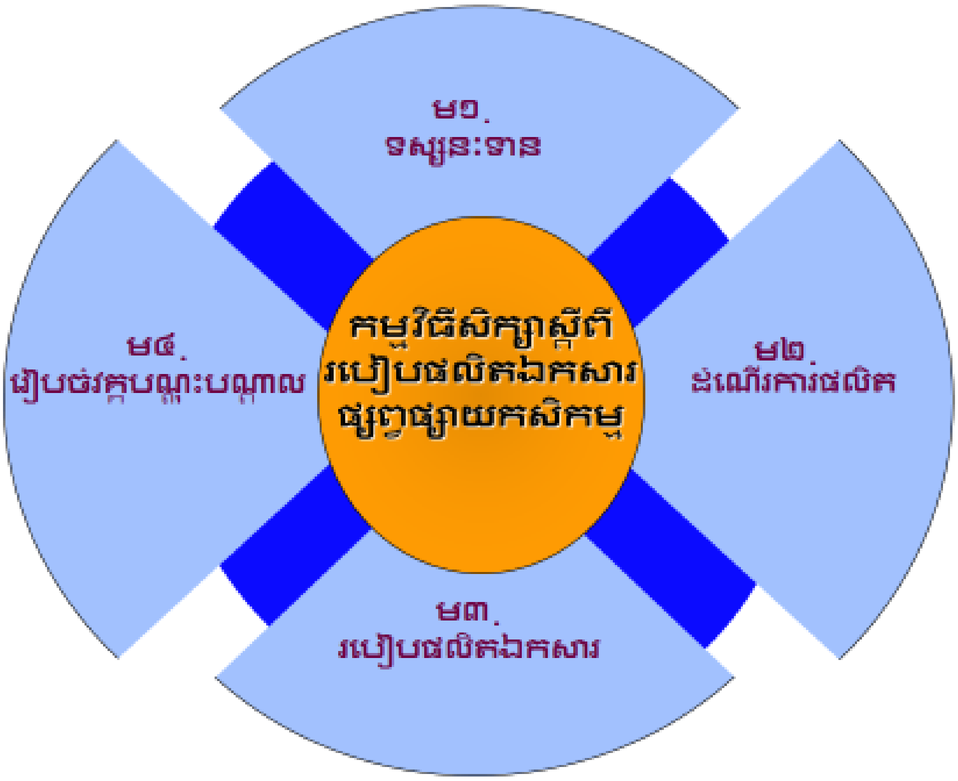
ក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ

កម្មវិធីផ្សព្វផ្សាយបច្ចេកទេសកសិកម្មថ្មីដែលធន់ទៅនឹងការប្រែប្រួលអាកាសធាតុ (ASPIRE)



រៀបចំដោយ ហួត ខៀវ
ទីប្រឹក្សាថ្នាក់ជាតិសំរាប់វគ្គបណ្តុះបណ្តាលផលិតឯកសារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម

រៀបចំដោយ: កម្មវិធីផ្សព្វផ្សាយបច្ចេកទេសកសិកម្មថ្មីដែលធន់ទៅនឹងការប្រែប្រួលអាកាសធាតុ (ASPIRE)
ឧបត្ថម្ភដោយ: រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា និងមូលនិធិអន្តរជាតិសម្រាប់អភិវឌ្ឍកសិកម្ម (IFAD)
ឧសភា ឆ្នាំ ២០១៧
ភ្នំពេញ, កម្ពុជា

មាតិកា

១សាវតា. 4

២. គោលបំណង និងរំពឹងទុក 4

៣. ម៉ូឌុលបណ្តុះបណ្តាល 4

៤. កម្មវត្ថុសិក្សា 5

៥. របៀបបង្រៀន 6

៦. ខ្លឹមសារនៃម៉ូឌុលបណ្តុះបណ្តាល 6

ម៉ូឌុលទី១- ទស្សនៈទាននៃការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម 7

ម៉ូឌុលរង ១.១: និយមន័យ 7

ម៉ូឌុលរង ១.២: សារៈសំខាន់ 8

ម៉ូឌុលរង ១.៣: គោលការណ៍ 8

ម៉ូឌុលទី២: ដំណើរការនៃការផលិតឯកសារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម 10

ម៉ូឌុលរង ២.១: ដំណើរការ 10

ម៉ូឌុលរង ២.២: ប្រភេទឯកសារផ្សព្វផ្សាយសំខាន់ៗ 11

ម៉ូឌុលរង ២.៣: លក្ខណៈល្អៗនៃឯកសារផ្សព្វផ្សាយ 12

ម៉ូឌុលរង ២.៤: ឯកសារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មមិនមានប្រសិទ្ធិភាព 12

ម៉ូឌុលទី៣បច្ចេកទេសគន្លឹះក្នុងការផលិតឯកសារផ្សព្វផ្សាយ - 13

ម៉ូឌុលរង ៣.១. សិក្សា វិភាគ និងចាត់អទិភាពបញ្ហា 13

ម៉ូឌុលរង ៣.២. ស្វែងរកដំណោះស្រាយបញ្ហា 15

ម៉ូឌុលរង ៣.៣. វាយតម្លៃពង្រាងឯកសារ 29

ម៉ូឌុលទី៤: គោលការណ៍ណែនាំក្នុងការអនុវត្តវគ្គបណ្តុះបណ្តាល 30

ម៉ូឌុលរង ៤.១: សេចក្តីផ្តើម 30

ម៉ូឌុលរង ៤.២: ជំហានសំខាន់ៗសម្រាប់អនុវត្តលើវគ្គបណ្តុះបណ្តាល 31

ម៉ូឌុលរង ៤.៣: ទម្រង់បែបបទសម្រាប់វគ្គបណ្តុះបណ្តាល 32

៧. កម្មវិធីសិក្សា និងវិធីសាស្ត្របង្រៀន 34

៨. សង្ខេប 35

៩. ធ្វើតេស្តចំណេះដឹងនៅក្រោយវគ្គ 35
១០. វាយតម្លៃវគ្គ 35
១១. ឯកសារសម្ភារៈសម្រាប់វគ្គ..... 35
១២. ឯកសារបង្អែកនិងអានបន្ថែម 36

តារាងបញ្ជីរូបភាព

Figure 1 ទស្សនៈទាននៃការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម..... 8
Figure2 ដំណើរការនៃការផលិតឯកសារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម 10
Figure 3 វិធីវិភាគតាមរបៀបឆ្នឹងត្រី 14
Figure 4 វិធីវិភាគតាមរបៀបដើមឈើ 14
Figure 5 វិធីភាវិគតាមរបៀបដ្យាក្រាម 14
Figure 6 ខិតប័ណ្ណ និងសៀវភៅតូច 19
Figure 7 ផ្ទាំងរូបភាព 20
Figure 8 រូបភាពនៃសំណេរវីឌីអូ 21
Figure 9 រូបភាពនៅគេហទំព័រ 23
Figure 10 ទម្រង់អានពត៌មានផ្សេងៗ 26
Figure 11 ទម្រង់លំហូរពត៌មានផ្សេងៗ 27
Figure 12 រូបភាពជ្រើសរើស 28

១.សាវតា

កម្មវិធីASPIREមានគោលដៅពង្រឹងមន្ត្រីកសិកម្មគ្រប់លំដាប់ថ្នាក់ក្នុងការអនុវត្តន៍គោលនយោបាយផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មនៅកម្ពុជា។ ហេតុដូចនេះ កិច្ចខិតខំប្រឹងប្រែងមួយចំនួនត្រូវបានអនុវត្តរួចមកដែលពាក់ព័ន្ធនឹងការបណ្តុះបណ្តាល ក្នុងនោះវគ្គបណ្តុះបណ្តាលស្តីពី "របៀបនៃការផលិតឯកសារផ្សព្វផ្សាយ" ដល់មន្ត្រីទទួលបន្ទុកក្នុងការផលិតឯកសារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ហៅកាត់ថា"EMD"។ រួចពួកគេនឹងធ្វើការបណ្តុះបណ្តាលបន្តដល់មន្ត្រីផ្សព្វផ្សាយថ្នាក់ឃុំ "CEW" នេះដោយយោងតាមសៀវភៅអនុវត្តកម្មវិធី "PIM" ។

ទីប្រឹក្សាថ្នាក់ជាតិបានជ្រើសរើសក្នុងខែ តុលា ឆ្នាំ២០១៦ ដើម្បីធ្វើការរៀបចំកម្មវិធីសិក្សា និងគោលការណ៍សំខាន់ៗសំរាប់រៀបចំវគ្គបណ្តុះបណ្តាល។

ពង្រាងឯកសារនេះបានដាក់ស្នើជូនថ្នាក់ដឹកនាំនៅខែ មករា ឆ្នាំ២០១៧ ហើយនៅខែបន្ទាប់(ថ្ងៃទី១៦ កុម្ភៈ២០១៧) ការពិនិត្យផ្នែកបច្ចេកទេសលើពង្រាងនេះបានធ្វើឡើងរវាងមន្ត្រីកម្មវិធី និងមន្ត្រីនាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ហើយរាល់មតិយោបល់ត្រូវបានធ្វើការកែលម្អ រួចដាក់ស្នើជូនថ្នាក់ដឹកនាំម្តងទៀតនៅចុងខែកុម្ភៈឆ្នាំ២០១៧។

២. គោលបំណង និងរំពឹងទុក

គោលបំណងសំខាន់នៃកិច្ចការនេះ គឺដើម្បីរៀបចំទាំងខ្លឹមសារឯកសារ និងគោលការណ៍ណែនាំស្តីពីការបណ្តុះបណ្តាលដែលមានទិសដៅពង្រឹងចំណេះ និងជំនាញ(K&S) ដល់ EMDs និងបន្ទាប់ពួកគេអាចមានលទ្ធភាពផ្តល់វគ្គបណ្តុះបណ្តាលបន្តដល់ភ្នាក់ងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មឃុំនាថ្ងៃក្រោយ។

ពេលដែលភ្នាក់ងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មឃុំ ទទួលបានK&S នេះ វាអាចជួយពួកគេឱ្យកាន់តែប្រសើរឡើង មិនត្រឹមតែធ្វើឱ្យមានសុពលភាពនៃឯកសារវគ្គបណ្តុះបណ្តាលដែលមានស្រាប់ប៉ុណ្ណោះទេ តែថែមទាំងជួយពួកគេអាចផលិតឯកសារផ្សព្វផ្សាយថ្មីៗ ទៅតាមតម្រូវការរបស់កសិករនៅតំបន់គ្រប់គ្រងរបស់ពួកគេ។

យើងសង្ឃឹមថារាល់ការខិតខំប្រឹងប្រែងទាំងអស់នឹងផ្តល់វិភាគទាន និងឆ្លើយតបនឹងបញ្ហា ព្រមទាំងតម្រូវការនានាដែលបានកំណត់ក្នុងគោលនយោបាយផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មនៅប្រទេសកម្ពុជា និង សៀវភៅ PIM។

៣. ម៉ូឌុលបណ្តុះបណ្តាល

យោងតាមខ្លឹមសារដែលបានកំណត់នៅក្នុងគោលនយោបាយលទ្ធផលវិភាគដំបូងពីតម្រូវការសិក្សា (TNA) ព្រមទាំងតាមរយៈកិច្ចប្រជុំបន្តបន្ទាប់មក ម៉ូឌុលបណ្តុះបណ្តាលសំខាន់ចំនួន៤ត្រូវស្នើឡើង៖

១- ទស្សនៈទាននៃការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម

២- ដំណើរការនៃការអភិវឌ្ឍន៍ឯកសារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម

៣- បច្ចេកទេសក្នុងការអភិវឌ្ឍន៍ឯកសារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម និង

៤- គោលការណ៍ណែនាំសម្រាប់ការអនុវត្តវគ្គបណ្តុះបណ្តាល

មានការរំពឹងទុកថាវគ្គបណ្តុះបណ្តាលគ្រូបង្គោល(TOT) វគ្គសិក្សាជំនាញសម្រាប់មនុស្សពេញវ័យ ភាពជាអ្នកដឹកនាំនិងវគ្គបណ្តុះបណ្តាលពាក់ព័ន្ធផ្សេងទៀតគួរផ្តល់ដល់ក្រុម EMD ដើម្បីធ្វើឱ្យពួកគេមានជំនាញធ្វើផែនការ និងអនុវត្តវគ្គបណ្តុះបណ្តាលបន្តដល់ក្រុមភ្នាក់ងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មឃុំប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព។

៤. កម្មវត្ថុសិក្សា

នៅទីបញ្ចប់នៃវគ្គបណ្តុះបណ្តាល សិក្ខាកាមភាគច្រើននឹងអាចៈ

លេខម៉ូឌុល	ចំណងជើងម៉ូឌុល	កម្មវត្ថុសិក្សា
១	ទស្សនៈទាននៃការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម	– ពន្យល់ថាហេតុអ្វីបានជាការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មមានសារៈសំខាន់? – កំណត់និយមន័យនៃពាក្យគន្លឹះក្នុងការងារផ្សព្វផ្សាយ។ – កំណត់និងពិភាក្សាគោលការណ៍សំខាន់នៃការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម។
២	ដំណើរការនៃការអភិវឌ្ឍន៍ឯកសារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម	– រៀបរាប់ដំណើរការទូទៅនៃការផលិតឯកសារផ្សព្វផ្សាយ។ – កំណត់ឯកសារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មនិងពន្យល់ពីចំនុចខ្លាំង និងខ្វះខាតនៃឯកសារទាំងនេះ។ – ពិភាក្សាចំនុចល្អ និងកត្តាដែលធ្វើឱ្យការអភិវឌ្ឍន៍ឯកសារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មគួរធ្វើការកែសម្រួល។
៣	បច្ចេកទេសក្នុងការផលិតឯកសារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម	– កំណត់ជំហាន/សកម្មភាពនានាក្នុងការផលិតឯកសារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម។ – ពន្យល់ និងពិភាក្សាពីបច្ចេកទេសគន្លឹះក្នុងការកំណត់ វិភាគ និងចាត់អទិភាពបញ្ហា រៀបចំគំរូប្លង់ឯកសារ ជ្រើសរើសឧបករណ៍ផ្សព្វផ្សាយ និងភាសា គំនូរពង្រៀង លំហូរពត៌មាន និងរូបភាព។ – វាយតំលៃឯកសារពង្រាង តាមរយៈធ្វើការផ្ទៀងផ្ទាត់និងធ្វើតេស្តឯកសារផ្សព្វផ្សាយ។ – លំហាត់អនុវត្តក្នុងការផលិតឯកសារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មដោយឈរលើជំហានរៀបរាប់ដូចខាងលើ។
៤	គោលការណ៍ណែនាំសម្រាប់ការអនុវត្តវគ្គបណ្តុះបណ្តាល	– ស្វែងយល់សារៈសំខាន់នៃគោលការណ៍ណែនាំសម្រាប់វគ្គបណ្តុះបណ្តាល – រៀបរាប់ និងអនុវត្តនីតិវិធីសម្រាប់រៀបចំវគ្គបណ្តុះបណ្តាល – ប្រើប្រាស់ទម្រង់គំរូនៅក្នុងវគ្គបណ្តុះបណ្តាល។ល។

