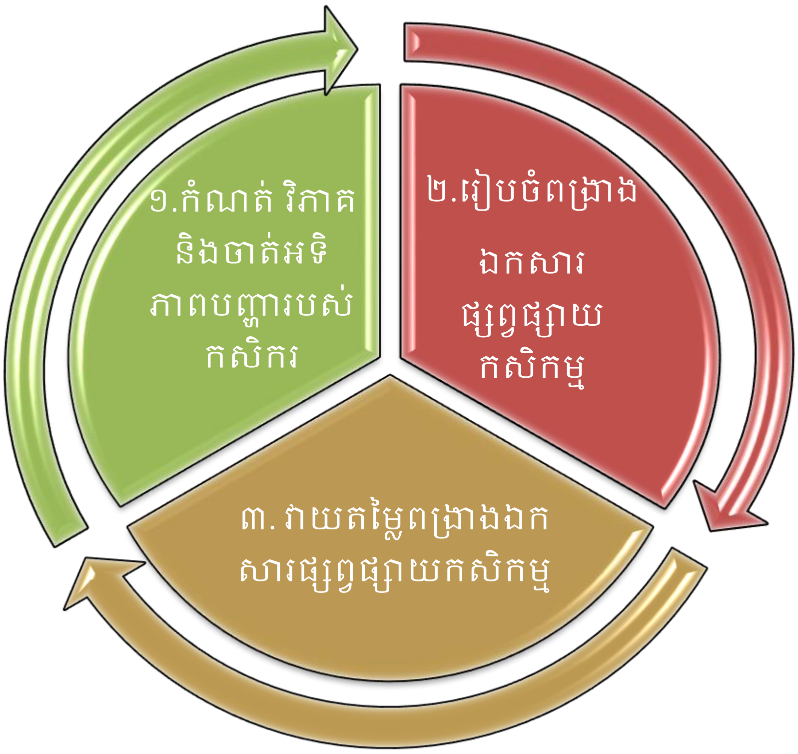
ក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ

កម្មវិធីផ្សព្វផ្សាយបច្ចេកទេសកសិកម្មថ្មីដែលធន់ទៅនឹងការប្រែប្រួលអាកាសធាតុ (ASPIRE)



គោលការណ៍ណែនាំស្តីពី
របៀបផលិតឯកសារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម

រៀបចំដោយ ហួត ខៀវ

ទីប្រឹក្សាថ្នាក់ជាតិ សម្រាប់វគ្គបណ្តុះបណ្តាលស្តីពីការផលិតឯកសារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម

រៀបចំដោយ: កម្មវិធីផ្សព្វផ្សាយបច្ចេកទេសកសិកម្មថ្មីដែលធន់ទៅនឹងការប្រែប្រួលអាកាសធាតុ (ASPIRE)

ឧបត្ថម្ភដោយ: រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា និងមូលនិធិអន្តរជាតិសម្រាប់អភិវឌ្ឍកសិកម្ម (IFAD)

ឧសភា ឆ្នាំ ២០១៧

ភ្នំពេញ, កម្ពុជា

មាតិកា

អក្សរកាត់ 1
សង្ខេប 2
គោលការណ៍ណែនាំស្តីពីរបៀបផលិតឯកសារផ្សព្វផ្សាយ 3
១. កំណត់ វិភាគ និងចាត់អាទិភាពបញ្ហា 3
១-១ កំណត់បញ្ហា 3
១-២ វិភាគបញ្ហា 4
១-៣ ចាត់អាទិភាពបញ្ហា 4
២. រៀបចំពង្រាងឯកសារផ្សព្វផ្សាយ 6
២-១ បង្កើតសាច់រឿង 6
២-២ ជ្រើសរើសប្រភេទឯកសារផ្សព្វផ្សាយឱ្យសមស្រប 8
២-៣ ជ្រើសរើសភាសាឱ្យសមស្រប 14
២-៤ រៀបចំគំនូសប្លង់ព្រាងឯកសារ 15
២-៥ រៀបចំឯកសារផ្តោតលើលំហូរព័ត៌មាន 15
២-៦ រៀបចំឯកសារឱ្យទាក់ទាញខ្លាំង 17
៣. វាយតម្លៃពង្រាងឯកសារ 18
៣-១ ត្រួតពិនិត្យពង្រាងឯកសារ 19
៣-២ តេស្តឯកសារ 19
ឯកសារយោង 21

អក្សរកាត់

ASPIRE	កម្មវិធីផ្សព្វផ្សាយបច្ចេកទេសកសិកម្មថ្មីដែលធន់ទៅនឹងការប្រែប្រួលអាកាសធាតុ
CEWs	មន្ត្រីផ្សព្វផ្សាយថ្នាក់ឃុំ
DAE	នាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម
DAO	មន្ត្រីកសិកម្មថ្នាក់ស្រុក
DSA	ប្រាក់ឧបត្ថម្ភប្រចាំថ្ងៃ
EMDs	មន្ត្រីអភិវឌ្ឍន៍សំភារៈផ្សព្វផ្សាយ
FA	ជំនួយការហិរញ្ញវត្ថុ
FMM	សៀវភៅគ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុរបស់កម្មវិធីASPIRE
FNA	ការវាយតម្លៃតម្រូវការកសិករ
FO	មន្ត្រីហិរញ្ញវត្ថុ
GDA	អគ្គនាយកដ្ឋានកសិកម្ម
KSA	ចំណេះដឹង ជំនាញ និងឥរិយាបថ
IFAD	ហិរញ្ញវត្ថុអន្តរជាតិ សំរាប់អភិវឌ្ឍន៍កសិកម្ម
M&E	ត្រួតពិនិត្យនិងវាយតម្លៃ
MC	អ្នកកាន់កាប់កម្មវិធី
MAFF	ក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ
NGO	អង្គការមិនមែនរដ្ឋាភិបាល
OOW	មន្ត្រីចាត់ចែងរៀបចំសិក្ខាសាលា
QA	ធានាគុណភាពវាស់វែង
QCM	សំនួរជ្រើសរើស
PDAFF	មន្ទីរកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ
PIM	ផែនការអនុវត្តន៍គម្រោង
PM	ប្រធានគម្រោង
RGC	រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា
TNA	ប៉ាន់ប្រមាណតម្រូវការសម្រាប់បណ្តុះបណ្តាល
TWO	អ្នកចាត់ចែងវគ្គបណ្តុះបណ្តាល សិក្ខាសាលា
TOT	បណ្តុះបណ្តាលគ្រូបង្គោល
USAID	ភ្នាក់ងារអភិវឌ្ឍន៍អន្តរជាតិរបស់សហរដ្ឋអាមេរិច

