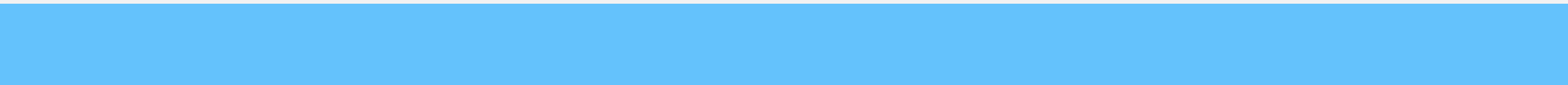
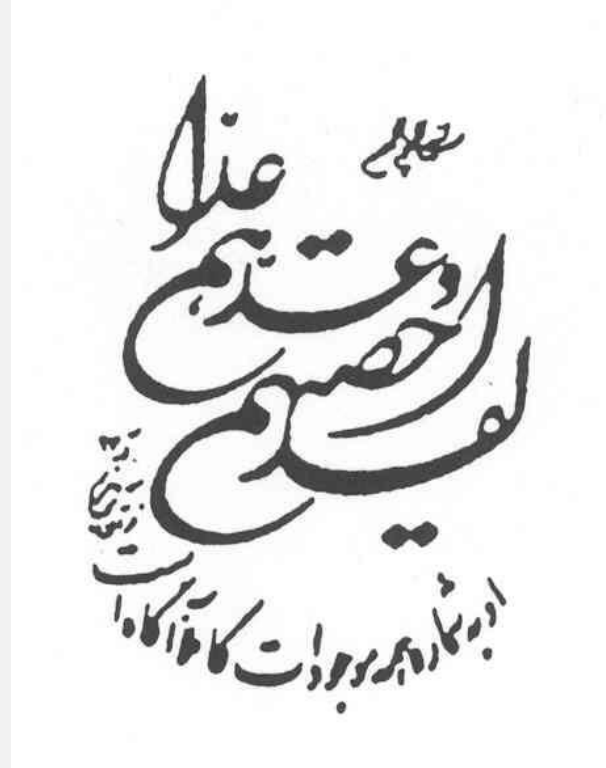




بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ





آمار پایه و اساس تمام برنامه ریزی ها است (مقام معظم رهبری)

## همکاری در سرشماری، همراهی در رفاه و آبادانی

دوره آموزشی غیر حضوری تبلیغات و اطلاع رسانی  
سرشماری عمومی کشاورزی ۱۴۰۳

(کمیته تبلیغات و اطلاع رسانی)

➤ تبلیغ رساندن پیام به دیگران، برقراری ارتباط به منظور ایجاد تغییر در نگرش و رفتار مخاطبان است.

➤ در دنیای امروز، تبلیغات یک ضرورت است.

➤ لازم است بدانیم تبلیغات هزینه نیست بلکه سرمایه گذاری برای تحقق بهتر اهداف سازمانی است.

## اقدامات :

- بررسی تبلیغات و تجارب حاصله از سرشماری‌های گذشته
- انجام مطالعه تطبیقی برای بررسی تبلیغات در سایر کشورها
- دستاوردها و آسیب‌شناسی تبلیغات سرشماری ۱۳۹۳
- انجام نظر سنجی از مسئولان روابط عمومی استان‌ها به منظور دریافت نظرات پیشنهادی با توجه به وضعیت استان و ظرفیت‌های آن (اقدامات ابتکاری و به اشتراک‌گذاری آن)

## اهداف اجرایی طرح تبلیغات:

- ۱- اطلاع رسانی و آموزش در خصوص زمان، نحوه‌ی اجرا و محتویات
- ۲- ترغیب و اعتمادسازی
- ۳- جلب مشارکت پاسخگویان
- ۴- ارتقای فرهنگ آماری