៥. របៀបបង្រៀន

ករណីវគ្គនេះផ្តោតសំខាន់លើការពង្រឹងជំនាញផលិតឯកសារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម និងការបណ្តុះបណ្តាលបន្ត។ ហេតុដូចនេះ របៀបបង្រៀនជាសំខាន់គួរផ្តោតលើវិធីបណ្តុះបណ្តាលដោយឈរលើសិស្សនៅមូលដ្ឋាន ដូចជាវិធីសាស្ត្របំផុសគំនិត ពិភាក្សាក្រុមតូចៗ និងលំហាត់អនុវត្តជាដើម។ ប្រភេទបង្រៀនបែបនេះនឹងលើកទឹកចិត្តដល់សិក្ខាកាមក្នុងការគិត ពិនិត្យពិច័យ ផ្លាស់ប្តូរគំនិត និងបទពិសោធន៍ បច្ចេកទេសគន្លឹះៗក្នុងការផលិតឯកសារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម និងនីតិវិធីរៀបចំវគ្គបណ្តុះបណ្តាលប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព។

៦. ខ្លឹមសារនៃម៉ូឌុលបណ្តុះបណ្តាល

សេចក្តីផ្តើមនៃវគ្គបណ្តុះបណ្តាលគឺចាំបាច់គួរអនុវត្តដូចខាងក្រោមៈ

- ណែនាំឱ្យសិក្ខាកាមស្គាល់គ្នាតាមរយៈលំហាត់ផ្សេងៗ(ដូចជាការដើរសួរគ្នា)
- ពន្យល់មូលហេតុដែលធ្វើឱ្យមានវគ្គនេះ រួមទាំងរៀបរាប់ពីកម្មវត្ថុសិក្សា និងក្តីរំពឹងទុក
- ពន្យល់ពីខ្លួមសារ ឬម៉ូឌុលបណ្តុះបណ្តាលតាមលំដាប់លំដោយ
- ពិភាក្សាពីរបៀបវារៈ ឬកម្មវិធីសិក្សា
- ពិភាក្សាពីកស្តុតាង(រួមទាំងការចំណាយដល់សិក្ខាកាម)
- កំណត់បទបញ្ញាសិក្សា(ground rules)
- ធ្វើតេស្តចំណេះដឹងមុនវគ្គ។

គោលបំណង គឺពង្រឹងសមត្ថភាពសិក្ខាកាមក្នុង

- ការសិក្សា និងអនុវត្តដំណើរការ និងបច្ចេកទេសគន្លឹះៗក្នុងការផលិតឯកសារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម
- ការកំណត់និងអនុវត្តនីតិវិធីបណ្តុះបណ្តាលសំរាប់EMDពេលពួកគេធ្វើការបណ្តុះបណ្តាលបន្តដល់ក្រុម CEWs/DAO ឱ្យមានសមត្ថភាពបន្ថែមក្នុងការផលិតឯកសារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម។

បទបញ្ញាសិក្សា(ground rules)

- ការចូលរួម(គ្មានអវត្តមាន)
- មករៀនទាន់ពេល
- ចូលរួមសិក្សាដោយសកម្ម «កុំព្រួយពីខុស និងត្រូវ»
- គោរពគ្នាទៅវិញទៅមក «គ្មានការរំខាន»
- ស្វែងរកការបំភ្លឺបើមានចំងល់ «កុំនៅស្ងៀមស្ងាត់»
- បង្កើតឱ្យមានបរិយាកាសដ៏រីករាយសំរាប់ទាំងអស់គ្នា
- បិទឬដាក់រំញ័រទូរស័ព្ទពេលសិក្សា

- ផ្សេងៗ(បើមានស្នើឡើងដោយសិក្ខាកាម)។

ម៉ូឌុលទី១- ទស្សនៈទាននៃការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម

ម៉ូឌុលរង ១.១: និយមន័យ

<u>កសិកម្ម:</u> ជាវិទ្យាសាស្ត្រ សិល្បៈ ឬការអនុវត្តន៍ទាក់ទងនឹងបញ្ហាដី ការផលិតធញ្ញជាតិ ការចិញ្ចឹមសត្វទៅតាមវិធីផ្សេងៗនិងការរកទីផ្សារសម្រាប់ផលិតផលកសិកម្ម។

<u>ផ្សព្វផ្សាយ:</u>ជាទូទៅមាននិយមន័យ និងការបកស្រាយផ្សេងៗគ្នា ចំពោះវិស័យអភិវឌ្ឍនានាដូចជាកសិកម្ម សុខាភិបាល អភិវឌ្ឍជនបទ។ល។ តែជារួម វាមានន័យថាៈ

1. បង្កើតការយល់ដឹងទូលាយអំពីអនុវត្តវិធីថ្មីៗ ឬ
2. លើកចិត្តមនុស្សឱ្យចេះកែលម្អ និងផ្លាស់ប្តូរទំលាប់ចាស់របស់ពួកគេ ឬ
3. ផ្តល់ពត៌មានពីវិធីអនុវត្តន៍បច្ចេកវិទ្យាថ្មីឱ្យបានជោគជ័យ ឬឱ្យប្រសើរឡើងការអនុវត្តន៍បច្ចុប្បន្ន។

ដូចនេះការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មត្រូវបានកំណត់ថាជាចំណែកមួយដែលពាក់ព័ន្ធនឹងការព្យាយាមផ្លាស់ប្តូរពីការអនុវត្តបែបបុរាណទៅរកវិធីសាស្ត្រមួយដែលនាំឱ្យមានការអនុវត្តន៍បច្ចេកវិទ្យាកសិកម្មទំនើបមួយជំនួសយន្តការចាស់ក្នុងន័យទ្រទ្រង់ដល់កសិករឱ្យចេះកែច្នៃ និងរិះរកមធ្យោបាយ ព្រមទាំងជួយគេស្វែងរកសេវាបច្ចេកវិទ្យាថ្មីៗដើម្បីបង្កើនផលិតផលរបស់ពួកគេ(Ian C និង Andrew K,2000)។

បច្ចេកវិទ្យាថ្មីៗក្នុងបរិបទនេះយ៉ាងហោចណាស់មាន៤ អត្ថន័យ:

ក) បង្កើនផលិតផលកសិកម្មតាមរយៈប្រើប្រាស់ធនធានមានស្រាប់ និងប្រើទុនតិច។

ខ) បច្ចេកវិទ្យាណាដែលបញ្ចូលភាពធន់នឹងបម្រែបម្រួលអាកាសធាតុទៅក្នុងការអនុវត្តន៍បច្ចុប្បន្នរបស់ពួកគេ។

គ) ទ្រទ្រង់ដល់ការរីកចម្រើនផ្នែកសេដ្ឋកិច្ច សមភាព សុវត្ថិភាពចំណីអាហារ និងការលើកតម្កើងការអភិវឌ្ឍន៍សេដ្ឋកិច្ចជនបទ។

ឃ) ការអនុវត្តមិនឱ្យប៉ះពាល់ដល់បរិស្ថាន។

<u>ការអភិវឌ្ឍន៍:</u> ជាទូទៅគឺជាសកម្មភាព ឬដំណើរការនៃការ

- ធ្វើឱ្យលូតលាស់ ប្រែក្លាយឱ្យធំ ឬមានការឈានមុខ។
- បង្កើតអ្វីៗឱ្យមានចេរភាព។
- បង្កើតគំនិតល្អ និងថ្មីៗ។

ជាសង្ខេប ការអភិវឌ្ឍន៍ផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មគឺជាការផ្សារភ្ជាប់ ឬជាការបញ្ជូនពត៌មានដែលរកឃើញពីការស្រាវជ្រាវដល់កសិករតាមរយៈការរៀបចំក្រុមសហគមន៍ ហើយឱ្យពួកគេអនុវត្តវិធីផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មផ្សេងៗជាលក្ខណៈបុគ្គល ក្រុម ឬសាធារណជនទូទៅជាដើម(មើលរូបភាពទី១)។

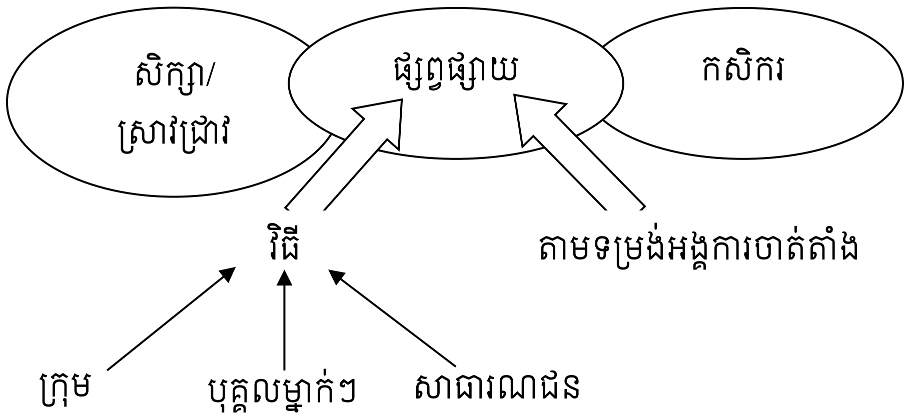


Figure 1 ទស្សនៈទាននៃការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម

ម៉ូឌុលរង ១.២: សារៈសំខាន់

ជាទូទៅប្រទេសកំពុងអភិវឌ្ឍន៍ សហគមន៍នៅមូលដ្ឋានមិនត្រឹមតែខ្វះខាតឯកសារផ្សព្វផ្សាយទៅតាមតម្រូវការ និងឆ្លើយតមនឹងបញ្ហារបស់កសិករប៉ុណ្ណោះទេ តែជាក់ស្តែងឯកសារទាំងនោះនៅមានកម្រិតលើខ្លឹមសារសំខាន់ៗ និងធ្វើឲ្យងាយស្រួលយល់ដល់អ្នកអាន។ ដូចនេះ វាចាំបាច់ត្រូវយកចិត្តទុកដាក់ជាសំខាន់ដោយធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវចំនុចខ្វះខាតទាំងនោះ។

ដូចនេះ ជាការប្រសើរ គួរឱ្យមានមន្រ្តីច្រើនរូបទទួលបានការបណ្តុះបណ្តាលលើប្រធានបទណាដែលអាចជួយពួកគេឲ្យបំពេញតួនាទីរបស់ពួកគេដោយផ្ទាល់ និងឈរលើតារាងការងាររបស់ពួកគេបច្ចុប្បន្ន និងទៅអនាគត រួចអនុវត្តការបណ្តុះបណ្តាលដោយឈរលើការសិក្សាយកសិស្សជាមូលដ្ឋាន ហើយទ្រទ្រង់បណ្តុះបណ្តាលបន្តតាមរយៈការធ្វើលំហាត់អនុវត្តឱ្យបានច្រើន។

សរុបរួម ឯកសារផ្សព្វផ្សាយជាឧបករណ៍ដ៏មានសារៈសំខាន់មួយក្នុងការសម្រួលដល់ការសិក្សា និងចែករំលែកពត៌មានរវាងទីភ្នាក់ងារ និងកសិករ ហើយបើវាឆ្លើយតបបានល្អ និងគោរពតាមគោលការណ៍អភិវឌ្ឍឯកសារផ្សព្វផ្សាយដែលរៀបរាប់ជាលម្អិតនៅម៉ូឌុលទី៣ខាងក្រោម។

ម៉ូឌុលរង ១.៣: គោលការណ៍

គួរគោរពទៅតាមគោលការណ៍សំខាន់ៗចំនួន៥ ក្នុងការផលិតឯកសារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មៈ

1. គោលនយោបាយផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មរបស់ក្រសួង។
2. ដោះស្រាយឬសគល់បញ្ហា តម្រូវការ និងចំណាប់អារម្មណ៍របស់កសិករ ដូចជាពាក់ព័ន្ធនឹងការបង្កើនជីវភាពរស់នៅរបស់ពួកគេតាមរយៈបង្កើនផលិតផល និងតាមតម្រូវការទីផ្សារ។
3. ឆ្លើយតបនឹងតម្រូវការរបស់ក្រុមគោលដៅ(ឧ. ក្រុមជនក្រីក្រ និងស្ត្រី។ល។)

4. កំណត់ និងជ្រើសរើសឧបករណ៍ និងវិធីសាស្ត្រមានការប្រាស្រ័យទាក់ទងល្អប្រសើរ (ឧ. អនុវត្តបង្ហាញនៅមូលដ្ឋាន ផ្តល់ពត៌មានផ្សព្វផ្សាយតាមវិទ្យុ វិឌីអូ ។ល។)
5. ជ្រើសរើសខ្លឹមសារសំខាន់ៗ ដោយប្រើពាក្យពេជន៍ងាយៗ(ដូចជា ស្របនឹងចំណេះរបស់ពួកគេជាអប្បបរមា) និង ប្រើបច្ចេកវិទ្យាអនុវត្តឱ្យបានត្រឹមត្រូវ។

ពេលផលិតឯកសារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម សំណួរខាងក្រោមគួរចងចាំ៖

- តើវាផ្តល់ផលប្រយោជន៍អ្វីដល់កសិករ(ឧ. ប្រាក់ចំណេញ ត្រូវការកម្មករតិច មានសុវត្ថិភាពល្អ និង មានហានិភ័យតិច)?
- តើមានហានិភ័យធំៗ អ្វីនឹងកើតឡើងពេលពួកគេមិនអនុវត្តតាមបច្ចេកវិទ្យាថ្មីនោះ?
- តើខ្លឹមសារជាក់លាក់ និងសំខាន់អ្វីដែលត្រូវបានបញ្ជូនដល់ក្រុមកសិករ(មានន័យថាកុំសរសេរច្រើនពេក)?
- តើខ្លឹមសារសមស្របអ្វីខ្លះសម្រាប់ការដាំដុះ និងក្រុមអ្នកមានចំណេះដឹង?
- តើខ្លឹមសារនោះមានការរៀបចំតាមលំដាប់លំដោយយ៉ាងណា?
- តើធ្វើយ៉ាងម៉េចឱ្យការផ្សព្វផ្សាយមានលក្ខណៈងាយស្រួលអាននិងយល់?
- តើមានរូបភាពល្អនិងទាក់ទាញអ្វីខ្លះសម្រាប់ក្រុមគោលដៅ?
- តើគួរសរសេរនិងប្រាប់កសិករថាតើពួកគេអាចរកពត៌មានទាំងនោះបានមកពីណា?