សង្ខេប

គោលការណ៍ណែនាំនេះនឹងណែនាំដល់មន្ត្រីជំនាញផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មពីរបៀបផលិតឯកសារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មហើយនឹងជួយពួកគេអនុវត្តវគ្គបណ្តុះបណ្តាលបន្តដល់ភ្នាក់ងារផ្សព្វផ្សាយឃុំប្រកបដោយប្រសិទ្ធិភាពនិងប្រសិទ្ធិផល(មើលរូបភាពទី១)។ មានជំហានបីសំខាន់ដែលក្នុងនោះមានសកម្មភាពតូចៗដែលត្រូវអនុវត្តនិងរៀបរាប់នៅក្នុងឯកសារនេះ។

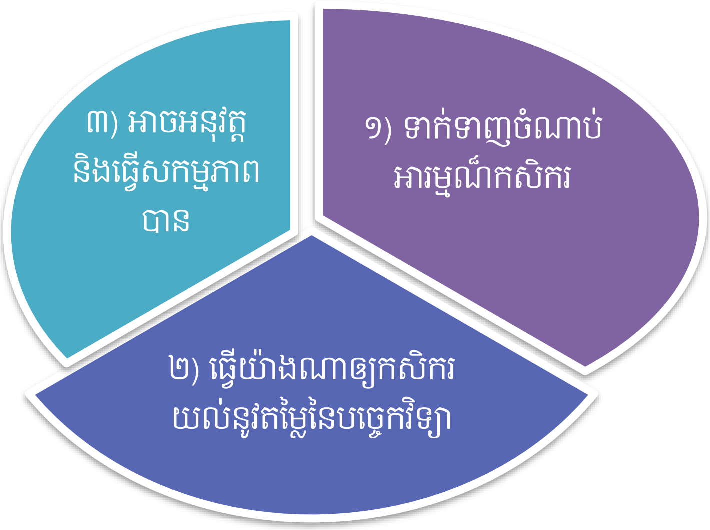
រូបភាព ១ ជំហានក្នុងការផលិតឯកសារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម

នៅពេលដែលឯកសារផ្សព្វផ្សាយក្លាយជាឧបករណ៍ដ៏មានប្រសិទ្ធិភាពសម្រាប់ការសិក្សានិងផ្លាស់ប្តូរពត៌មាន នោះវានឹងមានសារះសំខាន់សម្រាប់អ្នកផលិតឯកសារគួរយកចិត្តទុកដាក់ឲ្យបានច្រើន ហើយត្រូវប្រាកដថារាល់ការផលិតឯកសារផ្សព្វផ្សាយត្រូវគោរពទៅតាមគោលការណ៏សំខាន់ទាំង៥ ដូចរ៉ាយរាប់ដូចខាងក្រោមៈ

- ឆ្លើយតបនឹងគោលនយោបាយផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មរបស់ក្រសួង
- ឆ្លើយតបនឹងក្រុមគោលដៅ និងបញ្ហារបស់ពួកគេ(ឧ. ក្រុមជនក្រីក្រ និងស្ត្រី។ល។)
- គួរជ្រើសរើសវិធីសាស្ត្រផ្សព្វផ្សាយ និងខ្លឹមសារស្នូលឲ្យបានសមស្រប
- គួរវាយតម្លៃឯកសារផ្សព្វផ្សាយមុននឹងយកមកអនុវត្ត
- គួរពិចារណាលើសមត្ថភាពរបស់ស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធ(មានន័យថា សមត្ថភាពមន្ត្រី ផែនការ និងថវិកា)។

លើសពីនេះទៀត ដំណើរការផលិតឯកសារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មគួរតែមានការចូលរួមពីអ្នកពាក់ព័ន្ធសំខាន់ៗ ដូចជា ជាមួយកសិករ ភ្នាក់ងារផ្សព្វផ្សាយ មន្ត្រីគម្រោង និងអ្នកវិទ្យាសាស្ត្រជាដើម។ ហេតុដូចនេះ

ដើម្បីពង្រីកវិសាលភាពលទ្ធផលរបស់កម្មវិធីគួរផ្តោតនូវគោលការណ៍សំខាន់ៗ(មើលរូបភាពទី២)។



រូបភាព ២ គោលការណ៍ដែលធ្វើឲ្យមានវិសាលភាពនៃការអនុវត្ត

គោលការណ៍ណែនាំស្តីពីរបៀបផលិតឯកសារផ្សព្វផ្សាយ

គោលការណ៍ណែនាំនេះរ៉ាយរាប់ពីទស្សនទាន ដំណើរការ និងតិចនិចក្នុងការផលិតឯកសារផ្សព្វផ្សាយ ជាជាងការឃ្លាំមើលការប្រើប្រាស់ឯកសារ។

ខាងក្រោមជាគោលការណ៍ណែនាំនានាដែលមន្ត្រីផលិតឯកសារផ្សព្វផ្សាយគួរអនុវត្តឲ្យបានហ្មត់ចត់នៅពេលដែលពួកគេផលិតឯកសារផ្សព្វផ្សាយ និងធ្វើការបណ្តុះបណ្តាលបន្តទៅអ្នកដទៃ។