## سازمان اجرایی تبلیغات در سرشماری عمومی کشاورزی ۱۴۰۳

۱- کمیته تبلیغات و اطلاع‌رسانی

۲- کارگروه تبلیغات

۳- کارگروه انتشارات

### در استان :

۱- مسئول روابط عمومی و تبلیغات استان

۲- متصدی روابط عمومی و تبلیغات استان

۳- مسئول روابط عمومی و تبلیغات شهرستان

## آموزش تبلیغات :

- اجرای آموزش مرحله اول (غیرحضوری) از سوی مرکز آمار ایران:
- با حضور مسئولان روابط عمومی و تبلیغات استان ها در تاریخ ۱۴۰۳/۶/۲۱
  
- اجرای آموزش مرحله دوم از سوی استان ها:
- با حضور متصدیان تبلیغات استان و متصدیان روابط عمومی و تبلیغات شهرستان در تاریخ ۱۴۰۳/۶/۲۷



## ابزارها و برنامه‌های اجرایی :

- ۱- تبلیغات محیطی
- ۲- رسانه های جمعی (صداوسیما/مطبوعات و خبرگزاری ها)
- ۳- استفاده از ظرفیت‌های دانش آموزان و معلمان
- ۴- مشارکت مطلعان محلی نظیر بهورزان خانه‌های بهداشت/ مروجان کشاورزی/ دهیاران و توزیع بسته‌های اطلاع‌رسانی
- ۵- استفاده از ظرفیت پیام‌رسان‌ها و شبکه‌های اجتماعی
- ۶- ارسال پیامک
- ۷- استفاده از امکانات دستگاه‌های اجرایی
- ۸- اطلاع‌رسانی از سایت‌ها
- ۹- سایر برنامه‌های اطلاع‌رسانی
- ۱۰- اقدامات ابتکاری پیشنهادی استان‌ها

## الف ( تبلیغات محیطی:

### - بنرها و پلاکاردها:

۱- بنرهای ستادی :

نصب در سر در ورودی ستادها در استانها و شهرستانها

ابعاد دو متر در ۹۰ سانتی متر

۲- بنرهای تبلیغی (با دو طراحی):

نصب در دهستانها، بخشها و شهرها (ابعاد یک متر در سه متر)

۳- تهیه تعدادی بیلورد با استفاده از نتایج قبلی با عنوان «آیا می دانید» (شامل حداکثر ۵ طرح اصلی) و سایر به انتخاب استان

**طراحی توسط کمیته اطلاع رسانی و تبلیغات و ارسال به استانها**

## الف) تبلیغات محیطی:

### ۴- پوستر:

- حداکثر سه طرح در قطع ۵۰×۷۰ و A3
- نصب در خانه‌های بهداشت، تعاونی‌های روستایی، مساجد، شوراهای شهر و روستا، مراکز خدمات کشاورزی، دانشکده‌های کشاورزی و بانک‌های کشاورزی
- ارسال برای شکل‌های صنفی کشاورزی، موسسات تحقیقاتی کشاورزی و انجمن‌های کشاورز

### ۵- برچسب خودرو:

- قطع A4
- نصب در خودروهای در حال تردد در اجرای سرشماری

## الف) تبلیغات محیطی:

۴- بروشور آشنایی با سرشماری حاوی اطلاعات در خصوص سرشماری (در قطع A4 و رنگی) :

➤ توزیع آن در دستگاه‌ها، تعاونی‌ها، دهیاران، مروجان، معلمان روستایی و مطلعین محلی و قرار دادن آن در بسته‌های

اطلاع‌رسانی

➤ ارسال بروشور برای تشکل‌های صنفی کشاورزی، موسسات تحقیقاتی کشاورزی و انجمن‌های کشاورزی

➤ درج محتوای بروشور در سایت استانداری‌ها، فرمانداری‌ها، سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان‌ها و ادارات جهاد

کشاورزی استان‌ها

## الف) تبلیغات محیطی:

۵- بروشور آشنایی با مرکز آمار ایران حاوی اطلاعات به منظور آشنایی دهیاران و مطلعان محلی با مرکز آمار ایران: (در قطع A4 و رنگی)

- توزیع آن در میان دهیاران، مروجان، معلمان روستایی و مطلعین محلی و قرار دادن آن در بسته‌های اطلاع‌رسانی
- ارسال آن برای تشکل‌های صنفی کشاورزی، موسسات تحقیقاتی کشاورزی و انجمن‌های کشاورزی
- درج آن در سایت استانداری‌ها، فرمانداری‌ها، سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان‌ها و ادارات جهاد کشاورزی استان‌ها