ជាការប្រសើរ គួរសំណូមពរឱ្យមានចូលរួមពីសំណាក់អ្នកពាក់ព័ន្ធនានាក្នុងការផលិតឯកសារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ដូចជាកសិករ មន្ត្រីផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មថ្នាក់មូលដ្ឋាន អ្នកវិទ្យាសាស្ត្រ។ល។ ពួកគេគួរមានចំណេះដឹង វប្បធម៌ ការអនុវត្ត និង មានបច្ចេកវិទ្យាថ្មីផ្សេងៗពីគ្នាដែលជាការផ្តល់វិភាគដល់ការផលិតឯកសារប្រកបដោយភាពសុក្រិត ត្រឹមត្រូវ និងទាក់ទាញ ដែលនាំមកនូវការអនុវត្តប្រកបដោយជោគជ័យនៅកម្ពុជា។ ជាការពិតការបង្កលក្ខណៈងាយស្រួលឲ្យមានការចូលរួមពីអ្នកពាក់ព័ន្ធអាចមានការលំបាក ហើយចាំបាច់ធ្វើឱ្យបានទៀងទាត់ និងមានលក្ខណៈជាយុទ្ធសាស្ត្រ។

ម៉ូឌុលទី២: ដំណើរការនៃការផលិតឯកសារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម

ម៉ូឌុលរង ២.១: ដំណើរការ

ដំណើរការនៃការផលិតឯកសារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម មានលក្ខណៈស្រដៀងនឹងទស្សនៈទានផ្នែកជំនួញដែរ ហើយត្រូវប្រកាន់យកនូវ៣ជំហានសំខាន់ៗដូចជា៖

1) កំណត់បញ្ហាតាមរយៈ ១)សិក្សាពីបញ្ហា និងតម្រូវការរបស់សហគមន៍ ២) វិភាគឬសគល់បញ្ហា និង ៣)កំណត់អាទិភាពបញ្ហា។
2) រកដំណោះស្រាយបញ្ហា (មានន័យថារៀបចំឯកសារផ្សព្វផ្សាយឲ្យចំនឹងតម្រូវការរបស់ពួកគេ)។ វាជាផ្នែកមួយសំខាន់នៅក្នុងដំណើរការនៃការផលិតឯកសារ ហើយគួរអនុវត្តទៅតាមជំហានដូចជា៖ ១)បង្កើត និងផ្ទៀងផ្ទាត់ចំណងជើង ២) ជ្រើសរើសឧបករណ៍ផ្សព្វផ្សាយសមស្រប ៣) ជ្រើសរើសភាសាសរសេរត្រឹមត្រូវ ៤) រៀបចំប្លង់ឯកសារ ៥) ពិចារណាលំហូរពត៌មាន និង ៦) ជ្រើសរើសរូបភាពឱ្យមានការទាក់ទាញ។
3) វាយតំលៃឯកសារដោយត្រួតពិនិត្យពង្រៀងឯកសារនិងធ្វើតេស្តឯកសារជាមួយតួអង្គសំខាន់ៗ។ បន្ទាប់ធ្វើការកែលម្អ កែសម្រួល និង ដាក់សំណើឯកសារចុងក្រោយនេះជូនដល់អ្នកពាក់ព័ន្ធដើម្បីអនុម័តមុនធ្វើការអនុវត្តសាកល្បង រួចអនុវត្តជាផ្លូវការឱ្យទូលំទូលាយនិងធ្វើការកែសម្រួលបន្តបន្ទាប់។រូបភាពទី2 ផ្តល់នូវសកម្មភាព និងដំណើរការលម្អិត។

1) កំណត់បញ្ហា – សិក្សាពីបញ្ហា និងតម្រូវការ – វិភាគបញ្ហានិង – ចាត់អាទិភាពបញ្ហា
2) រៀបចំគំនូសប្លង់ឯកសារផ្សព្វផ្សាយ – បង្កើត និងផ្ទៀងផ្ទាត់ចំណងជើង – ជ្រើសរើសឧបករណ៍ផ្សព្វផ្សាយឱ្យបានសមស្រប – ជ្រើសរើសភាសាសរសេរឱ្យបានត្រឹមត្រូវ – រៀបចំគំនូសប្លង់ឯកសារ – ពិចារណាលើលំហូរពត៌មាននិង – ជ្រើសរើសរូបភាពឱ្យមានភាពទាក់ទាញច្រើន
3) ត្រួតពិនិត្យ ធ្វើតេស្ត និងកែសម្រួលឯកសារផ្សព្វផ្សាយ – ត្រួតពិនិត្យឡើងវិញនៃឯកសារពង្រៀង – ធ្វើតេស្តនិង – កែសម្រួលឯកសារ

Figure 2 ដំណើរការនៃការផលិតឯកសារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម

សកម្មភាព២ ១ លំហាត់អនុវត្ត(ការរៀបចំក្រុម)

នៅក្នុងវគ្គសិក្សានេះនឹងមានការងារក្រុមតូចៗពិភាក្សាជាច្រើន។ ហេតុដូចនេះលំហាត់នេះអាចជួយដល់សិក្ខាកាមអាចជ្រើសរើសអ្នកក្នុងចំណោមពួកគេជាសមាជិកក្រុមដែលគួរមកពីស្ថាប័នខុសគ្នា និងមានជំនាញចម្រុះ។ល។បើអាចធ្វើទៅបាន។

ម៉ូឌុលរង ២.២: ប្រភេទឯកសារផ្សព្វផ្សាយសំខាន់ៗ

ជាទូទៅឯកសារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មមាន២ប្រភេទធំ:

1) ក្រាហ្វិក និងឯកសារផ្តល់នូវចក្ខុ និងសម្លេងដូចជា ផ្ទាំងរូបភាព ខិតប័ណ្ណ វីដេអូ គេហទំព័រ។

2) ពត៌មានផ្សព្វផ្សាយទូលំទូលាយរួមបញ្ចូលគ្នាដូចជា វិទ្យុ ទូរទស្សន៍។ល។

ប្រភេទឯកសារនីមួយៗមានលក្ខណៈជាវិជ្ជមាន និងអវិជ្ជមាន ដូចនេះវាចាំបាច់ត្រូវជ្រើសរើសប្រភេទឯកសារព្វផ្សាយដោយឈរលើខ្លឹមសារ និងស្របតាមក្រុមគោលដៅ។

ឯកសារមានលក្ខណៈជាក្រាភិច អាចមើលឃើញ និងមានសម្លេង	
ចំណុចខ្លាំង	**ចំណុចខ្សោយ**
– ទាក់ទាញយកចិត្តទុកដាក់ដល់ក្រុមគោលដៅ – ផ្តល់ពត៌មានសំខាន់ៗជាមូលដ្ឋាន – ផ្តល់ពត៌មានចម្រុះពាក់ព័ន្ធគ្នា – អាចធ្វើការផលិតឡើងវិញបាន – ទ្រទ្រង់ដល់ការអប់រំ និងវគ្គបណ្តុះបណ្តាល – អាចផលិតនៅក្នុងមូលដ្ឋាន និងផ្តល់កិត្តិយសដល់សហគមន៍។ – អាចផ្តល់ពត៌មានត្រឡប់ជាប្រចាំបាន។	– វគ្គបណ្តុះបណ្តាលចាំបាច់ឱ្យប្រើប្រាស់ឯកសារនេះឱ្យបានត្រឹមត្រូវ បើមិនដូច្នោះទេក្រុមគោលដៅមិនអាចផ្លាស់ប្តូរឥរិយាបថរបស់ពួកគេឡើយ។ – ពត៌មាន និងចំណេះដឹងផ្តល់តាមរយៈឯកសារប្រភេទនេះនៅមានកម្រិត។
ប្រភេទឯកសារពត៌មានផ្សព្វផ្សាយមានលក្ខណៈទូលំទូលាយ	
– ក្រុមគោលដៅដ៏ច្រើនអាចទទួលបានពត៌មាន – អាចក្រើនរំលឹកខ្លឹមសារពត៌មានសំខាន់ៗតាមរយៈការប្រាស្រ័យទាក់ទងរវាងគ្នា និងគ្នា – ផ្តល់ស្ថានការណ៍ដ៏ល្អដល់កម្មវិធីសេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម។	– នៅជនបទមួយចំនួន ប្រហែលមិនអាចទទួលពត៌មាននេះបាន។ – តម្រូវឱ្យមានជំនួយថវិកាបន្តបន្ទាប់ បើត្រូវការផ្សព្វផ្សាយឱ្យបានលំទូលាយ – មានការពិបាកខ្លះក្នុងការបញ្ជូនពត៌មានដល់ក្រុមគោលដៅជាក់លាក់ណាមួយ។ – ខ្លឹមសារពត៌មានមិនអាចយកមកប្រើបាន។

ម៉ូឌុលរង ២.៣: លក្ខណៈល្អៗនៃឯកសារផ្សព្វផ្សាយ

ឯកសារផ្សព្វផ្សាយដែលល្អ គឺចាំបាច់មានការផ្សារភ្ជាប់នឹងគោលបំណង២សំខាន់:

– គោលបំណងទី១ ឆ្លើយតបនឹងបញ្ហាពិតប្រាកដរបស់ក្រុមគោលដៅ ហេតុដូចនេះកម្មវត្ថុ ចំណេះដឹង អត្ថបទ និងខ្លឹមសារនៃឯកសារត្រូវឱ្យសមស្របនឹងគោលនយោបាយ កម្មវត្ថុរបស់ស្ថាប័ន និងតម្រូវការរបស់កសិករ។

– គោលបំណងទី២ រៀបចំចាត់ចែងការផលិតឯកសារឱ្យបានហ្មត់ចត់ដោយធានាថាមានកសិករដ៏ច្រើនអាចប្រើប្រាស់វាបាន ទោះបីពួកគេជាអ្នកមិនចេះអក្សរក៏ដោយ។ ហេតុដូចនេះពត៌មានគួរតែមានលក្ខណៈងាយស្រួលយល់ដល់បុគ្គលម្នាក់ៗ និងឬក្រុមគោលដៅទាំងមូល ហើយថាតើធ្វើរបៀបណាឲ្យឯកសារនេះអាចទទួលបានដល់មនុស្សភាគច្រើន មានលក្ខណៈទាក់ទាញ និងលើកទឹកចិត្តដល់អ្នកអាន និងចុងក្រោយ តើធ្វើរបៀបណាឱ្យពត៌មានអាចពង្រីកវិសាលភាពដើម្បីទទួលលទ្ធផលដ៏ប្រសើរ។

ម៉ូឌុលរង ២.៤: ឯកសារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មមិនមានប្រសិទ្ធិភាព

ចំណុចខាងក្រោមគួរពិចារណា ដែលនាំឱ្យឯកសារផ្សព្វផ្សាយមិនមានប្រសិទ្ធភាព៖

- មិនឈរលើតម្រូវការមូលដ្ឋាន
- មិនសមស្របទៅនឹងបរិបទបរិស្ថាននៅមូលដ្ឋាន(ដូចជាសំលៀកបំពាក់ចំលែក)
- ពាក្យ និងវាយស័ព្ទពិបាកៗ(ឧ. ប្រើភាសាពីក្រៅ ពាក្យកាត់។ល។)
- មិនឆ្លុះបញ្ចាំងពីវប្បធម៌នៅក្នុងមូលដ្ឋាន(ឧ. មិនស្របនឹងជីវិតរស់នៅធម្មតាប្រចាំថ្ងៃ និងគ្មានផ្តល់តម្លៃដល់សហគមន៍)
- មិនមានការផ្តត់ផ្គង់គ្រប់គ្រាន់ ដូចជា ការគាំទ្រពីស្ថាប័ន សមត្ថភាពមន្ត្រីក្នុងការអនុវត្ត ផែនការអនុវត្តជាប្រព័ន្ធ ថវិកា និងការបណ្តុះបណ្តាលដល់មន្ត្រីអនុវត្តនៅមានកម្រិត។

ម៉ូឌុលទី៣- បច្ចេកទេសគន្លឹះក្នុងការផលិតឯកសារផ្សព្វផ្សាយ

វាមានសារៈសំខាន់ណាស់ក្នុងការផលិតឯកសារផ្សព្វផ្សាយឱ្យឆ្លើយតបនឹងសមត្ថភាពនិងតម្រូវការរបស់ក្រុមគោលដៅដែលនាំទៅដល់ការផ្លាស់ប្តូរជាវិជ្ជមាននៃការអនុវត្តនូវទំលាប់បច្ចុប្បន្ន ដើម្បីផ្តល់ឲ្យផលិតផលកសិកម្មរីកចម្រើន ធន់និងអាចសម្របទៅនឹងបម្រែបម្រួលអាកាសធាតុជាដើម។ ធ្វើដូចនេះ នឹងពាំនាំឲ្យជីវភាពរស់នៅរបស់ក្រុមគោលដៅមានភាពប្រសើរ ហើយភាពក្រីក្រនឹងត្រូវកាត់បន្ថយ។ ដូចនេះ ដំណោះស្រាយដ៏ប្រសើរក្នុងការផ្តល់សេវាតាមរយៈការផលិតសម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មគួរអនុវត្តតាមដំណាក់ធំ៣ រួមមានៈ

1. សិក្សា វិភាគ និងចាត់អាទិភាពបញ្ហា
2. ស្វែងរកដំណោះស្រាយបញ្ហាតាមរយៈបង្កើត និងផ្ទៀងផ្ទាត់ចំណងជើង ជ្រើសរើសឧបករណ៍ផ្សព្វផ្សាយឱ្យបានសមស្រប ជ្រើសរើសភាសាសរសេរឱ្យបានត្រឹមត្រូវ រៀបចំគំនូសប្លង់ឯកសារ ពិចារណាលើលំហូរពត៌មាន និង ជ្រើសរើសរូបភាពឱ្យមានភាពទាក់ទាញច្រើន។
3. វាយតម្លៃឯកសារតាមរយៈត្រួតពិនិត្យឡើងវិញនិងធ្វើតេស្តនៃឯកសារពង្រាងនោះ។

ម៉ូឌុលរង ៣.១. សិក្សា វិភាគ និងចាត់អទិភាពបញ្ហា

មានសកម្មភាព៣គឺៈ១) សិក្សាពីបញ្ហា ២)វិភាគបញ្ហា និង៣)ចាត់អទិភាពបញ្ហា.