១. កំណត់ វិភាគ និងចាត់អាទិភាពបញ្ហា

នៅក្នុងផ្នែកនេះមានសកម្មភាពធំបីគួរអនុវត្ត ១)កំណត់បញ្ហា ២) វិភាគបញ្ហា និង ក្រុមគោលដៅ និង ៣)ចាត់អាទិភាពបញ្ហា។

១-១ កំណត់បញ្ហា

ដើម្បីកំណត់បញ្ហាគួរយកចិត្តទុកដាក់លើសកម្មភាព៣សំខាន់:

- រៀបចំសំនួរដែលផ្តោតលើ:១)ក្រុមគោលដៅ ២)ឬសគល់បញ្ហា និង ៣)តម្រូវការ។
- ជ្រើសរើសវិធីសមស្របក្នុងការប្រមូលទិន្នន័យ(ឧ-តាមរយៈក្រុមពិភាក្សាមិនផ្លូវការ ចុះអង្កេតជាមួយក្រុមគោលដៅ ពិភាក្សាក្រុម សង្កេត កសិករ)និង
- ប្រមូលនិងចងក្រងទិន្នន័យដើម្បីវិភាគ។

១-២ វិភាគបញ្ហា

មានការវិភាគ២ប្រភេទសំខាន់និងចាំបាច់:១) វិភាគក្រុមគោលដៅ និង២)វិភាគឬសគល់បញ្ហារបស់ពួកគេ។ អាចធ្វើការវិភាគក្រុមគោលដៅជាទម្រង់បុគ្គលម្នាក់ៗ និង រឺជាក្រុមហើយសំណួរគួរផ្តោតលើ:

- ចំណាប់អារម្មណ៍ឬ តម្រូវការរបស់ពួកគេ
- ឥទ្ធិពលរបស់ពួកគេលើគម្រោង
- ចំណេះដឹងនិងបទពិសោធន៍របស់ពួកគេ
- វិភាគទានរបស់ពួកគេដល់ភាពជោគជ័យនៃគម្រោង
- កត្តាអសកម្មនិងបរាជ័យនៃគម្រោង
- កត្តាដែលជំរុញឲ្យក្រុមគោលដៅធ្វើសេចក្តីសម្រេចចិត្ត ផែនការ និងអនុវត្ត។ល។

ការវិភាគឬសគល់បញ្ហានិងតម្រូវការរបស់ពួកគេអាចធ្វើបានតាមរយៈវិធីសាស្ត្រផ្សេងៗដូចជា: វិធីវិភាគតាមរបៀបឆ្អឹងត្រី (fish borne) វិធីវិភាគតាមរបៀបដើមឈើ (problems tree) និង វិធីវិភាគតាមរបៀបដ្យាក្រាម (diagram analysis)។ល។

១-៣ ចាត់អាទិភាពបញ្ហា

ការចាត់អាទិភាពបញ្ហានិងតម្រូវការគឺអាស្រ័យលើគោលនយោបាយ កម្មវត្ថុរបស់កម្មវិធី និងសមត្ថភាពស្ថាប័នក្នុងការអនុវត្តកម្មវិធី និងការផ្តល់សេវាព្រមទាំងលទ្ធផលវិភាគក្រុមគោលដៅខាងលើ។ ខាងក្រោមជាឧទាហរណ៍នៃបញ្ហា។

- ការប្រើថ្នាំកំចាត់សត្វល្អិតលើស្រូវមិនសមស្រប
- ឱនភាពជីវជាតិដី
- ការប្រើបច្ចេកទេសថ្មីក្នុងការចិញ្ចឹមជ្រូកមិនសមស្រប
- ខ្វះបច្ចេកទេសចិញ្ចឹមត្រីដោយប្រើចំណីតិច
- ការជ្រើសរើសគ្រាប់ពូជស្រូវដែលអាចសម្របនឹងប្រែប្រួលអាកាសធាតុនៅមានកម្រិត
- ខ្វះបច្ចេកទេសដាំស្រូវឲ្យទទួលផលបានផលច្រើន។

មធ្យោបាយដ៏ងាយស្រួលក្នុងការចាត់អាទិភាពបញ្ហាគឺគួរស្នើឲ្យបុគ្គលម្នាក់ៗដាក់ពិន្ទុលើបញ្ហាបញ្ហានីមួយៗ រួចធ្វើចំណាត់ថ្នាក់ដោយគិតជាមធ្យមភាគសម្រាប់ក្រុមកសិករ (មើលឧទាហរណ៍ខាងក្រោម)។ កត់សំគាល់ថា ពិន្ទុខ្ពស់គឺជាបញ្ហាសំខាន់ត្រូវយកចិត្តទុកដាក់និងដោះស្រាយដំបូង។ តែពេលខ្លះ បញ្ហាជំរើសទី២ក៏អាចចាត់ជាអាទិភាពនិងត្រូវអនុវត្តដំបូងដែរ ដោយសារមានកត្តាមួយចំនួនដូចជា: ភាពងាយស្រួលអនុវត្ត អាចទទួលផលបានរហ័ស និង ត្រូវការធនធានតិច។ល។ គួរកត់សំគាល់ថាបញ្ហាគួរកំណត់ដោយកសិករជាជាងអ្នក

ធ្វើសេចក្តីសម្រេចចិត្តនិងរីអ្នកធ្វើផែនការ។ ទោះបីយ៉ាងណា រាល់សេចក្តីសម្រេចចិត្តណាមួយគួរមានការពិនិត្យនិងយល់ព្រមពីសហគមន៍ ទោះបីអ្នកនយោបាយនិងអ្នកធ្វើផែនការមានចំណេះពីសហគមន៍និងធនធានក៏ដោយ។