## ب) رسانه‌های جمعی:

### ۱- صداوسیما :

#### اقدامات مورد نظر به منظور انعکاس اخبار سرشماری از طریق صداوسیما در استان:

- هماهنگی برای انجام مصاحبه با مسئولان و دست اندرکاران سرشماری
- پخش تیزر، زیر نویس، پیام‌های رادیویی و موشن گرافی و هماهنگی پخش محتواهای تولید شده توسط مرکز آمار
- هماهنگی برای تولید و پخش برنامه‌های گفتگو محور، نشست، میزگرد و مصاحبه
- تهیه و ارسال اخبار
- مشارکت در برنامه‌های مرتبط با کشاورزی در صدا و سیمای استانی نظیر برنامه سلام کشاورزی (شبکه فارس)
- هماهنگی به منظور تهیه گزارش‌های خبری از مراحل اجرا توسط خبرنگاران

## ب) رسانه‌های جمعی:

### ۲- مطبوعات و خبرگزاری‌ها:

- برگزاری جلسه هم‌اندیشی با خبرنگاران و برگزاری نشست خبری
- تهیه و ارسال اخبار در مقاطع زمانی مختلف ولی به صورت مستمر
- هماهنگی برای انجام مصاحبه‌های اختصاصی با مسئولان و دست‌اندرکاران
- انتشار مطالب همکاران با موضوعات مختلف در حوزه کشاورزی در مطبوعات (فراخوان در مرکز و استان‌ها به منظور تهیه و ارسال مطلب)
- درج لوگوی سرشماری در سایت‌های خبری و خبرگزاری‌ها
- تهیه بریده‌ها

## ب) رسانه‌های جمعی:

### ۳- پیام رسان‌ها:

- انعکاس اخبار، رویدادها، جلسات، برنامه‌ها، محتواهای تولید شده و ... از طریق پیام رسان‌ها در مرکز و استان‌ها (ایجاد یک کانال مستقل در پیام رسان بله به منظور اطلاع رسانی سرشماری کشاورزی با عنوان "اخبار سرشماری کشاورزی ۱۴۰۳")
- استفاده از ظرفیت پیام‌رسان‌های وزارت جهاد کشاورزی (اینستاگرام / ایتا) شامل بهره برداران کشاورزی / کشاورزان / مدیران و عموم مردم
- استفاده از ظرفیت شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان‌ها در استان‌ها نظیر پیام رسان‌ها و شبکه‌های مجازی محلی یا دستگاه‌ها و رسانه‌های استان



## پ) مشارکت دانش آموزان و معلمان در سرشماری

- مکاتبه با وزارت آموزش و پرورش به منظور درخواست ابلاغ به آموزش و پرورش استان‌ها و ارسال پوستر و بروشور
- درج لوگوی سرشماری در سایت آموزش و پرورش و لینک به زیر سایت سرشماری مرکز آمار ایران
- اطلاع‌رسانی توسط مدیران مدارس و زدن زنگ سرشماری در مدارس روستایی (صبح روز ۱۲ آبان ماه) و اطلاع‌رسانی مدیران مدارس بر اساس متون تهیه شده توسط کارگروه تبلیغات
- برگزاری مسابقات دانش آموزی (نقاشی) و اهدای جوایز به منتخبین (مسابقه نقاشی برای مقاطع ابتدایی و متوسطه اول) (جمعاً ۳۱۰ جایزه (هر استان ۱۰ منتخب))
- -موضوع مسابقات: «سرشماری کشاورزی و همکاری با مأمور آمارگیر» و «روستای من در سرشماری کشاورزی»