ក) សិក្សាពីបញ្ហា

ការសិក្សាពីបញ្ហាគឺមាន៣កិច្ចការដែលត្រូវយកចិត្តទុកដាក់:

- រៀបចំសំណួរដែលផ្តោតលើ:១)ក្រុមគោលដៅ ២)ឬសគល់ បញ្ហា និង ៣)តម្រូវការ។
- ជ្រើសរើសបច្ចេកទេសប្រមូលទិន្នន័យ(ឧ-តាមរយៈក្រុមពិភាក្សាមិនផ្លូវការ ចុះអង្កេតជាមួយក្រុមគោលដៅ ពិភាក្សាក្រុម ជាដើម)។
- ប្រមូលនិងចងក្រងទិន្នន័យ។

ខ) វិភាគពីអ្នកពាក់ពន្ធ័ និងបញ្ហា

មានការវិភាគ២យ៉ាង-១) វិភាគក្រុមគោលដៅ និង២)វិភាគឬសគល់បញ្ហា។
ការវិភាគក្រុមគោលដៅអាចមានទម្រង់ជាមួយបុគ្គលម្នាក់ៗ និងរឺជាមួយក្រុមលើ:

- ចំណាប់អារម្មណ៍ ឬតម្រូវការរបស់ពួកគេ
- ឥទ្ធិពលរបស់ពួកគេលើគម្រោង
- ចំណេះដឹងនិងបទពិសោធន៍របស់ពួកគេ
- វិភាគទានរបស់ពួកគេដល់ភាពជោគជ័យនៃគម្រោង ផ្ទុយមកវិញទទួលបរាជ័យបើពួកគេអសកម្ម
- ជម្រុញឲ្យក្រុមគោលដៅធ្វើសេចក្តីសម្រេចចិត្ត ធ្វើផែនការនិងអនុវត្ត។ល។

ការវិភាគឬសគល់បញ្ហាអាចធ្វើបានតាមរយៈវិធីសាស្ត្រផ្សេងៗដូចជា វិធីវិភាគតាមរបៀបឆ្អឹងត្រី

(fish borne) វិធីវិភាគតាមរបៀបដើមឈើ (problems tree) និង វិធីវិភាគតាមរបៀបដ្យាក្រាម (diagram analysis)។ល។ មើលរូបភាពខាងក្រោម។

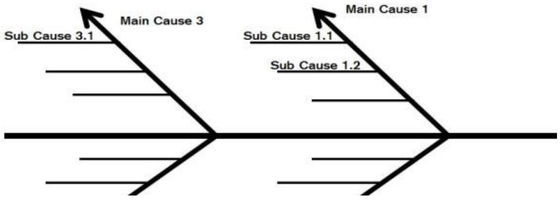


Figure 3 វិធីវិភាគតាមរបៀបឆ្អឹងត្រី

Figure 4 វិធីវិភាគតាមរបៀបដើមឈើ

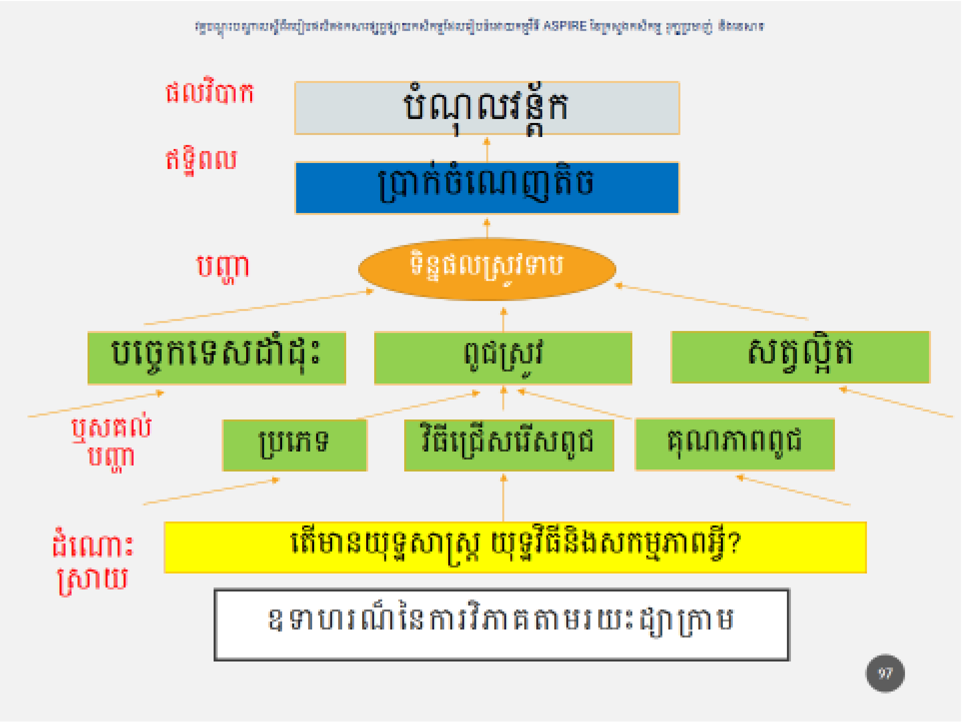


Figure 5 វិធីភាវិគតាមរបៀបដ្យាក្រាម

គ) ចាត់អទិភាពបញ្ហា

ការចាត់អទិភាពបញ្ហាគឺអាស្រ័យលើគោលនយោបាយ កម្មវត្ថុរបស់កម្មវិធី និងសមត្ថភាពស្ថាប័នក្នុងការអនុវត្ត កម្មវិធី និងការផ្តល់សេវា ព្រមទាំងលទ្ធផលវិភាគក្រុមគោលដៅ។ខាងក្រោមជាឧទាហរណ៍នៃបញ្ហា ឬតម្រូវការ។

- ថ្នាំកំចាត់សត្វល្អិតលើដំណាំស្រូវមិនសមស្រប
- ឱនភាពដី
- បច្ចេកទេសក្នុងការចិញ្ចឹមជ្រូកមិនបានសមស្រប
- បច្ចេកទេសចិញ្ចឹមត្រីដោយប្រើទុនច្រើន
- ការជ្រើសរើសគ្រាប់ពូជស្រូវដែលសម្របនឹងប្រែប្រួលអាកាសធាតុនៅមានកម្រិត
- ខ្វះបច្ចេកទេសទទួលផលស្រូវច្រើន

មធ្យោយបាយដ៏ងាយស្រួលក្នុងការចាត់អទិភាពបញ្ហាគឺគួរសួរបុគ្គល ឬក្រុមកសិករដាក់ពិន្ទុនូវបញ្ហាជម្រើស នីមួយៗ។ ពិន្ទុដែលខ្ពស់គឺជាបញ្ហាសំខាន់ត្រូវយកចិត្តទុកដាក់និងដោះស្រាយដំបូង។ខាងក្រោមជាឧទាហរណ៍

ចំណាត់ថ្នាក់តាមបុគ្គល	ចាត់អទិភាពបញ្ហា	ចំណាត់ថ្នាក់តាមក្រុម
	ថ្នាំកំចាត់សត្វល្អិតលើដំណាំស្រូវមិនសមស្រប	
	ឱនភាពដី	
	បច្ចេកទេសក្នុងការចិញ្ចឹមជ្រូកមិនបានសមស្រប	
	បច្ចេកទេសចិញ្ចឹមត្រីដោយប្រើទុនច្រើន	
	ការជ្រើសរើសគ្រាប់ពូជស្រូវដែលសម្របនឹងប្រែប្រួលអាកាសធាតុនៅមានកម្រិត	
	ខ្វះបច្ចេកទេសទទួលផលស្រូវច្រើន	

ពេលខ្លះ បញ្ហាជម្រើសទី២អាចចាត់ជាអទិភាពនិងអនុវត្តដំបូង ដោយសារ វាងាយស្រួលអនុវត្ត អាចទទួលផល រហ័ស ត្រូវការធនធានតិច។ល។ គួរកត់សំគាល់ថាបញ្ហាគួរកំណត់ដោយកសិករជាជាងអ្នកធ្វើសេចក្តីសម្រេចចិត្ត និង ឬអ្នកធ្វើផែនការ។ ទោះបីយ៉ាងណា រាល់សេចក្តីសម្រេចចិត្តណាមួយគួរពិនិត្យនិងយល់ព្រមពីសហគមន៍ ។ ទោះបីជាអ្នកធ្វើនយោបាយនិងអ្នកធ្វើផែនការមានចំណេះពីសហគមន៍និងធនធានក៏ដោយ។

ម៉ូឌុលរង ៣.២. ស្វែងរកដំណោះស្រាយបញ្ហា

ក) កំណត់ និងផ្ទៀងផ្ទាត់ចំណងជើងឯកសារឱ្យសមស្រប

នៅក្នុងជំហាននេះ គំនិតជាទស្សនៈទានត្រូវបានបង្កើតឡើងដោយឈរលើលទ្ធផលវិភាគក្រុមគោលដៅ និងបញ្ហា ចាត់អទិភាពបញ្ហា ឬតម្រូវការ។ បន្ទាប់មកកំណត់កម្មវត្ថុផ្សព្វផ្សាយដែលរៀបរាប់សមិទ្ធផលការងារ។

កម្មវត្ថុគួរបានមកពីចំណេះដឹង (មានន័យថា ពត៌មាន គំនិត និងព្រឹត្តិការណ៍នានា) ជំនាញ និង ឥរិយាបទត្រូវសិក្សា និងធ្វើឱ្យមានការផ្លាស់ប្តូរដល់ក្រុមគោលដៅនៅពេលបញ្ចប់វគ្គ ឬ កម្មវិធី។

កម្មវត្ថុត្រូវឆ្លើយតបនឹងឬសគល់បញ្ហា និងតម្រូវការរបស់កសិករ ហើយវាត្រូវតែ SMART។

S: ធ្វើឱ្យជឿជាក់(បញ្ហាឱ្យចំនឹងតម្រូវការជាក់ស្តែង)។

M: អាចវាស់វែងបាន(លទ្ធផលយ៉ាងហោចណាស់អាចឆ្លុះបញ្ចាំងនូវការរីកចម្រើន)។

A: ទទួលផលបានឬមានសកម្មភាពជាក់ស្តែង(ផ្តល់លទ្ធផលរយៈពេលខ្លី និងយូរ)។

R: អាចជឿទុកចិត្តបាន(លទ្ធផលអាចទទួលបានប្រកបដោយការជឿជាក់ស្របនឹងធនធានដែលមាន)។

T: ពេលសមស្រប (ទទួលលទ្ធផលក្នុងពេលជាក់លាក់មួយ)។

កម្មវត្ថុ SMART គួរតែមានកិរិយាស័ព្ទជាក់លាក់ដូចរ៉ាយរាប់ដូចខាងក្រោម។ គួរកត់សំគាល់ថា មានកិរិយាស័ព្ទល្អជាច្រើនដែលអាចដកស្រង់ចេញពីឯកសារបង្រៀនដែលរៀបចំដោយ បណ្ឌិត ម៉ាក់ សឿន និងលោក សាយ តុម។

កិរិយាស័ព្ទទូទៅ	កិរិយាស័ព្ទជាក់លាក់
– ស្វែងយល់ – ស្គាល់ – ទទួលស្គាល់	– តារាងបញ្ជី – កំណត់ – អនុវត្តបង្ហាញ – ជ្រើសរើស – អនុវត្តជាក់ស្តែង – កំណត់ន័យ – អនុវត្តការងារ – យកចិត្តទុកដាក់ – ពិភាក្សា – រៀបរាប់។ល។

លើសពីនេះ កម្មវត្ថុគួរឆ្លើយនឹងសំណួរដូចខាងក្រោម៖

- អនុវត្តក្នុងរយៈពេលប៉ុន្មាន?
- អនុវត្តជាមួយនរណា មានចំនួនប៉ុន្មាននាក់?
- អនុវត្តដើម្បីអ្វី(មូលហេតុដែលកម្មវត្ថុនេះត្រូវបានបង្កើតឡើង)?

<u>ឧទាហរណ៍</u>

ក) នៅចុងឆ្នាំ២០១៨ កសិករចំនួន១០ ០០០នាក់ នៅខេត្តក្រចេះ នឹងអនុវត្តសកម្មភាពកសិដ្ឋានបែបចម្រុះ។

ខ) នៅចុងខែឧសភាឆ្នាំ ២០១៧ កសិករក្រីក្រចំនួន៥០០នាក់ នៅខេត្តកំពង់ឆ្នាំងប្រទេសកម្ពុជាប្រកាន់យកបច្ចេកវិទ្យាទំនើបក្នុងការធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវប្រភេទដីដំណាំស្រូវរដូវប្រាំង។

គ) នៅចុងឆ្នាំ២០១៧ កសិករក្រុមគោលដៅភាគច្រើននឹងប្រើជីសរីរាង្គក្នុងសួរដំណាំរបស់ពួកគេ។

សកម្មភាព ៣ ១ លំហាត់ក្នុងការកំណត់ វិភាគ និងចាត់អទិភាពបញ្ហា

សំណូមពរក្រុមនីមួយៗគួរៈ

- ពិភាក្សាគ្នាដោយសិក្សាពីបញ្ហា រួចជ្រើសរើសយកបញ្ហាតែមួយមកធ្វើការវិភាគរកឬសគល់បញ្ហា
- ចាត់អទិភាពបញ្ហា។
- ពិភាក្សាគ្នាកំនត់នូវកម្មវត្ថុដោយឈរលើលទ្ធផលទទួលបានខាងលើ។

ពេលដែលកម្មវត្ថុនោះបានបង្កើតនិងច្បាស់លាស់ហើយ គួរបង្កើតចំណងជើងឯកសារ។ ឈរលើគោលនយោបាយក្រសួង ចំណងជើងឯកសារត្រូវតែយ៉ាងហោចណាស់ពាក់ព័ន្ធនឹងៈ

- កសិកម្មបែបវៃឆ្លាត(SMART)
- ធន់នឹងបម្រែបម្រួលអាកាសធាតុ។

ខាងក្រោមជាឧទាហរណ៍នៃចំណងជើងឯកសារៈ

- កសិដ្ឋានចម្រុះ និងផលិតភាព
- បច្ចេកវិទ្យាទំនើបអនុវត្តលើប្រភេទដីស្រែស្រូវប្រាំង
- សួនដំណាំសរីរាង្គ

ពេលដែលចំណងជើងឯកសារច្បាស់លាស់ និងពេញចិត្តហើយ គួរតែៈ

- កំណត់ពីលទ្ធផលនៃការអនុវត្ត(មានការទាក់ទាញខ្លាំង) សម្រាប់កសិករ?
- កំណត់ពីមូលហេតុដែលជាកត្តាជម្រុញលើកទឹកចិត្តដល់កសិករបំផុត?
- កំណត់សកម្មដែលត្រូវការអនុវត្ត?

ក្រោយបានបញ្ចប់នូវជំហាននេះរួច ផ្ទៀងផ្ទាត់ចំណងជើងដោយសួរសំណួរ២សំខាន់ៈ

1) ថាតើខ្លឹមសារនេះឆ្លើយតមនឹងបញ្ហារបស់កសិក ពិសេសស្ត្រីដែរឬទេ?
2) ថាតើខ្លឹមសារនេះផ្តល់ពត៌មានគ្រប់គ្រាន់ និងលម្អិតល្អមតាមសេចក្តីតម្រូវការរបស់កសិករ និងស្ត្រីដែរឬទេ?