ចំណាត់ថ្នាក់តាមបុគ្គល	ចាត់អទិភាពបញ្ហា	ចំណាត់ថ្នាក់តាមក្រុម
	ការប្រើថ្នាំកំចាត់សត្វល្អិតលើស្រូវមិនបានសមស្រប	
	ការថយចុះជីវជាតិដី	
	ការប្រើបច្ចេកទេសថ្មីក្នុងការចិញ្ចឹមជ្រូកមិនបានសមស្រប	
	ខ្វះបច្ចេកទេសចិញ្ចឹមត្រីដោយប្រើចំណីតិច	
	ការជ្រើសរើសគ្រាប់ពូជស្រូវដែលសម្របនឹងប្រែប្រួលអាកាសធាតុនៅមានកម្រិត	
	ខ្វះបច្ចេកទេសទទួលផលស្រូវច្រើន	

ក្រោយពីការចាត់អាទិភាពរួច គួរកំណត់កម្មវត្ថុអនុវត្តឲ្យឆ្លើយតបនឹងឬសគល់បញ្ហានិងតម្រូវការរបស់កសិករ ហើយគួររៀបរាប់ពីចំណេះដឹង(ដូចជា ការផ្តល់ពត៌មាន គំនិត និងហេតុការណ៍)ជំនាញនិងឥរិយាបថដើម្បីសិក្សានិងផ្លាស់ប្តូរក្រុមគោលដៅដែលចង់ទទួលនៅពេលបញ្ចប់វគ្គបណ្តុះបណ្តាលឬកម្មវិធី។លើសពីនេះកម្មវត្ថុគួរSMART។

S: ធ្វើឱ្យជឿជាក់(មានន័យថាកំណត់បញ្ហាឱ្យចំនឹងតម្រូវការ)។

M: អាចវាស់វែងបាន(មានន័យថាបង្ហាញនូវលទ្ធផលយ៉ាងហោចណាស់ឆ្លុះបញ្ចាំងនូវការរីកចម្រើន)។

A: អាចទទួលផលបាន(មានន័យថាលទ្ធផលអាចទទួលបានក្នុងរយៈពេលខ្លី និងយូរ)។

R: អាចជឿទុកចិត្តបាន(មានន័យថាលទ្ធផលអាចទទួលបានប្រកបដោយជឿជាក់ទៅតាមធនធានដែលមាន)។

T: ពេលសមស្រប (មានន័យថា កំណត់ពេលជាក់លាក់ដែលលទ្ធផលអាចទទួលបាន)។

គួរចងចាំថា ដើម្បីឲ្យកម្មវត្ថុSMART គួរជ្រើសរើសកិរិយាស័ព្ទណាដែលជាក់លាក់ដូចរៀបរាប់នៅតារាងទី១ខាងក្រោម។ គួរកត់សំគាល់ថាមានកិរិយាស័ព្ទល្អៗជាច្រើនដែលអាចដកស្រង់ចេញពីឯកសារបង្រៀនដែលរៀបចំដោយ បណ្ឌិត ម៉ាក់ សឿន និង លោក សាយ តុម។

កិរិយាស័ព្ទទូទៅ	កិរិយាស័ព្ទជាក់លាក់
– ស្វែងយល់ – ស្គាល់ – ទទួលស្គាល់	– តារាងបញ្ជី – កំណត់ – អនុវត្តបង្ហាញ – ជ្រើសរើស

	– អនុវត្តជាក់ស្តែង – កំណត់ន័យ – អនុវត្តការងារ – យកចិត្តទុកដាក់ – ពិភាក្សា – រៀបរាប់។ល។

តារាង ១ កិរិយាស័ព្ទជាក់លាក់

លើសពីនេះ កម្មវត្ថុគួរឆ្លើយនឹងសំណួរដូចខាងក្រោម៖

- ធ្វើរយៈពេលប៉ុន្មាន?
- ធ្វើជាមួយនរណា មានប៉ុន្មាននាក់?
- ធ្វើដើម្បីអ្វី(មូលហេតុដែលយើងបង្កើតកម្មវត្ថុនេះ)?

<u>ឧទាហរណ៍</u>

ក) នៅចុងឆ្នាំ២០១៨ កសិករចំនួន១០ ០០០នាក់ នៅខេត្តក្រចេះ នឹងអនុវត្តកសិដ្ឋានរបស់ពួកតាមបែបចម្រុះ។

ខ) នៅចុងខែឧសភាឆ្នាំ ២០១៧ កសិករក្រីក្រចំនួន៥០០នាក់ នៅខេត្តកំពង់ឆ្នាំងប្រទេសកម្ពុជានឹងចាប់យកបច្ចេកវិទ្យាទំនើបក្នុងការធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវប្រភេទដីដំណាំស្រូវរដូវប្រាំង។

គ) នៅចុងឆ្នាំ២០១៧ កសិករក្រុមគោលដៅភាគច្រើននឹងប្រើជីសរីរាង្គក្នុងសួរដំណាំរបស់ពួកគេ។

២. រៀបចំព្រាងឯកសារផ្សព្វផ្សាយ

ឈរលើលទ្ធផលវិភាគខាងលើ នូវគោលគំនិតទស្សនទានជាក់លាក់និងច្បាស់លាស់នឹងទទួលបាន ហើយនឹងជាជំនួយដ៏សំខាន់ក្នុងការរៀបចំគ្រោងសាច់រឿង ការជ្រើសរើសប្រភេទឯកសារផ្សព្វផ្សាយ ខ្លឹមសារស្នូល កំណត់លំហូរពត៌មាន និងធ្វើឲ្យឯកសារផ្សព្វផ្សាយមានការទាក់ទាញច្រើន។