## ت) مشارکت مطلعان محلی و بسته های اطلاع رسانی :

- ۱) مشارکت استانداریان، فرمانداران، شهرداران، بخشداران، اعضای شوراهای شهر و روستا در سرشماری -هماهنگی به منظور طرح موضوع سرشماری در جلسات شورای برنامه ریزی و توسعه و همچنین شورای اداری استان -هماهنگی به منظور طرح موضوع سرشماری در جلسات شورای شهر و روستا
  - ۲) هماهنگی با بهورزان، مروجان کشاورزی و دهیاران، ائمه جماعات و... (به عنوان مبلغان سرشماری)
- ارسال بسته های اطلاع رسانی به مطلعان محلی و درخواست همکاری در اطلاع رسانی به کشاورزان و بهره برداران بسته های اطلاع رسانی ویژه مطلعان محلی شامل :

- مروجان کشاورزی
- بهورزان
- بخشداران
- رؤسای شوراهای شهر و روستا
- مدیران کل آمار و اطلاعات استان ها
- رؤسا و مسئولان روابط عمومی سازمان جهاد کشاورزی استان ها
- ائمه جمعه
- دهیاران
- فرمانداران

## اقلام بسته اطلاع رسانی شامل :

- فرمان رییس جمهور
- فتاوی مراجع
- مصوبه هیئت دولت
- بروشور آشنایی با سرشماری
- بروشور آشنایی با مرکز
- متن سخنرانی ویژه مطلعان محلی
- فولدر (با مشخصات آرم سرشماری و آرم مرکز آمار)

## (ت) ارسال پیامک انبوه

پیامک به عنوان یکی از ابزارهای اطلاع‌رسانی (ارسال پیام مختصر و جامع) در مقایسه با تماس تلفنی، نیاز به زمان کمتری دارد و می‌تواند به طور انبوه به طیف وسیعی از مخاطبان و طبق یک برنامه زمان‌بندی شده ارسال شود، مورد توجه می‌باشد.

➤ ارسال پیامک در دوره‌های زمانی مختلف هر سه روز یک بار به

۱. بهره‌برداران،

۲. دهیاران،

۳. مروجان،

۴. بخشداران

۵. مطلعان محلی در روستاها با ماسک سرشماری کشاورزی

## ث) استفاده از ظرفیت‌ها و امکانات دستگاه‌های اجرایی : وزارت جهاد کشاورزی :

- مکاتبه به منظور درخواست همکاری و هماهنگی اقدامات تبلیغی
- درج لوگو، شعار سرشماری، پوستر و بروشور در پورتال سازمان جهاد استان‌ها
- نصب پوستر در ادارات جهاد کشاورزی
- نصب پوستر در بانک‌های کشاورزی
- هماهنگی به منظور اطلاع‌رسانی توسط مروجان کشاورزی (ارسال بسته‌های اطلاع‌رسانی) و درخواست برای اطلاع‌رسانی به کشاورزان و بهره‌برداران
- استفاده از ظرفیت پیام‌رسان‌های سازمان جهاد استان و پیامک به منظور اطلاع‌رسانی
- نصب بنر در درب ورودی سازمان جهاد کشاورزی استان و شهرستان

## ث) استفاده از ظرفیت‌ها و امکانات دستگاه‌های اجرایی :

- استفاده از ظرفیت‌های خانه‌های بهداشت و مروجان
- مکاتبه و هماهنگی به منظور درج لوگوی سرشماری و اطلاع‌رسانی سرشماری در سایت مراکز بهداشت و درمان و دانشگاه‌های علوم پزشکی در استان
- مکاتبه و هماهنگی به منظور توزیع اقلام تبلیغاتی نظیر بروشور و نصب پوسترهای سرشماری در مراکز بهداشتی بخصوص مناطق روستایی
- هماهنگی با بهورزان به منظور اطلاع‌رسانی به کشاورزان و بهره‌برداران (ارسال بسته‌های اطلاع‌رسانی)
- استفاده از ظرفیت پیام‌رسان‌های مراکز بهداشتی به منظور اطلاع‌رسانی

## ث) استفاده از ظرفیت‌ها و امکانات دستگاه‌های اجرایی :

✓ ائمه جمعه و جماعات:

➤ گنجاندن موضوع سرشماری درخطبه‌های نماز جمعه و ایراد سخنرانی مدیر اجرای سرشماری در پیش از خطبه‌ها (روزهای ۴ یا ۱۱ آبان ماه)

