرکای خارجی خواهان حمایت از یک فعالیت وزارت باشد، در آن صورت میتوان لوگو/نشان آنها را با در نظر داشت قواعد نوعیت هویت وزارت نیز در آن علاوه نمود.

تخته اعلانات:

هرگونه تخته اعلانات که توسط وزارت متذکره به چاپ میرسد، باید با نشان دولتی جمهوری اسلامی افغانستان مزین باشد، اما هرگاه یکی از شرکای خارجی خواهان حمایت از یک فعالیت وزارت باشد، در آن صورت میتوان لوگو/نشان آنها را با در نظر داشت قواعد نوعیت هویت وزارت نیز در آن علاوه نمود.