២-១ បង្កើតសាច់រឿង

ចំពោះការបង្កើតសាច់រឿងល្អគឺចាំបាច់អនុវត្តសកម្មភាពដូចខាងក្រោម៖

- បង្កើតចំណងជើង
- បង្កើតសាច់រឿងនិង
- ផ្ទៀងផ្ទាត់សាច់រឿង

ក)បង្កើតចំណងជើង

ចំណងជើងសមស្របគួរដកស្រង់ចេញពីកម្មវត្ថុដែលបានកំណត់រួចហើយចំណងជើងល្អគួរតែឆ្លើយតបទៅនឹងតម្រូវការអាទិភាពពិតប្រាកដនិងចំណាប់អារម្មណ៍របស់កសិករ ព្រមទាំងគោលនយោបាយផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម។ ខាងក្រោមជាឧទាហរណ៍នៃចំណងជើងដែលសមស្រប៖

- កសិដ្ឋានចម្រុះ និងផលិតភាព
- បច្ចេកវិទ្យាទំនើបអនុវត្តលើប្រភេទដីស្រែស្រូវប្រាំង
- សួនដំណាំសរីរាង្គ
- អនុវត្តកសិកម្មបែបទំនើបនិងទទួលផលល្អ។

<u>គួរចងចាំថា</u> ចំណងជើងឯកសារគួរសរសេរឲ្យខ្លីនិងនៅផ្នែកខាងលើនៃទំព័រ។

ខ)បង្កើតសាច់រឿង

ការបង្កើតសាច់រឿងគឺមានសារៈសំខាន់ណាស់ដែលជាការទាក់ទាញដល់អ្នកអានហេតុដូចនេះ ការសរសេរសាច់រឿងគួរតែផ្តោតតាមការណែនាំដូចខាងក្រោម៖

- រៀបរាប់ពីគុណសម្បត្តិដែលទាក់ទាញដល់កសិករ (មានន័យថាលទ្ធផលជាវិជ្ជមាន)
- រៀបរាប់ពីកត្តាជំរុញលើកទឹកចិត្តដល់កសិករបំផុត (មានន័យថាមូលហេតុដែលចាំបាច់អនុវត្ត)
- រៀបរាប់ពីសកម្មភាពនិងនិតិវិធីដែលកសិករត្រូវអនុវត្តដើម្បីទទួលផលច្រើន។

មើលរូបភាពទី៣បង្ហាញជាឧទាហរណ៍ក្នុងការបង្កើតប្លង់សាច់រឿង។

ចំណងជើង(Topic)→ឱ្យខ្លី និងងាយស្រួលចងចាំ ឧទាហរណ៍

- សួនដំណាំដីសរីរាង្គ
- សួនដំណាំនៅផ្ទះរបស់អ្នក

លទ្ធផល(Effect)→ អ្វីជាគុណសម្បត្តិនៃបច្ចេកវិទ្យាដែលមានការទាក់ទាញច្រើនបំផុត? ឧទាហរណ៍

- កាត់បន្ថយចំណាយក្នុងការទិញដីគីមី
- អាចសម្រប និងធន់នឹងជម្ងឺ និងអាកាសធាតុ

មូលហេតុ(Reason)→ អ្វីដែលលើកទឹកចិត្តដល់កសិករ? ឧទាហរណ៍

- បង្កើនផលិតផល
- ថែរក្សាគុណភាព និងរចនាសម្ព័ន្ធដី
- ផ្តល់នូវបរិយាកាសល្អ

សកម្មភាព(Actions)→ តើសកម្មភាពអ្វីដែលត្រូវការអនុវត្តន៍បច្ចេកវិទ្យាថ្មី? ឧទាហរណ៍

- ការប្រើដីកំប៉ុស្តិ៍នៅក្នុងសួនដំណាំនៅដំណាក់កាលបំប៉នចំនួនxxគីឡូក្រាម ក្នុងដំណាំxxម៉ែត្រការ៉េ។

គ)ផ្ទៀងផ្ទាត់សាច់រឿង

ពេលដែលអ្នកពេញចិត្តខ្លឹមសារសាច់រឿងហើយ បន្ទាប់គួរផ្ទៀងផ្ទាត់សាច់រឿងឡើងវិញដើម្បីធានាថាៈ

1) ខ្លឹមសារក្នុងសាច់រឿងឆ្លើយតបនឹងបញ្ហារបស់កសិករពិសេសស្ត្រី។
2) ខ្លឹមសារក្នុងសាច់រឿងផ្តល់ព័ត៌មានគ្រប់គ្រាន់និងមានភាពលម្អិតល្មមគ្រប់គ្រាន់តាមតម្រូវការរបស់កសិករ ជាពិសេសស្ត្រី។
3) ខ្លឹមសារក្នុងសាច់រឿងបង្ហាញពីកសិកម្មបែបវាងវៃ(SMART)និងធន់នឹងបម្រែបម្រួលអាកាសធាតុ។ល។

ផ្ទុយមកវិញ បើសាច់រឿងនោះមានការពេញចិត្តតិចតួច គួរកំណត់ចំណងជើងដទៃផ្សេងទៀត ហើយអនុវត្តទៅតាមដំណើរការដូចដែលបានរៀបរាប់ខាងលើឡើងវិញ។

គន្លឹះចងចាំ

- ☐ សរសេរចំណងជើងនៅផ្នែកខាងលើនៃទំព័រក្រដាស
- ☐ ចំណងជើងត្រូវសរសេរឱ្យខ្លី និងងាយស្រួលយល់ និងមានការទាក់ទាញ
- ☐ សរសេរជាចំណុចៗ ដើម្បីជៀសវាងសរសេរ និងរៀបរាប់វែងពេក
- ☐ រចនាសម្ព័ន្ធខ្លឹមសារត្រូវតែតាមលំដាប់លំដោយ មានន័យថាមូលហេតុគាំទ្រខ្លឹមសារលទ្ធផល ហើយសកម្មភាពផ្តល់វិភាគទានដល់លទ្ធផល
- ☐ ប្រើពាក្យពេចន៍ដកស្រង់ចេញពីឯកសារដែលមានស្រាប់បើអាចទៅរួចជាជាងគិតនូវពាក្យពេចន៍ និងខ្លឹមសារថ្មី
- ☐ ទទួលពត៌មានបច្ចុប្បន្នភាព និងពីគេហទំព័រនានា។

