



جمهوری اسلامی افغانستان
وزارت زراعت، آبیاری و مالداري
رياست اطلاعات و ارتباط عامه



پيشنهادهای رياست اطلاعات و ارتباط عامه‌ی وزارت زراعت برای ساخت استراتژی
واحد برای نشرات ارگان‌های دولتي در شبکه‌های اجتماعي

رياست اطلاعات و ارتباط عامه‌ی وزارت زراعت، مي‌اندیشد که موارد زیر می‌تواند نشرات ارگان‌های مختلف دولتي را اثرگذار و بهتر بسازد:

الف: متأسفانه تعريف مخاطبان در افغانستان از نشرات توسط ادارات دولتي، مناسب نیست. بهتر است روی روش ارایه محتوا به مخاطبان تجدید نظر شود. بهترین محتوا همان است که کوتاه، خلاصه و جان کلام باشد. بناً به جز از مواردی که نیاز به توضیحات دارد، باید اطلاع‌رسانی ادارات خلاصه باشد.

ب: اغلاط و نادرسی و ناهم‌سانی در نوشتار ارگان‌های دولتي فراوان است. باید به منظور یک‌دست‌سازی متون روش‌نامه‌ای سراسری و مستدل ترتیب شود.

ج: کاربرد احترامات فراوان و واژه‌هایی که بر روی زبان و چشم مخاطبان سنگینی می‌کند، از متن‌ها، که معمولاً برای مخاطبان نوشته می‌شود، برداشته شود. به سران ارگان‌های دولتي باید فهمانده شود که فشاری بر بخش اطلاعات‌شان نیاورند تا آنان را با صفت‌های باردوش متن، یاد کنند.

د: اطلاع‌رسانی توسط صفحات رسمی ادارات دولتي، مردم‌محور شود. مخاطبان با خواندن متن‌های این صفحات، باید حسی شبیه رسانه‌های آزاد برای‌شان دست بدهد تا بتوانند بر این صفحات باور و این کانال‌ها را دنبال کنند.

ه: روی معیاری‌سازی نشرات کار شود. نشرات در اکثر ارگان‌های دولتي به صورت سابقه و با ادبیات کلیشه‌ای و بدون محتوای مورد نیاز مخاطبان است. باید اداره‌ها ارزش‌های خبری را در خبرنگارها و اهمیت موضوعات را در فعالیت‌های نشراتی‌شان رعایت کنند.

و: تنوع در نشرات می‌تواند به مخاطبان خسته‌کن نباشد. این روش به جلب بیش‌تر مخاطب می‌انجامد.

ز: در مواردی که نیاز باشد، باید از روش‌های طنزی نیز استفاده شود. به شرط این که این کار با مهارت صورت بگیرد و برخی از ادارات طنزپردازان ماهر را استخدام کنند. زیرا در شبکه‌های اجتماعي، یک موضوعی که در آن طنز باشد نسبت به بیش‌تر سوزده‌های جدی، جذابیت ندارد.

یادداشت: وزارت زراعت از قبل برای نشرات در شبکه‌های اجتماعي اش استراتژی سه ساله ساخته بود و آن را هنوز هم (و تا تکمیل استراتژی عمومی توسط اداره محترم ارتباطات عامه و استراتژیک ریاست جمهوری) عملی می‌کند.

با احترام

علی اکبر رستمي

رييس اطلاعات و ارتباط عامه





جمهوری اسلامی افغانستان
وزارت زراعت، آبیاری و مالداري
رياست اطلاعات و ارتباط عامه



گزارش (مشرح و با جدول) از عملی سازی پیشنهادهای اداره ی ارتباطات عامه و
استراتژیک ریاست جمهوری غرض تحقق بند ۱-۷ مصوبه ی شماره ۲۲ مورخ ۲۱ میزان

۱۳۹۹ کابینه جمهوری اسلامی افغانستان در وزارت زراعت، آبیاری و مالداري

به اساس سفارش های اداره ی ارتباطات عامه و استراتژیک مقام عالی ریاست جمهوری، که از جانب کابینه در فیصله شماره ۲۲ تأیید شده، ریاست اطلاعات و ارتباط عامه وزارت زراعت، آبیاری و مالداري، موارد زیر را به صورت کامل تطبیق و عملی کرده است:

1- **تأیید صفحات:** تأیید صفحه ی فیس بوک: صفحه ی فیس بوک وزارت زراعت حالا با نشان آبی «ویریفای» شده است. کار روی دریافت تأیید برای صفحات دیگر وزارت زراعت در شبکه های اجتماعی جریان دارد.