ផ្ទុយមកវិញ បើមានការពេញចិត្តតិចតួច គួរកំណត់ចំណងជើងដទៃផ្សេងទៀត ហើយអនុវត្តទៅតាមដំណើរការដូចដែលរៀបរាប់ខាងលើឡើងវិញ។ខាងក្រោមជាឧទាហរណ៍ក្នុងការរៀបចំខ្លឹមសារនៅក្នុងឯកសារៈ

ចំណងជើង(Topic)→ឱ្យខ្លី និងងាយស្រួលចងចាំ ឧទាហរណ៍

- សួនដំណាំជីសរីរាង្គ
- សួនដំណាំនៅផ្ទះរបស់អ្នក

លទ្ធផល(Effect)→ អ្វីជាគុណសម្បត្តិនៃបច្ចេកវិទ្យាដែលមានការទាក់ទាញច្រើនបំផុត? ឧទាហរណ៍

- កាត់បន្ថយចំណាយក្នុងការទិញជីគីមី
- អាចសម្រប និងធន់នឹងជម្ងឺ និងអាកាសធាតុ

មូលហេតុ(Reason)→ អ្វីដែលលើកទឹកចិត្តដល់កសិករ? ឧទាហរណ៍

- បង្កើនផលិតផល

- ថែរក្សាគុណភាព និងរចនាសម្ព័ន្ធដី
- ផ្តល់នូវបរិយាកាសល្អ

សកម្មភាព(Actions)→ តើសកម្មភាពអ្វីដែលត្រូវការអនុវត្តន៍បច្ចេកវិទ្យាថ្មី? ឧទាហរណ៍
- ការប្រើជីកំប៉ុស្តិ៍នៅក្នុងសួនដំណាំនៅដំណាក់កាលបំប៉នចំនួនxxគីឡូក្រាម ក្នុងដំណាំxxម៉ែត្រការ៉េ។

សកម្មភាព ៣ ២ លំហាត់ក្នុងការកំណត់ និងជ្រើសរើសចំណងជើង និងខ្លឹមសារនៃឯកសារ

សំណួមពរក្រុមនីមួយៗគួរៈ

- ឈរលើបញ្ហានិងកម្មវត្ថុដែលបានកំណត់ខាងលើរួច
- កំណត់ចំណងជើងសមស្រប
- ជ្រើសរើសចំណងជើងណាដែលល្អហើយឆ្លើយតបនឹងសំណួរខាងលើ
- ពេលដែលចំណងជើងមានការឯកភាពគ្នាហើយក្រុមគួរបន្តធ្វើកិច្ចការដទៃទៀតតែសំណូមពរត្រួតពិនិត្យឡើងវិញដោយឈរលើសំណួរគោល៣ខាងក្រោមៈ
  - ❖ តើអ្វីជាគុណសម្បត្តិដ៏ទាក់ទាញបំផុតសម្រាប់កសិករ?
  - ❖ តើមូលហេតុអ្វី ដែលលើកទឹកចិត្តកសិករបំផុត?
  - ❖ តើសកម្មភាពអ្វីដែលត្រូវការដើម្បីពាំនាំដល់កសិករ?

គន្លឹះចងចាំ

- សរសេរចំណងជើងនៅផ្នែកខាងលើនៃទំព័រក្រដាស។
- ចំណងជើងត្រូវសរសេរឱ្យខ្លី ងាយស្រួលយល់ និងទាក់ទាញ។
- សរសេរជាចំណុចៗ ដើម្បីជៀសវាងសរសេរ និងរៀបរាប់វែងពេក។
- រចនាសម្ព័ន្ធខ្លឹមសារត្រូវរៀបតាមលំដាប់លំដោយ មានន័យថាមូលហេតុគាំទ្រខ្លឹមសារលទ្ធផល ហើយសកម្មភាពផ្តល់វិភាគទានដល់លទ្ធផល។
- ប្រើពាក្យពេចន៍ដកស្រង់ចេញពីឯកសារដែលមានស្រាប់បើអាចទៅរួចជាជាងគិតនូវពាក្យពេចន៍ និងខ្លឹមសារថ្មី។ ពត៌មានអាចទទួលបានច្រើនពីគេហទំព័រនានា។

ខ) ជ្រើសរើសឯកសារផ្សព្វផ្សាយអោយសមស្រប

ប្រភេទឯកសារផ្សព្វផ្សាយដែលប្រើប្រាស់ជាទូទៅនៅប្រទេសកម្ពុជា រួមមានខិត្តប័ណ្ណ កូនសៀវភៅតូចៗ ផ្ទាំងរូបភាព និងវីឌីអូ។ល។ ដូចនេះមុននឹងជ្រើសយកប្រភេទឯកសារផ្សព្វផ្សាយណាមួយត្រូវយល់ឱ្យច្បាស់ និងសួរសំណួរដូចខាងក្រោមៈ

- តើវាជាទូទៅបានប្រើប្រាស់នៅតំបន់គោលដៅដែរឬទេ?
- តើខ្លឹមសារសមស្របនឹងក្រុមគោលដៅនិងកម្មវិធីដែរឬទេ?
- តើខ្លឹមសារបញ្ជូនទៅក្រុមណា?

- តើការចំណាយផលិតអាចទៅរួចដែរឬទេ ?
- តើត្រូវការពេលប៉ុន្មានដើម្បីផលិតឯកសារប្រភេទនេះ ?

ខិតប័ណ្ណ គឺជាប្រភេទបោះពុម្ពលើក្រដាសខ្នាតតូច អាចបត់ ឬមិនបត់ ហើយជាការផ្សព្វផ្សាយ ឬផ្តល់ការពត៌មានដោយមិនយកកម្រៃ។
សៀវភៅតូច គឺជាសៀវភៅតូចមួយ ដែលមានរូបភាព និងអត្ថបទពត៌មានដែលនិយាយពីផលិតផល ឬសេវាកម្មនានា។

Figure 6 ខិតប័ណ្ណ និងសៀវភៅតូច

ខិតប័ណ្ណ/សៀវភៅតូច(មានទំហំA4 បត់ជាពីរនៅចំណុចកណ្តាល បោះពុម្ពសងខាង មានប្រមាណ 8-12ទំព័រ)	
គុណសម្បត្តិ	គុណវិបត្តិ
– ងាយផលិត – ចំណាយតិច – ងាយចែកចាយ – អាចយកទៅតាមខ្លួន និងរំលឹកឡើងវិញ – មានពត៌មានច្រើនជាងនៅសៀវភៅស្តើង (brochure)	– មានការលំបាកបន្តិចក្នុងការអនុវត្ត – ករណីយកមកបង្រៀន វាមានពត៌មានតិច – ល្អសម្រាប់តែអ្នកចេះអាន

ផ្ទាំងរូបភាព(Poster)គឺជាផ្ទាំងក្រដាសធំមានរូបភាព ឬរូបថត ឬកំណត់សំគាល់ដែលអាចបិទ ឬចុចនៅជញ្ជាំង ឬក្តារខៀនហើយជាធម្មតាសម្រាប់តាំង ឬដើម្បីផ្សព្វផ្សាយអ្វីមួយ(ឯកសារបង្អែករចនាក្រុមខេមប្រ៊ីច)។

Figure 7 ផ្ទាំងរូបភាព

ផ្ទាំងក្រដាស(ដែលមានទំហំA3 ឬA2)	
គុណសម្បត្តិ	គុណវិបត្តិ
– ទស្សនិកជនច្រើននាក់អាចទទួលបាន – ចំណាយតិច – ងាយចែកចាយ – សមស្របសំរាប់អ្នកមិនចេះអក្សរ។	– មានពត៌មានតិច – តម្រូវការអ្នកមានជំនាញខាងក្រាភិច បើមិនដូច្នេះ វានឹងប្រាប់អ្នកមើលនូវរឿងរ៉ាវផ្សេងៗ។

គន្លឹះសំខាន់ក្នុងការផលិតខិតប័ណ្ណ សៀវភៅតូច និងផ្ទាំងរូបភាព – ចំណងជើងគួរផ្តល់នូវសេចក្តីសន្និដ្ឋានរួមនៃការអង្កេតជាជាងរៀបរាប់ពីដំណើរការនៃការផលិត – ចំណងជើងគួរមានឈ្មោះអ្នកនិពន្ធ និងអ្នកផ្តល់វិភាគទានឯទៀត – ពាក្យពេចន៍គួរសរសេរឱ្យពេញ ជៀសវាងអក្សរកាត់ – ពាក្យពេចន៍សរសេរពីឆ្វេងទៅស្តាំ – អត្ថបទ តារាង ក្រាភិចគួរតែរៀបឱ្យស៊ីចង្វាក់គ្នា – អត្ថបទជាអក្សរធំ និងតូចហើយឲ្យច្បាស់និងងាយអាន – អត្ថបទមួយជួរគួរឱ្យមានប្រមាណ 10-12ពាក្យ – គួរប្រើពណ៌ស្រាលតាមបែបធម្មជាតិមិនឱ្យដិតខ្លាំងពេកទេ – គំនូសបន្ទាត់គួរឲ្យស្តើងស្រាលៗ។

<u>សំណេរវីដេអូ</u> ជាផ្នែកសំខាន់នៃដំណើរការបង្កើតរូបភាពផ្សេងៗដែលបង្ហាញនូវទិដ្ឋភាពពីលើចុះក្រោម ថតចំសកម្មភាព មានកិច្ចសន្ទនាជាក់លាក់ជាមួយនឹងការធ្វើសកម្មភាព។ ទំព័រនីមួយៗនៃសំណេរតំណាងឱ្យប្រហែល ១នាទីនៃផ្ទាំងរូបភាព ហើយសំណេរល្អត្រូវតែខ្លី ច្បាស់និងជាក់លាក់។

គួរចងចាំថា អ្នកសរសេរមានចំណេះដឹងបច្ចេកទេស តែក្រុមហ៊ុនថតវីដីអូប្រហែលជាគ្មាន តែក្រុមហ៊ុនពួកគេអាចផលិតវីដេអូឱ្យមានការទាក់ទាញដល់កសិករ។ ឧទាហរណ៍ពួកគេអាចជ្រើសរើសយកសម្លេងឱ្យស្របនឹងអត្ថបទនិងខ្លឹមសារ។ ហេតុដូចនេះ អ្នកគួរតែៈ

- ជ្រើសខ្លឹមសារដោយយកចិត្តទុកដាក់(មានន័យថា ជ្រើសខ្លឹមសារអត្ថបទពី1-3 រួចផ្តោតលើចំណុចសំខាន់នៃគំនិតទាំងនោះ)។
- ពេលអ្នកសរសេរពង្រៀងរួច ចូរអានសំណេររបស់អ្នកឱ្យខ្លាំង និងកត់ត្រាពេលវេលា។ កត្តានេះអាចជួយអ្នកកំណត់បានចំនុចខ្វះខាត និងឃ្លាប្រយោគប្លែក តែសំខាន់ជាងនេះពេលវេលានៃវីដេអូ។ បើវីដេអូមានប្រមាណរយៈពេល១នាទី នោះអ្នកនឹងត្រូវការចំណាយពេលវេលា២នាទីក្នុងការអាន។ ដូចនេះអ្នកត្រូវតែបង្រួមសំណេររបស់អ្នកឱ្យស្របនឹងពេលវេលានោះ។
- ធ្វើតេសសំណេរ។រូបភាពទី៨ខាងក្រោម ជាឧទាហរណ៍។

ចំណងជើងគម្រោង: វគ្គបណ្តុះបណ្តាលស្តីពីការផលិតឯកសារផ្សព្វផ្សាយរបស់ASPIRE		
ថ្ងៃ-ខែ-ឆ្នាំ: ..../................/................		
ស្លុតលេខ	វីឌីអូ-រូបភាព	អត្ថបទសំណេរ
ស្លុត1	តើរូបភាពអ្វីដែលអ្នកចង់បង្ហាញ?	រៀបចំអត្ថបទសរសេរយោងតាមរូបភាពនៃស្លុតនោះ
ស្លុត2	– ផ្តល់ចំណីសត្វមាន់ – ទិដ្ឋភាពវាលស្រែពណ៌មាស	
ស្លុត3	– កសិករកំពុងដើរតាមវាលស្រែ – កសិករឈរនៅក្នុងវាលស្រែ	
ស្លុត4	– បូមទឹកដាក់ស្រែ – សត្វមាន់កំពុងរត់ប្រសាច។ល។	
ស្លុត5		

Figure 8 រូបភាពនៃសំណេរវីឌីអូ

គួរកត់សំគាល់ថា សំណេរវីដេអូគួររៀបតាមលំដាប់លំដោយនិងតាមប្រធានបទ ហើយអាចកែសម្រួលគ្រប់ស្លុតបាន។ពត័មានអាចមើលឃើញនៅក្នុងវីឌីអូ។ អ្នកថតរូបឬរូបថតដែលជ្រើសរើសគួរជ្រើសចេញពីទីតាំងជ្រុងនិងចម្ងាយខុសគ្នា ព្រោះប្រភេទរូបភាពនីមួយៗមានគោលបំណងនិងឆ្លើយតបនឹងអត្ថបទនីមួយៗ។

វីដេអូ(រយៈពេលក្នុងសេវាផ្សព្វផ្សាយ គឺពី 5-20នាទី	
គុណសម្បត្តិ	គុណវិបត្តិ
– ពត៌មានមានលក្ខណៈជាក់ស្តែងច្រើន – ងាយស្រួលយល់ – ការអប់រំតាមបែបទស្សនា – សមស្របសម្រាប់អ្នកមិនចេះអក្សរ – ជួយផ្តល់រូបភាព និងភាពសប្បាយដល់អ្នកទស្សនា	– តម្លៃថ្លៃ – តម្រូវការឧបករណ៍ និងបច្ចេកវិទ្យាស្មុគស្មាញក្នុងការថត និងចាត់ចែង – តម្រូវការផលិតករមានជំនាញផលិតវីដេអូ និងសរសេរអត្ថបទ – ត្រូវការពេលច្រើនក្នុងកិច្ចប្រជុំជាមួយផលិតករ

– បង្កើនជំនាញពីសង្គម។	និងផលិតកម្មវីដេអូ – បើវីដេអូមានពត៌មានច្រើន និងរយៈពេលវែង ពួកអ្នកទស្សនាពិបាកយល់។

<u>គន្លឹះសំខាន់នៅពេលសរសេរអត្ថបទវីដេអូ</u>

- ខ្លឹមសារគួរខ្លី និងជាក់លាក់សម្រាប់វីដេអូស្ដួតរយៈពេល១នាទី ………
- ខ្លឹមសារកាន់តែច្បាស់ បើសិនមានស្គតវីដេអូខ្លីច្រើន
- ជៀសវាងផ្ដល់ពត៌មានច្រើនលើសលប់
- ប្រើតួសំណេរអក្សរធំ ងាយស្រួលអាន
- ប្រើពាក្យខ្លី ពិសេសពេលនិយាយ
- រក្សាសំនៀងជាលក្ខណៈសន្ទនា និងប្រាកដថាវាសមស្របនឹងបុគ្គលិកលក្ខណៈរបស់អ្នកអាន
- សរសេរអត្ថបទផ្សារភ្ជាប់ទៅនឹងរូបភាព ដ្យាក្រាម ក្រាភិច ឬតាមធម្មជាតិដែលធ្វើឱ្យវីដេអូរបស់អ្នកមានការចាប់អារម្មណ៍ និងផ្ដល់ភាពរីករាយដល់អ្នកទស្សនា
- ប្រើពាក្យខ្ញុំ អ្នក អតីតកាល និងបច្ចុប្បន្នកាលជាអចិន្ត្រៃយ៍
- រាល់វីដេអូនីមួយៗ គួរមានសេចក្ដីផ្ដើម និងបញ្ចប់
- រយៈពេលវីដេអូៈ
    - ក) ប្រភេទវីដេអូ មានរយៈពេលខ្លី គឺប្រមាណ45វិនាទី
    - ខ) ប្រភេទវីដេអូមានរយៈពេលមធ្យម គឺប្រមាណ1នាទី
    - គ) វីដេអូប្រភេទខ្នាតវែង គឺវាង 2-5នាទី