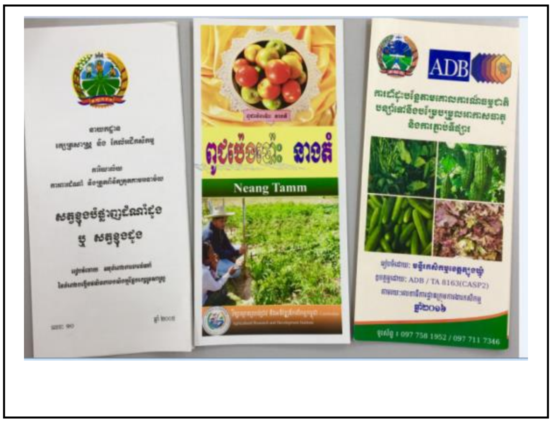
២-២ ជ្រើសរើសប្រភេទឯកសារផ្សព្វផ្សាយឱ្យសមស្រប

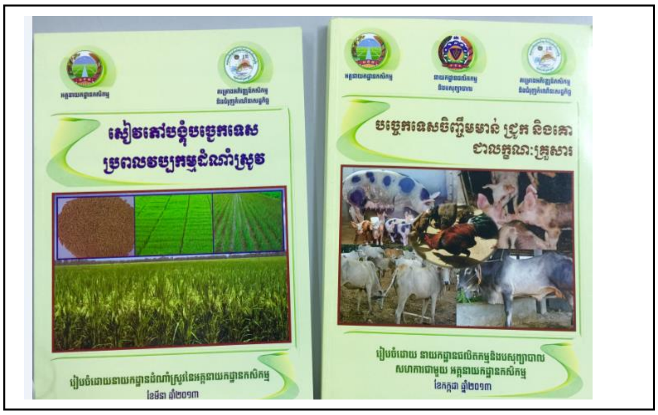
ប្រភេទឯកសារផ្សព្វផ្សាយដែលប្រើប្រាស់ជាទូទៅនៅប្រទេសកម្ពុជារួមមានៈដូចជាខិត្តប័ណ្ណ កូនសៀវភៅ ផ្ទាំងរូបភាព និងវីដេអូ ។ល។ ដូចនេះមុននឹងជ្រើសយកប្រភេទឯកសារផ្សព្វផ្សាយមួយណា គួរចាំបាច់សួរសំណួរដូចខាងក្រោមៈ

- ☐ តើវាជាទូទៅប្រើប្រាស់នៅតំបន់គោលដៅដែរឬទេ?
- ☐ តើវាស្របទៅនឹងក្រុមគោលដៅនិងកម្មវិធីដែរឬទេ?
- ☐ តើចង់បញ្ជូនខ្លឹមសារទៅក្រុមណាជាក់លាក់?
- ☐ តើការចំណាយផលិតឯកសារអាចទៅរួចដែរឬទេ?
- ☐ តើត្រូវការពេលប៉ុន្មានដើម្បីផលិតឯកសារប្រភេទនេះ?

ខិតប័ណ្ណ គឺជាប្រភេទបោះពុម្ពលើក្រដាសខ្នាតតូច អាចបត់ ឬក៏មិនអាចបត់បាន ហើយជាការផ្សព្វផ្សាយ ឬផ្តល់ព័ត៌មានដោយគ្មានយកកម្រៃ។

កូនសៀវភៅ គឺជាសៀវភៅតូចមួយ ដែលមានរូបភាព និងអត្ថបទពត៌មានដែលនិយាយពីផលិតផល ឬសេវាកម្មនានា។





ខិតប័ណ្ណ/កូនសៀវភៅ(មានទំហំ A4 អាចបត់ជាពីរនៅចំណុចកណ្តាល បោះពុម្ពសងខាង ហើយមានប្រមាណពី ៨-១២ទំព័រ)	
គុណសម្បត្តិ	**គុណវិបត្តិ**
– ងាយស្រួលផលិត – ចំណាយតិច – ងាយចែកចាយ – អាចយកទៅតាមខ្លួន និងរំលឹកឡើងវិញ – មានពត៌មានច្រើនជាងនៅសៀវភៅស្តើង (brochure)	– មានការលំបាកបន្តិចក្នុងការអនុវត្ត – មានពត៌មានតិច ករណីយកមកបង្រៀន – សម្រាប់តែអ្នកចេះអានអក្សរ

ផ្ទាំងរូបភាព(Poster) គឺជាផ្ទាំងក្រដាសធំដែលមានរូបភាព ឬរូបថត ឬសញ្ញាផ្សេងៗដែលអាចបិទឬចុចនៅជញ្ជាំង ឬក្តារខៀនបាន ហើយជាធម្មតាគឺសម្រាប់តាំង ឬដើម្បីផ្សព្វផ្សាយ(ឯកសារយោងៈវចនានុក្រមខេមប្រីច)។

ផ្ទាំងក្រដាស(មានទំហំA3 ឬA2)	
គុណសម្បត្តិ	គុណវិបត្តិ
– ទស្សនិកជនច្រើននាក់អាចទទួលបាន – ចំណាយតិច – ងាយចែកចាយ – សមស្របសម្រាប់អ្នកមិនចេះអក្សរ	– មានពត៌មានតិច – តម្រូវការអ្នកមានជំនាញខាងក្រាហ្វិក បើមិនដូច្នេះ វានឹងប្រាប់អ្នកមើលនូវរឿងរ៉ាវផ្សេង។