➤ نصب پلاکارد، تراکت و یا بنر در محل برگزاری نماز جمعه در ایام سرشماری در تمامی مراکز شهرستان‌ها

➤ هماهنگی برای نصب پوستره‌های سرشماری در تمامی مساجد کشور در نقاط شهری مورد نظر و روستایی

➤ ارسال بسته اطلاع‌رسانی برای ائمه جمعه مراکز شهرستان‌های کشور

➤ استفاده از ظرفیت پیام‌رسان‌های مرتبط با مساجد

## ث) استفاده از ظرفیت‌ها و امکانات دستگاه‌های اجرایی :

استفاده از ظرفیت صندوق بیمه اجتماعی کشاورزان، روستاییان و عشایر

– اطلاع رسانی از طریق پیام رسان ایتا /سایت صندوق بیمه

### سازمان شهرداری ها و دهیاری ها :

- هماهنگی استان‌ها با شهرداری‌ها و دهیاری‌های سراسر کشور به منظور نصب بنرها و بیلборدها
- استفاده از ظرفیت پیامکی و پیام‌رسان‌های شهرداری‌ها و دهیاری‌ها به منظور اطلاع‌رسانی
- درج لوگو، پوستر، بروشور در سایت شهرداری‌ها



## ج) استفاده از ظرفیت‌ها و امکانات دستگاه‌های اجرایی :

### – استفاده از ظرفیت‌های استانداری‌ها:

- درج لوگوی سرشماری، پوستر و بروشور در سایت استانداری
- نصب بنر در درب ورودی آن
- استفاده از ظرفیت شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان‌های استانداری
- استفاده از ظرفیت پیامکی استانداری

## چ) استفاده از ظرفیت‌ها و امکانات دستگاه‌های اجرایی :

✓ سایر دستگاه‌های اجرایی :

- مکاتبه با دستگاه‌های اجرایی به منظور اطلاع‌رسانی و درخواست همکاری در تبلیغات
- نصب بنر در درب ورودی دستگاه‌ها
- استفاده از ظرفیت پیام‌رسان‌های دستگاه‌ها به منظور اطلاع‌رسانی
- درج لوگوی سرشماری در سایت دستگاه‌ها
- ارسال پوستر و بروشور سرشماری به منظور نصب در فضای اداری
- گنجاندن شعار سرشماری در مکاتبات اداری

## ح) سایر اقدامات اجرایی :

- حضور در دوره آموزشی غیر حضوری مرحله اول تبلیغات (برگزاری از سوی مرکز آمار ایران)
- برگزاری دوره آموزشی مرحله دوم تبلیغات برای مسئولان روابط عمومی و تبلیغات شهرستانها (برگزاری توسط استان) و تهیه فیلم و عکس
- برگزاری مراسم افتتاحیه و اختتامیه سرشماری در استان و پوشش خبری
- تهیه فیلم و عکس از مراحل اجرا شامل افتتاحیه، اجرا، جلسات، نشست ها، مراسم، دیدارها، بازدیدها و...
- ارائه گزارش مستمر بر اساس فرمهای ارسالی از سوی کمیته تبلیغات و اطلاع رسانی در تالار گفتگو
- درج شعار سرشماری در سربرگ مکاتبات اداری
- مستند سازی تمامی اقدامات به منظور ارسال گزارش نهایی پس از پایان سرشماری

## خ) اقدامات ابتکاری و پیشنهادی استان ها:

- ۱- تهیه کلیپ توسط کمیته تبلیغات به منظور اطلاع رسانی در صداوسیما/کانال ها/ گروه ها، تلویزیون های شهری و...
- ۲- استفاده از ظرفیت بخشداری ها، دهیاری ها و خبرنگاران آزاد در روستاها
- ۳- تهیه برنامه با هماهنگی صداوسیما با عنوان «سلام کشاورز»
- ۴- تولید مستند از مراحل اجرا در استان
- ۵- اختصاص یک بخش مجزا برای سرشماری در سایت سازمان
- ۶- برگزاری نشست خبری با حضور رئیس و معاون آمار و اطلاعات استان
- ۷- فایل های طرح ها به صورت لایه باز به استان ارسال شود.
- ۸- اختصاص منابع مالی برای تبلیغات
- ۹- هماهنگی با تولید کنندگان محصولات لنی به منظور درج شعار روی محصولات یا توزیع اقلام تبلیغی همراه با محصولات
- ۱۰- ارسال پیامک انبوه به بهره برداران کشاورزی (با استفاده از اطلاعات سامانه پهنه بندی)