គេហទំព័រ គឺជាប្រភេទអត្ថបទខ្លឹមសារបង្ហាញតាមចង្ខុញ្ញាណនិងមានសម្លេង ហើយវាជាផ្នែកមួយនៃបទពិសោធន៍របស់អ្នកដែលប្រើគេហទំព័រ។ វាអាចជាអត្ថបទ រូបភាព សំលេង វីដេអូ និងរូបជីវចល(ឯកសារបង្អែក https://en.wikipedia.org/wiki/Web_content)។

យោងតាមការស្រាវជ្រាវជាច្រើន មានអ្នកប្រើគេហទំព័រភាគភាគច្រើនមិនមានទម្លាប់អានរាល់ខ្លឹមសារទាំងអស់នោះទេ តែគ្រាន់តែអានពាក្យខ្លះៗប៉ុណ្ណោះ។ ជាក់ស្តែងការអានលើអេក្រង់ជាចិត្តសាស្ត្រមានការលំបាកជាងអាននៅលើក្រដាស។ ហេតុដូចនេះ អ្នកផលិតគេហទំព័រគួរព្យាយាមឱ្យអស់លទ្ធភាពធ្វើឱ្យខ្លឹមសារនៅក្នុងគេហទំព័រនោះមានការទាក់ទាញច្រើនដែលអាចទៅរួចដល់អ្នកអាន ហើយកត្តានេះនាំឱ្យអ្នកអានអាចមានការយកចិត្តទុកដាក់ ហើយបន្ទាប់មកពួកគេក៏អាចក្លាយជាអ្នកសរសេរអត្ថបទនៅក្នុងគេហទំព័រផងដែរ។ ដូចនេះ ការសរសេរអត្ថបទនៅគេហទំព័រ គួរកុំឱ្យមានខ្លឹមសារអត្ថបទច្រើននិងវែងពេក តែឱ្យសមស្រប និងជាទម្រង់ត្រឹមត្រូវដែលបង្កឱ្យងាយស្រួលអាន។

មុនសរសេរខ្លឹមសារអត្ថបទនៅគេហទំព័រ មានសំណួរមួយចំនួនគួរសួរដូចជា៖

1) ហេតុអ្វីបានជាពួកគេអានគេហទំព័រ?
2) តើពួកគេអានពត៌មាននៅគេហទំព័រតាមរបៀបណា?
3) ហេតុអ្វីបានជាអ្នកសរសេរនៅគេហទំព័រ? និង
4) តើជំនាញសរសេរល្អៗអ្វីខ្លះអ្នកគួរដឹង និងត្រូវមាន?

Figure 9 រូបភាពនៅគេហទំព័រ

ក្បួនខ្នាតនៃការសរសេរគេហទំព័រ

- ចំណងជើងគួរមានពាក្យប្រមាណ8-10 ឬតិចជាងនេះ
- ឃ្លាប្រយោគគួរមានប្រមាណពី15-20ពាក្យ
- មួយកថាខ័ណ្ឌគួរមានប្រមាណ40-70ពាក្យ
- មួយទំព័រគួរមានប្រមាណ500 ឬតិចជាងនេះ

ពេលសរសេរគេហទំព័រឱ្យល្អគួរ:

- ព្យាយាមផ្តោតយកចិត្តទុកដាក់ដល់អ្នកអានដោយប្រើ 2-3ពាក្យដំបូង
- ចាប់ផ្តើមដោយសេចក្តីសន្និដ្ឋាន បន្ទាប់មកផ្តល់ជាលំអិត
- ផ្តល់តែគោលគំនិតមួយនៅក្នុងមួយកថាខ័ណ្ឌ
- ត្រូវតែច្បាស់ដាក់លាក់ និងដោយផ្ទាល់
- ប្រើប្រយោគធម្មតាៗ
- ខ្លឹមសារនៅក្នុងគេហទំព័រត្រូវឆ្លុះបញ្ចាំងចំណុចគោលផ្ទាល់តែម្តង
- បង្កើតចំណងជើងរងឱ្យមានអត្ថន័យ
- ប្រើចំណុចរាយនូវបញ្ហា
- រំលេចពាក្យគន្លឹះ។

ផ្ទុយមកវិញ កុំសរសេរខ្លឹមសារលើគេហទំព័រដូចខាងក្រោម៖

- ស្វាគមន៍ទស្សនិកជន និងពន្យល់អ្វីទៅជាគេហទំព័រនៅក្នុងគេហទំព័រ
- សរសេរខ្លឹមសារបេសកកម្មនៅទំព័រដំបូងនៃគេហទំព័រ
- សរសេររាល់ខ្លឹមសារដែលអ្នកមាននៅក្នុងគេហទំព័រ
- ប្រើសំណេរជារបៀបលើកតម្កើន និងតាមទំហំទីផ្សារ
- ចាត់ចែង និងសរសេរខ្លឹមសារស្តីពីស្ថាប័នរបស់អ្នក
- ឯកសារជាទម្រង់ PDF បើមិនចាំបាច់។

គ)ជ្រើសរើសភាសាឱ្យសមស្រប

វាមានសារៈសំខាន់ណាស់ក្នុងការជ្រើសរើសភាសាឲ្យសមស្របក្នុងការផលិតឯកសារផ្សព្វផ្សាយហើយចំណុចខាងក្រោមគួរយកចិត្តទុកដាក់៖

- ឆ្លុះបញ្ចាំងនឹងគោលបំណងកម្មវិធី និងក្រុមគោលដៅ
- ប្រើភាសាក្នុងស្រុក បើមានភាសាបច្ចេកទេស វិទ្យាសាស្ត្រគួរបកស្រាយជាភាសាក្នុងស្រុក។ ហើយពាក្យបច្ចេកទេសពិបាកយល់គួរពន្យល់ជាឃ្លាប្រយោគបន្ថែម ដោយរូបគំនូសក្រាភិចជាដើម
- យកចិត្តទុកដាក់ភេទស្រីបើអាច
- កុំទាត់ចោលសមាជិកឬក្រុមណាមួយនៅក្នុងសហគមន៍(ឧ. គ្រួសារអ្នកមាន និងអ្នកក្រ។ល។)
- ប្រើពាក្យ និងកិរិយាស័ព្ទសាមញ្ញ និងធម្មតា ឧទាហរណ៍

ជំនួសដោយពាក្យ/កិរិយាស័ព្ទខាងក្រោម	គួរប្រើ
– ទទួលបាន(obtain)	ទទួល(Get)
– អាទិភាពមុន(Prior to)	មុន(Before)
– ជាវ(Purchase)	ទិញដូរ(Buy)
– សំណើរ(Request)	ស្នើរ(Ask for)
– បម្រើបម្រាស់(Utilise)	ប្រើ(Use)
– ដែលដឹងឮ(Cognizant)	ស្គាល់ដឹង(Know)
– សម្របសម្រួល(Facilitate)	ជួយ(help)
– ជាបន្តបន្ទាប់(Subsequent)	បន្ទាប់មក(Next)

(កត់សំគាល់ថាពាក្យ និងកិរិយាស័ព្ទដែលនិយមប្រើប្រាស់ច្រើនគឺមាននៅក្នុងសៀវភៅបណ្តុះបណ្តាលរបស់នាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មស្តីពីជំនាញសម្របសម្រួល និងប្រាស្រ័យទាក់ទងដែលរៀបរៀងដោយបណ្ឌិត ម៉ាក់ សឿន និង សាយ តុម នាឆ្នាំ ២០១៥)។

ចំណុចខាងក្រោមគួរពិចារណា ពេលជ្រើសរើសសារឱ្យបានសមស្រប៖

- ផ្តល់ផលដល់ក្រុមគោលដៅ(ឧ. ចំណេញច្រើន តម្រូវការមនុស្សភាគច្រើន មានសុវត្ថិភាពល្អ និងហានិភ័យទាប។ល។)
- រំលេចនូវហានិភ័យ និងពន្យល់ពីបញ្ហានៅពេលអ្នកនរណាម្នាក់មិនទទួលយកបច្ចេកវិទ្យាទំនើប។
- សារគួរនិយាយចំៗនិងឲ្យច្បាស់លាស់ (តែកុំនិយាយច្រើនពេក)
- ឱ្យសមស្របទៅនឹងវប្បធម៌ និងការចេះដឹងរបស់ក្រុមគោលដៅ
- ដាក់តាមលំដាប់លំដោយ
- បង្កដល់ការងាយស្រួលអាន និងយល់
- ស្រាយបំភ្លឺដោយរូបភាព ដែលងាយស្រួលយល់ដោយក្រុមគោលដៅ
- សរសេរតាមមធ្យោបាយមួយដែលជំរុញឱ្យធ្វើសកម្មភាព
- សិក្សាថាតើកសិករអាចទទួលពត៌មានច្បាស់និងបានច្រើនតាមរបៀបណា?

ឃ) រៀបចំគំនូសប្លង់ព្រាង

ទោះបីមានការប្រើភាសាច្បាស់និងសមស្របក៏ដោយ តែសំខាន់លើសពីនេះគឺគួរធ្វើការផលិតឯកសារឱ្យមានភាពទាក់ទាញដល់អ្នកអានផងដែរ។ ហេតុដូចនេះការពង្រាងនៃគំនូសព្រាងត្រូវអនុវត្តជា៤ជំហានៈ

1. ធ្វើពង្រាងគំនូសប្លង់នៃឯកសារផ្សព្វផ្សាយដោយវាយអក្សរប្រយោគ ឬដាក់រូបថត ឬរៀបចំក្រាហ្វិក។

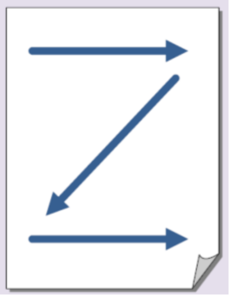
2. សរសេររាល់ចំណុច និងរូបភាព ឬគំនូសគូរទាំងអស់ ដែលអ្នកចង់បញ្ចូលទៅក្នុងក្រដាសឯកសារ។
3. ចាត់ចែងវាតាមលំដាប់លំដោយ ដោយកំណត់នូវចំនួនអត្ថបទ រូបភាព គំនូសគូរ ទំហំ តុល្យភាព ហើយដាក់ឱ្យខុសៗគ្នា។
4. រៀបចំគំនូសប្លង់ឱ្យងាយស្រួលយល់ព្រមទាំងមានការទាក់ទាញ។

(ឯកសារបង្អែក JICA/EIAR FRG II Project 2014, គោលការណ៍ណែនាំក្នុងការផលិតឯកសារផ្សព្វផ្សាយ)។

ខ) ផ្តោតលើលំហូរពត៌មាន

បើយើងចង់បានសារ និងការប្រាស្រ័យទាក់ទងប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព និងបញ្ជូនទៅដល់អ្នកអានបាន លំហូរពត៌មានគួរធ្វើមិនដឹងមិនឮឱ្យសោះ។ ភ្នែករបស់មនុស្សមានលក្ខណៈពិសេស ហើយពួកគេអានទៅតាមទិសដៅផ្សេងគ្នា។ ឧទាហរណ៍សម្រាប់ប្រជាជនកម្ពុជា ពួកគេអានពីស្តាំទៅឆ្វេង រួចពីលើចុះក្រោមដូចអក្សរ″Z″ ផ្ទុយមកវិញប្រជាជនចិនគេអានពីលើចុះក្រោមរាងដូចអក្សរ″N″។ មើលលំហូរពត៌មានមូលដ្ឋានខាងក្រោម។

រាងZ(សម្រាប់ប្រជាជនកម្ពុជា)



រាងN(សម្រាប់ប្រជាជនចិន)

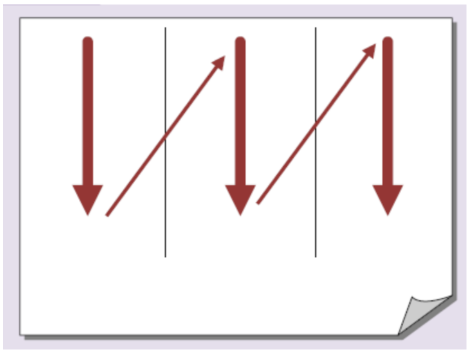
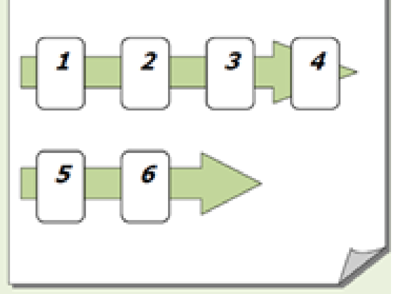
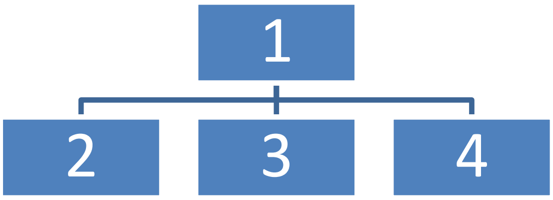


Figure 10 ទម្រង់អានពត៌មានផ្សេងៗ

មានលំហូរពត៌មានមួយចំនួនទៀតដែរ ដែលត្រូវយកចិត្តទុកដាក់ផងដែរដើម្បីឱ្យឯកសាររបស់អ្នកកាន់តែមានការទាក់ទាញច្រើន បើមានការងាយស្រួលអាន និងអាចទទួលយកសារសំខាន់ៗបាននៅក្នុងឯកសារ។ រូបគំនូសទី១១ បង្ហាញពីទម្រង់ពត៌មានផ្សេងៗដែលអ្នកគួរពិចារណានិងជ្រើសរើសឱ្យបានត្រឹមត្រូវ លឿន និងរហ័ស ដោយយោងទៅតាមគោលបំណងនៃពត៌មានដែលចង់បញ្ជូននោះ។

លំហូរពត៌មានបែបផ្ទៃរាប(វាបង្ហាញទំនាក់ទំនង ផ្សារភ្ជាប់ពីមួយទៅមួយតាមលំដាប់លំដោយ	លំហូរពត៌មានបែបបញ្ឈរ(បង្ហាញពីទំនាក់ទំនង បែបឋានានុក្រម)
	