<u>គន្លឹះសំខាន់ក្នុងការផលិតខិតប័ណ្ណ កូនសៀវភៅ និងផ្ទាំងរូបភាព</u>

- ☐ ចំណងជើងគួរមានសេចក្តីសន្និដ្ឋានរួមនៃការអង្កេតជាជាងដំណើរការនៃការផលិត។
- ☐ ចំណងជើងគួរមានឈ្មោះអ្នកនិពន្ធ និងអ្នកផ្តល់វិភាគទានឯទៀត
- ☐ ពាក្យពេចន៍គួរសរសេរឱ្យពេញ ជៀសវាងអក្សរកាត់
- ☐ ពាក្យពេចន៍សរសេរពីឆ្វេងទៅស្តាំ
- ☐ អត្ថបទ តារាង ក្រាភិចគួរតែរៀបឱ្យស៊ីចង្វាក់គ្នា
- ☐ អត្ថបទគួរមានអក្សរធំ និងតូចហើយឲ្យច្បាស់និងងាយស្រួលអាន
- ☐ អត្ថបទមួយជួរគួរឱ្យមានប្រមាណ ១០-១២ពាក្យ
- ☐ គួរប្រើពណ៌ស្រាលតាមបែបធម្មជាតិនិងមិនឲ្យដិតខ្លាំងពេកទេ
- ☐ គំនូសបន្ទាត់គួរស្តើងស្រាលៗ។

<u>វីដេអូ</u> ជាផ្នែកសំខាន់នៃដំណើរការបង្កើតរូបភាពដែលបង្ហាញនូវទិដ្ឋភាពពីលើចុះក្រោម ថតចំសកម្មភាព មានកិច្ចសន្ទនាជាក់លាក់ជាមួយនឹងសកម្មភាព។ ទំព័រនីមួយៗនៃសំណេរតំណាងឱ្យប្រហែល១នាទីនៃផ្ទាំងរូបភាព ហើយសំណេរល្អត្រូវតែខ្លី ច្បាស់និងជាក់លាក់។ គួរចងចាំថា អ្នកសំណេរមានចំណេះដឹងអំពីបច្ចេកទេសកសិកម្ម តែក្រុមហ៊ុនថតវីដីអូវិញប្រហែលជាគ្មាន តែក្រុមហ៊ុនអាចមានជំនាញផលិតវីដេអូឱ្យមានការទាក់ទាញដល់កសិករបាន។ ដូចនេះពួកគេអាចជ្រើសរើសសំលេងនិងថតរូបភាពឱ្យសមស្របនឹងអត្ថបទនិងខ្លឹមសារ។ ហេតុដូចនេះ អ្នកសំណេរគួរតែ៖

- ☐ ជ្រើសរើសខ្លឹមសារដោយយកចិត្តទុកដាក់ (មានន័យថា ជ្រើសខ្លឹមសារអត្ថបទពី១-៣រួចផ្តោតលើចំណុចសំខាន់នៃគំនិតទាំងនោះ)។
- ☐ ពេលសរសេរពង្រៀងរួច ចូរអានសំណេរឱ្យខ្លាំង និងកត់ត្រាតើត្រូវការពេលវេលាប៉ុន្មាន? កត្តានេះអាចជួយកំណត់បានចំនុចខ្វះខាត និងឃ្លាប្រយោគប្លែក។ បើវីដេអូមានប្រមាណរយៈពេល១នាទី នោះនឹងត្រូវការចំណាយពេលវេលា២នាទីក្នុងការអាន។ ដូចនេះត្រូវបង្រួមសំណេរឲ្យស្របនឹងពេលវេលានោះ។
- ☐ ធ្វើតេស្តសំណេរវីដេអូដែលបង្ហាញក្នុងរូបភាពទី៤ ជាឧទាហរណ៍។

ចំណងជើងគម្រោង: វគ្គបណ្ដុះបណ្ដាលស្ដីពីរបៀបផលិតឯកសារផ្សព្វផ្សាយរបស់ASPIRE		
ថ្ងៃ-ខែ-ឆ្នាំ: ..../................./................		
ស្លតលេខ	វីដេអូ-រូបភាព	អត្ថបទសំណោរ
ស្លត1	តើរូបភាពអ្វីដែលអ្នកចង់បង្ហាញ?	រៀបចំអត្ថបទសរសេរយោងតាមរូបភាពនៃស្លតនោះ
ស្លត2	– ផ្ដល់ចំណីសត្វមាន់ – ទិដ្ឋភាពវាលស្រែពណ៌មាស – កសិករកំពង់ដើរតាមវាលស្រែ – កសិករឈរនៅក្នុងវាលស្រែ – បូមទឹកដាក់ស្រែ – សត្វមាន់កំពង់រត់ប្រសាច	
ស្លត3		
ស្លត4		
ស្លត5		

រូបភាព ៤ រូបភាពសំណោរវីដេអូ

គួរកត់សំគាល់ថា សំណោរវីដេអូគួររៀបតាមលំដាប់លំដោយនិងតាមប្រធានបទ ហើយអាចកែសម្រួលគ្រប់ស្លតបាននិង គួរមានព័ត៌មានដែលអាចមើលឃើញនៅក្នុងវីដេអូ។ អ្នកថតរូបឬរូបថតដែលជ្រើសរើសគួរចេញពីទីតាំង ជ្រុងនិងចំងាយខុសគ្នា ព្រោះប្រភេទរូបភាពនីមួយៗមានគោលបំណងនិងឆ្លើយតបនឹងអត្ថបទនីមួយៗ។ជំហានទី៦ខាងក្រោមនឹងបកស្រាយពីរការជ្រើសរើសរូបភាពឲ្យមានការទាក់ទាញ។