2- **تمرکز روی پست ها و توییت های محتوایی:** ارزش های خبری برای بخش مطبوعات وزارت زراعت مهم و معیار نشرات است و خبرها و گزارش های تشریفاتی را نشر نمی کند.

3- **غیر فعال سازی صفحات وزارت ها و ادارات مدغم و یا لغو شده:** وزارت زراعت این گونه صفحات نداشته است.

4- **جلوگیری از فعالیت صفحات فرعی:** جلو فعالیت صفحات فرعی گرفته شده است.

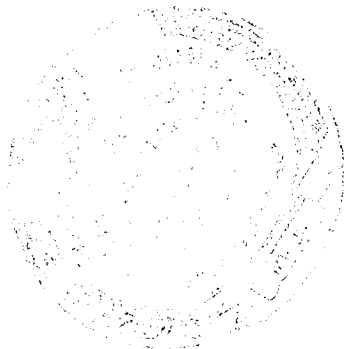
5- **رعایت توازن زبان های رسمی در نشرات:** نشرات شبکه های اجتماعی وزارت زراعت ۵۰ - ۵۰ بوده است. بخشی از نشرات نیز به زبان انگلیسی در وبسایت پخش می شود.

6- **تطبیق قالب عناوین صفحات:** قالب معرفی شده اداره ارتباطات عامه و استراتژیک ریاست جمهوری، در صفحات فیس بوک و تویتر وزارت زراعت اعمال و رعایت شده است.

7- **اطلاع رسانی از آدرس صفحات رسمی نهادهای دولتی:** تمامی خبرهای قابل نشر و دارای ارزش خبری، ابتدا در صفحات اجتماعی و وبسایت وزارت زراعت نشر شده و پس از آن شاید دیگران از آن استفاده کرده باشند.

8- **اسپانسر صفحات شبکه های اجتماعی:** «Boost» پیام ها و فعالیت ها در شبکه ی فیس بوک وزارت زراعت جریان دارد. از آن جایی اسپانسر کل شبکه های اجتماعی به منابع مالی بیش تر نیاز دارد، ریاست اطلاعات و ارتباط عامه پلان اسپانسر سالانه ی شبکه های اجتماعی را تهیه کرده است که پس از منظوری وزارت زراعت، برابر سفارش های اداره محترم ارتباطات عامه و استراتژیک ریاست جمهوری، اسپانسر شبکه های اجتماعی بهتر خواهد شد. پلان اسپانسر شبکه های اجتماعی وزارت زراعت ضمیمه ی این گزارش خدمت اداره ی محترم شما نیز فرستاده شده است.

در ادامه، قابل ذکر می دانیم





جمهوری اسلامی افغانستان
وزارت زراعت، آبیاری و مالداري
رياست اطلاعات و ارتباط عامه



- 1- ریاست اطلاعات و ارتباط عامه وزارت زراعت پیش از این استراتژی اطلاع‌رسانی و استراتژی فعالیت‌های جامع و استراتژی نشرات در شبکه‌های اجتماعی را نیز داشت و بر بنیاد آن عمل می‌کرد که استراتژی نشرات در شبکه‌های اجتماعی وزارت زراعت ضمیمه‌ی این گزارش خدمت شما فرستاده شده است.
- 2- پلان عمل یا اکشن پلان سه ماهه ریاست اطلاعات و ارتباط عامه وزارت زراعت، برابر با سفارش‌های مرکز اطلاعات و رسانه‌های حکومت ساخته شده و فعالیت‌ها بر اساس آن پیش می‌رود.
- 3- پس از سفارش اداره ارتباطات عامه و استراتژیک ریاست جمهوری، اینک پلان اسپانسر شبکه‌های اجتماعی وزارت زراعت را تهیه کرده‌ایم و پس از تأیید و تمویل این پلان، کار اسپانسر پیام‌ها در شبکه‌های اجتماعی این وزارت به صورت متواتر ادامه خواهد یافت.