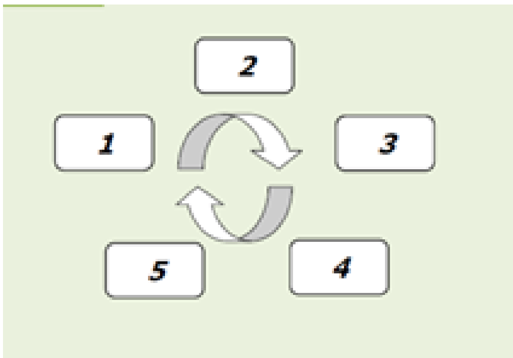
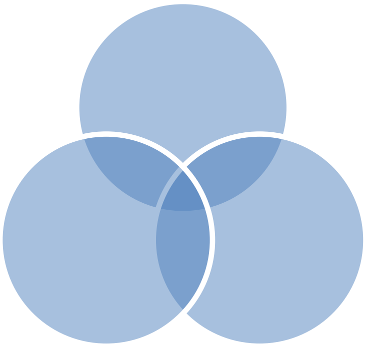
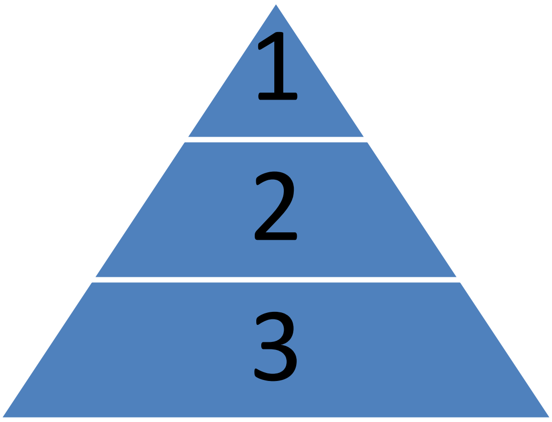
លំហូរព័ត៌មានបែបរង្វង់មូល(បង្ហាញពីដំណើរការជាបន្តបន្ទាប់)  	លំហូរព័ត៌មានបែបគងលើគ្នា(បង្ហាញពីបញ្ហាគងលើគ្នារវាងគ្នា) 
លំហូរព័ត៌មានបែបពីរ៉ាមីត(បង្ហាញពីមូលដ្ឋានគ្រឹះនៃទំនាក់ទំនង)  	លំហូរព័ត៌មានពីគោលដៅ(បង្ហាញជំហានៗឈានទៅរកគោលដៅ)

Figure 11 ទម្រង់លំហូរព័ត៌មានផ្សេងៗ

ច) ធ្វើឱ្យមានការទាក់ទាញខ្លាំង

ក្រៅពីការយកចិត្តទុកដាក់លើសារព័ត៌មាន ភាសាសមរម្យ និងលំហូរព័ត៌មាននោះ ការផលិតឯកសារជាធម្មតាអាចប្រឈមនឹងបញ្ហាផ្សេងទៀតដូចជា របៀបផ្តល់ព័ត៌មានឱ្យមានការទាក់ទាញខ្លាំង។ កត់សំគាល់ថាព័ត៌មានខ្លះគឺសមស្របបង្ហាញជាពាក្យពេចន៍ ក្រាភិច ឬ រូបថត។ រូបថត ឬរូបភាពជាមធ្យោបាយដ៏មានប្រសិទ្ធភាពក្នុងការបញ្ជូនសារ បើរូបថត ឬរូបភាពត្រូវបានថត និងគូរដោយឆ្លើយតបនឹងខ្លឹមសារ។ ផ្ទុយមកវិញ រូបថតដោយថតមិនបានឆ្លើយតបនឹងខ្លឹមសារ នឹងផ្តល់លក្ខណៈអវិជ្ជមាន។

ពេលអ្នកថត និងជ្រើសរើសយករូបថត អ្នកគួរដឹងអំពីអ្វីដែលអ្នកចង់បញ្ជាក់ ឧទាហរណ៍ រូបរាងក្រៅរបស់ឯកសារ ទម្រង់ រចនាសម្ព័ន្ធ។ល។ ពេលដែលរូបភាពមានលក្ខណៈច្បាស់លាស់ហើយ គួរយកចិត្តទុកដាក់បន្ថែមពីបច្ចេកទេសខ្លះក្នុងការថត ដែលជួយបំភ្លឺពីគោលបំណងកាន់តែច្បាស់បន្ថែមទៀត។

រូបភាពខាងក្រោមផ្តល់នូវគន្លឹះដ៏សំខាន់ដល់អ្នក ពេលអ្នកជ្រើសរើសរូបគំនូរ ឬថតរូបសំរាប់ឯកសារផ្សព្វផ្សាយរបស់អ្នក។មើលរូបភាព១២។

<table>
<tr><td colspan="2">ពង្រីករូបភាពឱ្យធំ និងច្បាស់</td></tr>
<tr><td> </td><td> </td></tr>
<tr><td colspan="2">ត្រួតពិនិត្យពីទិសដៅពន្លឺព្រះអាទិត្យ(ម្លប់) និងផ្ទៃរូបភាព</td></tr>
<tr><td> </td><td> </td></tr>
<tr><td colspan="2">ប្រើផ្ទៃរូបភាព និងរូបភាពពិតអាចរំលេចកាន់តែច្បាស់</td></tr>
<tr><td> </td><td> </td></tr>
<tr><td colspan="2">រៀបរូបឿភាពយោងទៅនឹងអ្វីដែលអ្នកចង់ដូចជាជ្រុងនិងទំហំ</td></tr>
<tr><td>
ជារង្វង់</td><td>
ការរៀបចំ</td></tr>
</table>

Figure 12 រូបភាពជ្រើសរើស

គន្លឹះចងចាំ: ប្រើគេហទំព័រស្វែងរកពត៌មាន និងរូបភាព
គេហទំព័រជាប្រភពពត៌មានមួយដ៏មានប្រយោជន៍នៅពេលចាប់ផ្តើមផលិតឯកសារផ្សព្វផ្សាយរួមផ្សំនឹងឯកសារដែលអ្នកមានស្រាប់។ មានរបាយការណ៍ ទិន្នន័យរូបថត និងរូបវិស្សុតកម្មច្រើនណាស់ដែល

អាចដកស្រង់ចេញពីគេហទំព័រនិងអាចប្រើបានដោយគ្មានចំណាយ។ ទោះបីយ៉ាងណារាល់ពត៌មាន ទិន្នន័យ និងរូបភាពទាំងអស់មានកម្មសិទ្ធបញ្ញា ហេតុដូចនេះពេលដកស្រង់មកប្រើត្រូវផ្តល់ឯកសារបង្អែក ឬប្រាប់ថាវាបានមកនិងដកស្រង់ចេញពីប្រភពណា?។

ម៉ូឌុលរង ៣.៣. វាយតម្លៃពង្រាងឯកសារ

មានសកម្មភាព២សំខាន់ត្រូវធ្វើពេលឯកសារបានពង្រាងរួច

១)ត្រួតពិនិត្យពង្រាងឯកសារនិង

២)ធ្វើបុរេតេស្ត។

ក្រោយប្រមូលពត៌មានបានពីអ្នកពាក់ពន្ធ័រួច គួរធ្វើការកែលំអ ហើយធ្វើជាបន្តបន្ទាប់ទោះជានៅពេលអនុវត្តក៏ដោយ។

ក) ត្រួតពិនិត្យពង្រៀងឯកសារ

មុននឹងបោះពុម្ពឯកសារ គឺចាំបាច់ត្រូវត្រួតពិនិត្យពង្រៀងដោយអនុលោមទៅតាមតារាងបញ្ជីត្រួតពិនិត្យដូចខាងក្រោមថាតើ៖

- គោលបំណងនៃឯកសារផ្សព្វផ្សាយឆ្លើយតបនឹងតម្រូវការរបស់កសិករដែរឬទេ?
- ចំណងជើងអត្ថបទមានលក្ខណៈសាមញ្ញ និងច្បាស់ដែរឬទេ?
- ប្រភេទឯកសារសមស្របនឹងសារ និងទម្រង់បែបបទដែរឬទេ?
- ភាសា និងពាក្យពេជន៍ដែលប្រើក្នុងអត្ថបទសាមញ្ញនៅតាមមូលដ្ឋាន និងបង្ហាញពីប្រពៃណីនៃក្រុមគោលដៅដែរឬទេ?
- ប្លង់ងាយមើល លំហូរពត៌មានតាមលំដាប់លំដោយ និងទាក់ទាញដល់ក្រុមគោលដៅដែរឬទេ?
- សារឆ្លុះបញ្ចាំងពីរូបថត/វិស្សុតកម្មនិមួយៗច្បាស់ និងសមស្របនឹងខ្លឹមសារដែរឬទេ?
- គែមទំព័រសមស្របដែរឬទេ?
- មានអក្សរខុស និងថ្នាំឆ្លងដែរឬទេ?

ខ) ធ្វើតេស្តឯកសារ

សកម្មភាពមួយដ៏សំខាន់ក្នុងដំណើរការផលិតឯកសារផ្សព្វផ្សាយ គឺធ្វើតេស្តឯកសារពង្រាងមុនយកមកអនុវត្ត ហើយសំណួរធំ២គួរសួរនៅពេលធ្វើតេស្ត៖

- តើនរណាជាក្រុមគោលដៅដែលអ្នកជ្រើសដើម្បីធ្វើតេស្ត? ដូចជាបុគ្គលិកជំនាញ និង/ឬ ក្រុមគោលដៅ ក្រុមមនុស្សដទៃទៀតដែលពាក់ព័ន្ធ
- តើធ្វើតេស្តលើបញ្ហាអ្វី?បញ្ហា៥យ៉ាងគួរពិចារណាដូចខាងក្រោម៖

i) តើខ្លឹមសារ និងមធ្យោបាយបង្ហាញពត៌មានច្បាស់លាស់ និងមានគោលដៅច្បាស់លាស់ដែរឬទេ?

ii) តើឯកសារផ្សព្វផ្សាយមានភាពទាក់ទាញដែរឬទេ?

iii) តើសារពត៌មានអាចទទួលយកបានពីក្រុមគោលដៅដែរឬទេ?

iv) តើក្រុមគោលដៅអាចកំណត់ និងរៀបរាប់ពីរូបភាព និមិត្តសញ្ញា និងភាសាដែលឆ្លុះបញ្ចាំងពីលក្ខណៈសម្បត្តិរបស់ក្រុមពួកគេបានកម្រិតណា?

v) តើឯកសារផ្សព្វផ្សាយបង្ហាញពីការធ្វើអន្តរាគមន៍ក្នុងការលើកកម្ពស់វិស័យកសិកម្មដល់ក្រុមគោលដៅ និងពួកគេអាចអនុវត្តបានកម្រិតណាដែរ?

សំណូមពរថា រាល់សំណួរគួររៀបចំមុនពេលចុះធ្វើតេស្ត។ ការរៀបចំបែបនេះជួយដល់ការធ្វើសន្ទនារបស់អ្នកជាមួយក្រុមគោលដៅបានប្រសើរ។

សកម្មភាព: លំហាត់អនុវត្តក្នុងការផលិតឯកសារផ្សព្វផ្សាយ

លំហាត់អនុវត្តចំនួន២ត្រូវយកមកពិភាក្សា៖

1. វាយតម្លៃរកចំណុចខ្លាំង និងខ្សោយនៃឯកសារផ្សព្វផ្សាយដែលផ្តល់ឱ្យ
2. ប្រើប្រាស់ជំហាននានានិងបច្ចេកទេសក្នុងការផលិតឯកសារផ្សព្វផ្សាយ។ ប្រធានបទរួមមាន៖
   - បញ្ជីគណនេយ្យ
   - ផលិតផលធញ្ញជាតិដែលធន់នឹងបម្រែបម្រួលអាកាសធាតុ
   - កសិដ្ឋានចម្រុះ
   - ទីផ្សារ និងតម្លៃផលិតផល
   - បច្ចេកវិទ្យាទុកដាក់ រក្សាផលស្រូវ ព្រមទាំងប្រធានបទផ្សេងៗ ដែលសិក្ខាកាមស្នើឡើង។

កិច្ចពិភាក្សាក្រុមធំនឹងត្រូវអនុវត្តក្រោយបញ្ចប់លំហាត់អនុវត្តទាំងនេះ។ លំហាត់នេះជួយសមាជិកក្រុមតូចនិមួយៗ រៀនពីគ្នាទៅវិញទៅមក ហើយផ្តល់ចម្លើយតបប្រកបដោយស្ថាបនា(ដោយគ្មានប្រឆាំង ឬតិះទៀនឡើយ)។កិច្ចការនេះអាចអនុវត្តបានបើមានពេលគ្រប់គ្រាន់។

ម៉ូឌុលទី៤: គោលការណ៍ណែនាំក្នុងការអនុវត្តវគ្គបណ្តុះបណ្តាល

ម៉ូឌុលរង ៤.១: សេចក្តីផ្តើម

គោលការណ៍ណែនាំ គឺជាការណែនាំនិងជំនួយស្មារតីដល់មន្ត្រីឬក្រុមEMD យកមកអនុវត្តសម្រាប់វគ្គបណ្តុះបណ្តាលបន្តរបស់ពួកគេដល់ក្រុមភ្នាក់ងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មឃុំ ដោយឈរលើច្បាប់ វិធាន និងការអនុវត្តជាក់ស្តែងរបស់កម្មវិធីASPIRE និងប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព និងប្រសិទ្ធផលនៃការរៀបចំផែនការ និងការអនុវត្តវគ្គបណ្តុះបណ្តាលបន្តដល់ក្រុមCEWs និងDAO (ដកស្រង់ចេញពីគោលនយោបាយផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មរបស់ក្រសួងកសិកម្ម ព្រមទាំងសៀវភៅផែនការអនុវត្តរបស់ASPIRE(PIM) ស្តីពីការរៀបចំវគ្គបណ្តុះបណ្តាលស្តីពីការផលិតឯកសារផ្សព្វផ្សាយ)។ បើរាល់គោលការណ៍ណែនាំទាំងនេះត្រូវបានអនុវត្តយ៉ាងខ្ជាប់ខ្ជួន នោះពិតជារំពឹងថាលទ្ធផលគម្រោងនឹងទទួលបានផ្លែផ្កាជាវិជ្ជមាន។

ម៉ូឌុលរង ៤.២: ជំហានសំខាន់ៗសម្រាប់អនុវត្តលើវគ្គបណ្តុះបណ្តាល

មានបួនដំណាក់កាល ឬជំហានធំ និងកិច្ចការចំនួន១៨៖

1) មុនវគ្គ(មានគោលការណ៍ណែនាំចំនួន៦)
2) កំឡុងវគ្គ(មានគោលការណ៍ណែនាំចំនួន៧)
3) បញ្ចប់វគ្គ(មានគោលការណ៍ណែនាំចំនួន៤)
4) ការចុះតាមដានក្រោយវគ្គ (មានគោលការណ៍ណែនាំចំនួន១)

ក)សកម្មភាពនានាមុនវគ្គបណ្តុះបណ្តាលរួមមាន៖

1) សុពលភាពឯកសារបណ្តុះបណ្តាលនានា
2) រៀបចំឯកសារទស្សនៈទានវគ្គបណ្តុះបណ្តាល(Concept note)
3) រៀបចំផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុ ភស្តុតាង និងរដ្ឋបាល
4) ធ្វើលំហាត់សម
5) ទិញ និងជួលឧបករណ៍បង្រៀន និងរៀបចំឯកសារសម្ភារៈនានា
6) ត្រួតពិនិត្យទីតាំងបណ្តុះបណ្តាលផ្ទាល់