## خ) اقدامات ابتکاری و پیشنهادی استان ها:

- ۱۱- تهیه بروشور اطلاعات آماری کشاورزی استان به منظور افزودن به بسته اطلاع رسانی (لرستان)
- ۱۲- نصب بنر در ورودی شهرها
- ۱۳- درج هشتک سرشماری کشاورزی ۱۴۰۳ در انتهای اخبار منتشر شده در فضای مجازی
- ۱۴- نصب پوستر در خودروهای اداری سرشماری
- ۱۵- ارسال پیامک انبوه از طریق سامانه پیامکی به بهره برداران کشاورزی
- ۱۶- برگزاری جلسه هم‌اندیشی با رسانه‌ها
- ۱۷- ایجاد گروه در پیام‌رسان بله برای مسئولان تبلیغات
- ۱۸- ایجاد فرم گزارش عملکرد برای ارزیابی فعالیت‌های دستگاه‌ها و شهرستان‌ها
- ۱۹- استفاده از ظرفیت کانال‌ها و فضای مجازی
- ۲۰- تهیه اینفوگرافی

## خ) اقدامات ابتکاری و پیشنهادی استان‌ها:

- ۲۱- اختصاصی سازی بنرها و پوسترهای تبلیغاتی با تصاویر و نمادهای استان
- ۲۲- ایجاد زیر پورتال کشاورزی در سایت مرکز و اختصاص برای اخبار استان ها
- ۲۳- برگزاری جشنواره رسانه ای تولید محتوا با همکاری وزارت ارشاد به منظور جلب مشارکت خبرنگاران
- ۲۴- درج QR کد در پوسترها برای دسترسی به جزئیات سرشماری
- ۲۵- پیش بینی اعتبار برای رپرتاژ آگهی صداوسیما
- ۲۶- برگزاری مسابقه با عنوان «**سلفی با مامور آمارگیر**» ویژه نوجوانان روستایی با همکاری آموزش و پرورش و درج در فضای مجازی
- ۲۷- نصب بنر بر روی عرشه پل‌ها در محورهای مواصلاتی شهرستان‌ها با همکاری راهداری و حمل و نقل جاده‌ای
- ۲۸- تبلیغات محیطی با استفاده از تلویزیون‌های شهری
- ۲۹- تشویق بسته اینترنتی رایگان برای شهروندان

## (د) موارد قابل توجه :

- ۱- مستندات مربوط به برگزاری دوره آموزشی مرحله دوم در استان به کمیته تبلیغات و اطلاع رسانی حتما اعلام شود و در صورتی که دوره آموزشی به صورت غیر حضوری است لینک دوره به کمیته ارسال شود.
- ۲- تمامی فایل های اقلام تبلیغاتی نظیر بنر، پوستر، تراکت و... توسط کمیته تبلیغات طراحی و از طریق ارتباط استانی ارسال خواهد شد.
- ۳- لطفا گزارش فعالیتها در قالب فرم (فرم توسط کمیته تبلیغات طراحی و ارسال خواهد شد) در دوره های زمانی تکمیل و برای کمیته ارسال شود. لطفا از ارسال پراکنده گزارشها جدا خودداری نمایید.
- ۴- لطفا اخبار مرتبط با سرشماری کشاورزی استان را در کانال اطلاع رسانی «اخبار سرشماری کشاورزی ۱۴۰۳» قرار دهید.
- ۵- به منظور اطلاع رسانی بر روی پیام رسانها و شبکه های مجازی تمرکز بیشتری داشته باشید و از ظرفیت دستگاهها در این زمینه استفاده کنید.

# با سپاسی از توجه شما ارجمندان