جدول فعالیت‌های نشراتی از کانال‌های اطلاع‌رسانی وزارت زراعت

۲۱ میزان (پس از رسیدن پیشنهادها) تا ۱۵ عقرب ۱۳۹۹

شماره	کانال	نوع محتوا									
		متن و عکس	ویدیو	پیام متنی	آپلود/عکس	مقاله	گزارش و عکس	داستان موفقیت	گرافیک	اینفوگرافیک	مجموع
۱	فیس‌بوک	۱۳۷	۲۶	۱	۶	۱۰	۱۲	۵	۱۸	۱۹	۲۳۴
۲	توییتر	۱۵۵	۴		۴					۱۵	۱۷۸
۳	انستاگرام	۱۲۲	۸		۶				۹		۱۴۵
۵	یوتیوب		۳۵								۳۵
۴	وبسایت	۱۵۱	۲۶		۶	۱۰	۱۲	۵	۱۸	۱۹	۲۴۷
۵	هفته‌نامه	۳۹				۱۰	۱۲	۳			۶۴
	مجموع فعالیت	۶۰۴	۹۹	۱	۲۲	۳۰	۳۶	۱۳	۴۵	۵۳	۹۰۳

با احترام

علی اکبر رستمی

رییس اطلاعات و ارتباط عامه





پيشنهادهای وزارت زراعت برای سروی‌های بعدی از نشرات ارگان‌های دولتی در شبکه‌های اجتماعی

وزارت زراعت از سروی اخير اداره محترم ارتباطات عامه و استراتژیک ریاست جمهوری سپاسگزاری می‌کند و تداوم سروی‌ها را گام عالی در راستای بهتر شدن وضعیت اطلاع‌رسانی می‌داند .

برای بهبود ارزیابی شبکه‌های نشراتی نهادهای حکومتی، ریاست اطلاعات، ارتباط عامه وزارت زراعت، پیشنهادهایی را راجع به این ارزیابی دارد که قرار ذیل است:

1. ریاست اطلاعات و ارتباط عامه و دفتر سخنگو در وزارت زراعت، نشراتش بر اساس قانون دست‌رسی به اطلاعات عیار کرده است و همه‌ی آنچه در وبسایت نشر می‌شود، در بخش خبرها و گزارش‌ها نمی‌آید. به دلیل سفارش‌های این قانون، نشرات و اطلاعات وزارت زراعت طبقه‌بندی شده است. به عنوان نمونه، گزارش‌ها و خبرها از نشست‌های استماعی، مقاله‌های تحلیلی و نشر دیگر موارد، در ستون خبرها و گزارش‌ها نیست و در ارزیابی اداره‌ی محترم شما از شمار بیرون مانده است. به طوری که ما در مدتی که ارزیابی صورت گرفته، در وبسایت (۱۰۳ پُست) و در فیس‌بوک (۱۱۸ پست) داشته‌ایم، اما ارقام در سروی مذکور ۸۰ پست در وبسایت و ۱۱۰ پست در فیس‌بوک و مجموعاً ۱۷۰ پست ذکر شده است. مجموع نشرات ما در زمان سروی شده در دو کانال یاد شده ۲۱۱ پست بوده است. پیشنهاد ما در این زمینه این است تا بخش‌های مختلف نشرات مورد بررسی و نظر باشند.

2. معیار دیگری که در این آمارگیری‌ها/ارزیابی‌ها/سروی‌ها، باید به صورت جدی وجود داشته باشند، این است: تمرکز تنها روی «کمیت و تعداد» نشرات نباشد. باید کیفیت (درستی و نادرستی، روانی، خوانایی متن)، ارزش‌های خبری، میزان موضوعیت یک پست و چگونه‌گی محتوا، معیار ارزیابی باشد. هم‌چنان اینفوگرافیک‌ها، گرافیک‌ها، ویدیوها و روایت‌ها باید به صورت دقیق ارزیابی گردند و نیز مدرن بودن شیوه‌ی پرداخت، اصلی دیگر در سروی‌های بعدی باشد. هم‌چنان در ارزیابی‌های بعدی امید این است که به صورت مسلکی، پست‌هایی که نباید پست می‌شدند(هر چند تشریفات نبوده‌اند) نیز نشانی شوند.