ខ)សកម្មភាពនានានៅកំឡុងពេលបណ្តុះបណ្តាល រួមមាន៖

7) ប្រារព្ធវគ្គបណ្តុះបណ្តាលជាផ្លូវការ
8) បុរេតេស្ត
9) ឃ្លាំមើល និងផ្តល់ចម្លើយប្រចាំថ្ងៃ
10) កំនត់តម្រូវការសមាជិកក្រុមបណ្តុះបណ្តាល
11) ធ្វើតេស្តពេលបញ្ចប់វគ្គ
12) វាយតម្លៃពេលបញ្ចប់វគ្គ និង
13) សង្ខេប សន្និដ្ឋានរួម និងបិទវគ្គ

គ)សកម្មភាពនានានៅពេលបញ្ចប់វគ្គបណ្តុះបណ្តាល រួមមាន៖

14) ប្រគល់ត្រឡប់នូវឧបករណ៍បង្រៀន និងទូទាត់ចំណាយ
15) សរសេររបាយការណ៍បណ្តុះបណ្តាល
16) ផ្តល់ចម្លើយ ឬរបាយការណ៍ពីគុណភាពបណ្តុះបណ្តាល
17) ទុកដាក់ឯកសារ

ឃ)សកម្មភាពអនុវត្តក្រោយវគ្គបណ្តុះបណ្តាល រួមមាន៖

18) ការចុះតាមដាននិងពង្រឹងការសិក្សា

ម៉ូឌុលរង ៤.៣: ទម្រង់បែបបទសម្រាប់វគ្គបណ្តុះបណ្តាល

មានទម្រង់បែបបទចំនួន២២ ដែរគួរយកមកប្រើនៅក្នុងវគ្គបណ្តុះបណ្តាលរបស់កម្មវិធី ASPIRE ដើម្បីឱ្យការអនុវត្តវគ្គបណ្តុះបណ្តាលប្រកបដោយជោគជ័យ។ ទម្រង់ទាំងនោះរួមមានៈ

1) តារាងបញ្ជីសម្រាប់វគ្គបណ្តុះបណ្តាល
2) ទម្រង់កម្រងសំណួរបុរេតេស្ត
3) ទម្រង់កម្រងសំណួរសាកល្បងនៅក្រោយវគ្គបណ្តុះបណ្តាល
4) ទម្រង់វាយតម្លៃបញ្ចប់វគ្គ
5) ទម្រង់ឯកសារទស្សនៈទាន
6) ឧទាហរណ៍នៃឯកសារទស្សនៈទាន
7) ឧទាហរណ៍នៃកម្មវិធីសិក្សា និងវិធីសាស្រ្តបង្រៀន
8) ទម្រង់ស្នើសុំឈ្មោះសិក្ខាកាម
9) ឧទាហរណ៍នៃឯកសាររបៀបវារៈពង្រៀងនៃវគ្គបណ្តុះបណ្តាល
10) ទម្រង់ថវិកាចំណាយ
11) ទម្រង់ស្នើសុំបុរេថវិកា
12) ទម្រង់គំរូនៃការសរសេរលិខិតអញ្ជើញ
13) ឧទាហរណ៍នៃឯកសារពត៌មានផ្នែកភស្តុតាង
14) ទម្រង់បង្កាប់ទិញ
15) ទម្រង់ចុះបញ្ជីឈ្មោះអ្នកចូលរួម
16) តារាងត្រួតពិនិត្យគុណភាពបណ្តុះបណ្តាល
17) ទម្រង់ផែនការមេរៀន
18) ទម្រង់ចំណាយថវិកាសម្រាប់សិក្ខាកាម
19) ទម្រង់វិក័យបត្រចំណាយសម្រាប់គ្រូ
20) មាតិកានៃរបាយការណ៍បណ្តុះបណ្តាល
21) ទម្រង់របាយការណ៍ចំណាយ
22) ទម្រង់កម្រងសំណួរសម្រាប់ការចុះតាមដាននិងពង្រឹងការសិក្សា។

គួរកត់សំគាល់ថា បើពេលវេលាមិនគ្រប់គ្រាន់ គួរជ្រើសយកតែទម្រង់លំបាក និងមានសារៈសំខាន់មកពិភាក្សា។

សកម្មភាព៤.១ លំហាត់អនុវត្តក្នុងការអនុវត្តសកម្មភាពនានាព្រមទាំងប្រើទម្រង់ឱ្យបានត្រឹមត្រូវ

វគ្គនេះផ្តល់ឱកាសដល់សិក្ខាកាមមិនត្រឹមតែឱ្យចេះអនុវត្តសកម្មភាពមួយចំនួនសម្រាប់វគ្គបណ្តុះបណ្តាលប៉ុណ្ណោះទេ តែថែមទាំងជួយពួកគេចេះជ្រើសរើសនិងបំពេញទម្រង់បែបបទឱ្យត្រឹមត្រូវស្របនឹងសកម្មភាពនោះ។

៧. កម្មវិធីសិក្សា និងវិធីសាស្ត្របង្រៀន

ម៉ូឌុល	ម៉ូឌុលរង	វិធីសាស្ត្របង្រៀន	ពេលវេលា	អ្នកសម្របសម្រួល	វិធីវាយតម្លៃ
សេចក្តីផ្តើមវគ្គ	- បើកកម្មវិធី - ណែនាំគ្នា - គោលបំណងនិងការរំពឹងទុក - កាលវិភាគបណ្តុះបណ្តាល - បទបញ្ជាប់សិក្សា - ភស្តុភា - ថតរូប - បុរេតេស្ត	ដើរសួរគ្នា សំនួរបំផុតគំនិត	១ម៉ោង	ទីប្រឹក្សា មន្រ្តីនាយកដ្ឋាននិង គម្រោង	ឯកភាពគ្នា
១-ទស្សនៈទាននៃការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម	- និយមន័យនៃពាក្យគន្លឹះ - សារៈសំខាន់ - គោលការណ៍សំខាន់នៃការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម។	សំនួរបំផុតគំនិត ពិភាក្សាក្រុមធំ	១ម៉ោង	ទីប្រឹក្សា មន្រ្តីនាយកដ្ឋាននិងគម្រោង	សំណួរ និង ចម្លើយ
២-ដំណើរការនៃការអភិវឌ្ឍន៍ឯកសារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម	– សេចក្តីផ្តើម – ប្រភេទធំៗនៃឯកសារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម – ចំនុចល្អនៃឯកសារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម – ឯកសារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មត្រូវកែសម្រួល។	សំនួរបំផុតគំនិត ពិភាក្សាក្រុមធំ	១ម៉ោង	ទីប្រឹក្សា មន្រ្តីនាយកដ្ឋាននិងគម្រោង	សំណួរ និង ចម្លើយ
3-បច្ចេកទេសគន្លឹះក្នុងការផលិតឯកសារផ្សព្វផ្សាយ	- ជំហានទី១-កំណត់ វិភាគនិងចាត់អទិភាពបញ្ហា - ជំហានទី២-រៀបចំឯកសារតាមរយៈកំនត់និងផ្ទៀងផ្ទាត់ចំណងជើង ជ្រើសរើសឯកសារផ្សព្វផ្សាយ ជ្រើសរើសភាសា រៀបគំនូសប្លង់ព្រាង ផ្តោតលើលំហូរពត៌មាននិងធ្វើឱ្យមានការទាក់ទាញខ្លាំង។ - ជំហានទី៣-វាយតម្លៃតាមរយៈពិនិត្យពង្រៀងនិងធ្វើតេស្តឯកសារព្រាង។	សំនួរបំផុតគំនិត ពិភាក្សាក្រុមធំនិងតូចលំហាត់	៦ម៉ោង	ទីប្រឹក្សា មន្រ្តីនាយកដ្ឋាននិងគម្រោង	សំណួរ និង ចំលើយ ការងារម្នាក់ៗ អង្កេតលទ្ធផលពិភាក្សា
4- គោលការណ៍ណែនាំក្នុងការអនុវត្តវគ្គបណ្តុះបណ្តាល	- សេចក្តីផ្តើម - ជំហានសំខាន់ៗសម្រាប់អនុវត្តលើវគ្គបណ្តុះបណ្តាល - ការប្រើប្រាស់ទម្រង់បែបបទសម្រាប់វគ្គបណ្តុះបណ្តាល	សំនួរបំផុតគំនិត ពិភាក្សាក្រុមធំនិងតូចលំហាត់	២ម៉ោង	ទីប្រឹក្សា មន្រ្តីនាយកដ្ឋាននិងគំរោង	សំណួរ និង ចម្លើយ លទ្ធផលពិភាក្សា
បិទវគ្គ	- សង្ខេបមេរៀន - តេសបញ្ចប់វគ្គ - វាយតម្លៃវគ្គនិងបិទវគ្គ	បំផុតគំនិត ពិភាក្សាក្រុមធំតូចនិងម្នាក់ៗ	១ម៉ោង	ទីប្រឹក្សា មន្រ្តីនាយកដ្ឋាននិងគម្រោង	សំណួរ និង ចម្លើយ បំពេញទម្រង់

ម៉ូឌុល	ម៉ូឌុលរង	វិធីសាស្ត្របង្រៀន	ពេលវេលា	អ្នកសម្របសម្រួល	វិធីវាយតម្លៃ
		សរុប	១២ម៉ោង		

៨. សង្ខេប

ក្រោយបញ្ចប់វគ្គ ធ្វើសេចក្តីសង្ខេបមួយ ដោយបង្កើតសំណួរ និងទទួលចម្លើយពីសិក្ខាកាម។ គ្រូអាចបំពេញនូវចន្លោះខ្វះខាត និងបំភ្លឺរាល់ចម្ងល់នានាបន្ថែម។

៩. ធ្វើតេស្តចំណេះដឹងនៅក្រោយវគ្គ

ការធ្វើតេស្តចំណេះដឹងនៅក្រោយវគ្គបណ្តុះបណ្តាលគួរត្រូវអនុវត្តដើម្បីវាស់វែងពីស្ថានភាព និងការរីកចម្រើននៃការសិក្សារបស់សិក្ខាកាម។ ប្រភេទតេស្តទាំងពីរគួបង្កើតជាទម្រង់សំណួរវាយតម្លៃសិក្ខាកាមដោយខ្លួនឯង ហើយឈរលើកម្មវត្ថុសិក្សា។

១០. វាយតម្លៃវគ្គ

ការវាយតម្លៃវគ្គបណ្តុះបណ្តាល គឺចាំបាច់ណាស់ដើម្បីរកឱ្យឃើញនូវចំណុចល្អៗ និងចំណុចបំពេញបន្ថែមរបស់វគ្គ ដូចជាបរិស្ថាននៃការសិក្សាជាទូទៅ ការគ្រប់គ្រងចាត់ចែងវគ្គ និងបង្រៀនរួមទាំងសំណូមពរសិក្សារបស់សិក្ខាកាមនាពេលអនាគត។ សេចក្តីលម្អិតនៃទម្រង់វាយតម្លៃ គឺមាននៅក្នុងឯកសារសេចក្តីណែនាំនៃវគ្គបណ្តុះបណ្តាល។

១១. ឯកសារសម្ភារៈសម្រាប់វគ្គ

- កុំព្យូទ័រសម្រប់គ្រូ
- កុំព្យូទ័រសម្រាប់សិស្ស បើល្អពួកគេគួរយកពីផ្ទះរបស់ពួកគេមក
- ម៉ាស៊ីនLCD និងផ្ទាំងក្រណាត់ស
- ផ្ទាំងក្រដាសធំ(100) និងក្តារបញ្ឈរសម្រាប់ព្យួរផ្ទាំងក្រដាស
- ស្កត់ ប្រដាប់ចុចក្រដាស ប៊ិចហ្វឺតគ្រប់ពណ៌ និងរបស់របរផ្សេងៗទៀត
- ឯកសារសម្រាប់សិក្ខាកាម
- ក្រដាសក្រាស់ទំហំA5 គ្រប់ពណ៌
- ក្រដាសសរសេរគ្រប់ពណ៌ទំហំA4
- សៀវភៅសរសេរ និងប៊ិចសម្រាប់សិក្ខាកាម។ល។

១២. ឯកសារយោងនិងអានបន្ថែម

ASPIRE Financial Management Manual. IFAD LOAN NO. 2000000744. ASAP TRUST GRANT NO. 2000000743.
Bell, J Hill and S Atallah (2013): Extension Material Development*: UCDAVIS factsheet.*
Branav, K *(2012): Nature of organizing* via https://www.google.com.kh/search?q=extension+materials&biw=1411&bih=632
Charithy, P (2016): ICT for Agricultural to Extension Officer and CEW. *Training manual drafted in December 2016.*
DM Best Practices: Writing for the Web
GDA/DAE (2016): Series of Training Documents.
Khieu. H (2017): Guidelines for Extension Materials Development Training Course. *A final draft version, February 2017.*
JICA/EIAR (2014): Guideline for Extension Material Development for Researcher.
Manish, B (2014): Developing Learning Resource Material Using Different Media
Mary, J et al. (1994): Health Care Together. Training Exercises for Health Workers in Community Based Programme.
Hamza, M (2012): Developing Training Material Guide Swedish Civil Contingencies Agency (MSB)
MRCS (2011): Guidelines for Capacity Building Support
Swanson and Claar (1984): Definition of Extension
USAID Training Manual for Development Innovation: *Basic Video Training Creative Storytelling*
Yan, S (2010): Lesson Plan Development

About Scriptwriting via www.texas-pictures.com/contents/documents/script_template.doc
Comparison of Teaching Methodologies via http://www2.tulane.edu/som/ome/upload/ComparisonOfTeachingMethodologies.pdf
Creative solutions and innovations via www.creative.sl.com
Definition of Development via http://www.merriam-webster.com/dictionary/development
Design Notes via http://daphne.palomar.edu/design/dprocess.html
How to Develop and Produce Simple Learning Materials with Limited Resources at Community Level via http://www.accu.or.jp/litdbase/pub/dlperson/pdf0106/rpp25.pdf
How to Write a Good Script via http://blogs.techsmith.com/tips-how-tos/how-to-write-a-good-script/http://blogs.techsmith.com/tips-how-tos/how-to-write-a-good-script/
IEC Material Production Guidelines via http://www.kswann.com/IEC%20Production%20Guidelines.pdf
New Products Development Process via https://nyccto.wordpress.com/2011/06/10/new-product-development-process-building-launching-products-the-right-way/ or
Process Documentation via http://www.sswm.info/content/process-documentation
Project Development Cycle via http://www.slideshare.net/ashwinprince/project-development-cycle
Web Content Writing Tips via http://contentwritings.com/web-content-writings/
Writing and Organizing Content for Web and Writing For Web via https://www.google.com.kh/search?q=design+notes&biw=1422&bih=629&source=lnms&sa=X&ved=0ahUKEwjFjp-0rqPQAhUBzbwKHc21CJQQ_AUIBSgA&dpr=1.35#q=web+content+writing+ppt
Writing Business Message via http://slideplayer.com/slide/4141850/
Written Report Guidelines via http://www.columbia.edu/itc/seas/E3810-lab/wreport.html