3. در ارزیابی‌ها شاخص تنوع در اطلاع‌رسانی نیز باید افزوده شود. مطمیناً همه می‌دانیم که اطلاع‌رسانی یک‌نواخت، نمی‌تواند مخاطبان را به صورت دایم با صفحات ما نگه‌دارد. بهتر است در معیارهای ارزیابی‌های



جمهوری اسلامی افغانستان
وزارت زراعت، آبیاری و مالداري
رياست اطلاعات و ارتباط عامه



آينده، مسأله‌ی تنوع در اطلاع‌رسانی مثلاً اطلاع‌رسانی با اينفوگرافيك‌ها، ویدیوها، روایت‌ها و داستان‌های موفقیت (فیچرنگاری)، معیار تعیین شود.

4. لازم است ارزیابی‌ها در زمان‌بندی متعارف صورت بگیرد: مثلاً ارزیابی ماهانه، ربع‌وار، یا سالانه که صورت‌های متعارف زمانی هستند. نیاز به یادآوری می‌دانیم که در فصل‌های مختلف سال، میزان کار و دست‌آورد و در نهایت تولید خبر و گزارش و تحلیل، در هر اداره فرق می‌کند .

5. نشرات جانبی شامل ارزیابی شود: مخاطبان انستاگرام در افغانستان ممکن است خیلی بیش‌تر از توئیتر باشد. توئیتر اهمیت زیادی دارد، اما انستاگرام، یوتیوب و دیگر کانال‌های نشراتی (مثلاً چاپی) باید شامل ارزیابی‌های آينده شوند.

پنج مورد بالا ممکن برای ارزیابی‌های بعدی کمک‌کننده باشد و در نهایت به نتایجی که نیاز است، ما را برساند.



علی اکبر رستمی

رییس اطلاعات و ارتباط عامه



وزارت زراعت، آبیاری و مالداري

رياست اطلاعات و ارتباط عامه و سخنگو

پلان عمل تبليغاتي

زمان اجرا: (۲۲ میزان ۱۳۹۹ تا ۳۰ قوس ۱۳۹۹)



ردیف	موضوع	شرح	مسئول	مکان
الف	موضوعهای اختصاصی	برنامه‌های آینده	سرپرست وزارت	وزارت زراعت
		نوسمعی پایدار سکنور آبیاری	معمین آبیاری و منابع طبیعی	رسانه‌ها
		معرفی نقشه راه زراعت	رئیس عمومی پلان و پالیسی	رسانه‌ها
		گزارش از تطبیق بهتر قانون دست‌رسی به اطلاعات	رئیس اطلاعات و ارتباط عامه و سخنگو	رسانه‌ها
		گزارش‌های ویدیویی کوتاه	خبرنگاران و بخش ویدئوگرافی ریاست اطلاعات	وزارت زراعت
		اینفوگرافیک‌ها	بخش طراحی و دیزاین ریاست اطلاعات	وزارت زراعت
		مقاله‌ها در مورد فعالیت‌های روزانه	متخصصان، مسوولان و تیم نویسنده گان	وزارت زراعت
		تهیه‌ی داستان‌های موفق	گزارش گران، تیم نویسنده گان و همکاران ولایتی	وزارت زراعت و ولایات
		تولید و نشر مستندها	ریاست اطلاعات و ارتباط عامه و سخنگو	کابل و ولایات
		تهیه و نشر خبرهای کوتاه	خبرنگاران ریاست اطلاعات	وزارت زراعت
ب	اطلاع‌رسانی از کالاهای نیشتری وزارت	تهیه و نشر گزارش‌های تولیدی	گزارش گران ریاست اطلاعات و ارتباط عامه	مرکز و ولایات
		روایت‌سازی از کالاهای نیشتری	گزارش گران	مرکز و ولایات
		اطلاع‌رسانی شفاف و ایجاد بیلبانس مثبت خبری	خبرنگاران ریاست اطلاعات	وزارت زراعت
		نمایش کلی از وضعیت مثبت زراعتی	ریاست اطلاعات و ارتباط عامه و سخنگو	کابل و ولایات
		روایت‌سازی از پیش‌تازان زراعت به هدف الگوپردازی دیگران از آن‌ها	گزارش گران، تیم نویسنده گان و همکاران ولایتی	وزارت زراعت و ولایات
		دستاوردها و فعالیت‌ها	متخصصان، مسوولان و تیم نویسنده گان	وزارت زراعت
		تحلیل وضعیت زراعتی، آموزش‌دهی و آگاهی‌رسانی به مستفیدشونده گان از دستاوردها	گزارش گران، تیم نویسنده گان و همکاران ولایتی	وزارت زراعت و ولایات
		برجسته‌سازی دست‌آوردهای مهم روز در شبکه‌های اجتماعی	بخش طراحی و دیزاین ریاست اطلاعات	وزارت زراعت
		اطلاع‌رسانی از جریان کار وزارت و پروژه‌های جاری	خبرنگاران و بخش ویدئوگرافی ریاست اطلاعات	وزارت زراعت
		برنامه‌ها و پلان‌های جدید و آینده وزارت	سرپرست وزارت	وزارت زراعت
ج	موضوعی	پروژه ملی باغداری و مالداري «NHLP»	تیم نویسنده گان، متخصصان و رئیس اطلاعات	وزارت زراعت
		برنامه حمایت از اولویت ملی دوم «SNaPP2»		
		پروژه زیرساخت‌های کانال عمومی ننگرهار «NVDA»		
		پروژه مدیریت محصولات زراعتی		
		پروژه زراعت و مالداري به اشتراک مردم «CLAP»		
		پروژه سکوری انکشاف زنجیره ارزش باغداری «HVCDS»		
		پروژه کانال ارغنداب		
		پروژه تنظیم نباتات طبی		
		پروژه نشانه‌های جغرافیایی افغانستان		
		پروژه اضطراری زراعت و مصونیت غذایی		
د	انتخاب پروژه‌ها	افتتاح پروژه‌های تکمیل شده در ولایات	رئیس وزارت	ولایات
		خبررسانی از تطبیق پروژه‌ها، دستاوردها و کارکردهای وزارت	رئیس وزارت	ولایات
		گرمای داشت از روز جهانی غذا	سرپرست وزارت زراعت	وزارت زراعت
		گزارش‌دهی از توزیع تخم‌های اصلاح شده به دهقانان	سرپرست وزارت زراعت	کابل
		گزارش‌دهی از چگونه‌گی قراردادهای	سرپرست وزارت زراعت	وزارت زراعت
		فعالیت‌ها و دستاوردهای اساسی در سکنور باغداری	رئیس پروژه باغداری و مالداري	پوهنجی زراعت پوهنتون کابل
		کارکردها، برنامه‌های تنظیم پایدار منابع طبیعی و جنگل‌های افغانستان	رئیس عمومی منابع طبیعی	یک پوهنتون خصوصی
		اهمیت آب در سکنور زراعت، شرح برنامه‌ها	معمین آبیاری و منابع طبیعی	مجما (مجمع جامعه‌ی مدنی)
		کنفرانس خبری آغاز توزیع تخم‌های اصلاح شده	سرپرست وزارت زراعت	وزارت زراعت
		کنفرانس خبری امضای قراردادهای انکشافی	سرپرست وزارت زراعت	وزارت زراعت
ه	نمایش‌های عمومی	پلان‌ها در سکنور باغداری	رئیس پروژه باغداری و مالداري	پوهنجی زراعت پوهنتون کابل
		تنظیم پایدار جنگل‌ها و منابع طبیعی	رئیس عمومی منابع طبیعی	یک پوهنتون خصوصی
و	نمایش‌های عمومی	اهمیت آب زراعتی	معمین آبیاری و منابع طبیعی	مجما (مجمع جامعه‌ی مدنی)
		تأییدکننده:		

منظور کننده:

دوکتور انوارالحق احدی

سرپرست وزارت زراعت، آبیاری و مالداري

تأییدکننده:

علی اکبر رستمی

رئیس اطلاعات و ارتباط عامه و سخنگو

تأییدکننده:

سید نورالحمین

هم‌آهنگ‌کننده‌ی ارتباطات و ریاست اطلاعات

انوارالحق احدی
سرپرست وزارت زراعت، آبیاری و مالداري