វីដេអូ(រយៈពេលក្នុងសេវាផ្សព្វផ្សាយ គឺពី ៥-២០នាទី	
គុណសម្បត្តិ	គុណវិបត្តិ
– ផ្ដល់ពត៌មានជាក់ស្ដែងច្រើន – ងាយស្រួលយល់ – ការអប់រំតាមបែបទស្សនា – សមស្របសម្រាប់អ្នកមិនចេះអក្សរ – ជួយផ្ដល់រូបភាព និងភាពសប្បាយដល់អ្នកទស្សនា – បង្កើនជំនាញពីសង្គម	– តម្លៃថ្លៃ – តម្រូវការឧបករណ៍ និងបច្ចេកវិទ្យាស្មុគស្មាញក្នុងការថត និងចាត់ចែង – តម្រូវការផលិតករមានជំនាញផលិតវីដេអូ និងសរសេរអត្ថបទ – ត្រូវការពេលច្រើនក្នុងកិច្ចប្រជុំជាមួយផលិតករ និងផលិតកម្មវីដេអូ – បើវីដេអូមានព័ត៌មានច្រើន និងរយៈពេលវែង ពួកអ្នកទស្សនានឹងពិបាកយល់។

<u>គន្លឹះសំខាន់នៅពេលសរសេរអត្ថបទវីដេអូ</u>

☐ ខ្លឹមសារគួរឲ្យខ្លី និងជាក់លាក់សម្រាប់វីដេអូស្លតរយៈពេល១នាទី

- ខ្លឹមសារកាន់តែច្បាស់ បើសិនមានស្គ្រីបវីដេអូខ្លីច្រើន
- ជៀសវាងផ្តល់ពត៌មានច្រើនលើសលុប
- ប្រើតួសំណេរអក្សរធំ និងងាយស្រួលអាន
- ប្រើពាក្យខ្លី ពិសេសពេលនិយាយ
- រក្សាសំនៀងជាលក្ខណៈសន្ទនា និងប្រាកដថាវាសមស្របនឹងបុគ្គលិកលក្ខណៈរបស់អ្នកអាន
- សរសេរអត្ថបទផ្សារភ្ជាប់ទៅនឹងរូបភាព ដ្យាក្រាម ក្រាភិច ឬតាមធម្មជាតិដែលធ្វើឱ្យវីដេអូមានការចាប់អារម្មណ៍ និងផ្តល់ភាពរីករាយដល់ការទស្សនា
- ប្រើពាក្យខ្ញុំ អ្នក ពីអតីតកាល និងបច្ចុប្បន្នកាលជាអចិន្ត្រៃយ៍
- រាល់វីដេអូនីមួយៗ គួរមានសេចក្តីផ្តើម និងបញ្ចប់
- រយៈពេលវីដេអូ:

  ក) ប្រភេទវីដេអូ មានរយៈពេលខ្លី គឺប្រមាណ៤៥វិនាទី

  ខ) ប្រភេទវីដេអូមានរយៈពេលមធ្យម គឺប្រមាណ១នាទី

  គ) ប្រភេទវីដេអូខ្នាតវែងមានរយៈពេល គឺវាង ២-៥នាទី

គេហទំព័រ គឺជាប្រភេទអត្ថបទដែលមានខ្លឹមសារបង្ហាញអាចមើលឃើញនិងមានសំលេង ហើយវាជាផ្នែកមួយនៃបទពិសោធន៍របស់អ្នកដែលប្រើគេហទំព័រ។ វាអាចជាអត្ថបទ រូបភាព សំលេង វីដេអូ និង រូបជីវចល(ឯកសារយោង https://en.wikipedia.org/wiki/Web_content)។

យោងតាមការស្រាវជ្រាវជាច្រើន អ្នកប្រើគេហទំព័រភាគភាគច្រើនមិនមានទម្លាប់អានរាល់ខ្លឹមសារទាំងអស់នោះទេ តែគ្រាន់តែអានពាក្យខ្លះៗប៉ុណ្ណោះ។ ជាក់ស្តែងការអានលើអេក្រង់ជាទូទៅមានការលំបាកជាងអាននៅលើក្រដាស។ ហេតុដូចនេះ អ្នកសរសេរគេហទំព័រគួរព្យាយាមឱ្យអស់ពីលទ្ធភាពដោយធ្វើយ៉ាងណាឱ្យខ្លឹមសារនៅក្នុងគេហទំព័រមានការទាក់ទាញច្រើនដែលអាចទៅរួចដល់អ្នកអាន។ កត្តានេះនាំឱ្យអ្នកអានអាចមានការយកចិត្តទុកដាក់ ហើយបន្ទាប់មកពួកគេអាចក្លាយជាអ្នកសរសេរខ្លឹមសារនៅក្នុងគេហទំព័រជាជាងអ្នកផលិត។ ដូចនេះការសរសេរនៅគេហទំព័រ គួរកុំឱ្យមានខ្លឹមសារច្រើននិងវែងពេក តែឱ្យសមស្រប និងជាទម្រង់ត្រឹមត្រូវដែលបង្កឱ្យងាយស្រួលអាន។

មុនសរសេរខ្លឹមសារនៅគេហទំព័រ គួរមានសំណួរមួយចំនួនដូចជា៖

- ហេតុអ្វីបានជាពួកគេអានអត្ថបទនៅគេហទំព័រ?
- តើពួកគេអានព័ត៌មាននៅគេហទំព័រតាមរបៀបណា?
- ហេតុអ្វីបានជាអ្នកសរសេរអត្ថបទនៅគេហទំព័រ? និង
- តើជំនាញសរសេរល្អៗអ្វីខ្លះដែលអ្នកសរសេរគួរដឹង និងមាន?

ក្បួនខ្នាតក្នុងការសរសេរអត្ថបទនៅគេហទំព័រ:

- ចំណងជើងគួរមានពាក្យប្រមាណពី៨-១០ ឬតិចជាងនេះ
- ឃ្លាប្រយោគគួរមានប្រមាណពី១៥-២០ពាក្យ
- មួយកថាខ័ណ្ឌគួរមានប្រមាណ៤០-៧០ពាក្យ
- មួយទំព័រគួរមានប្រមាណ៥០០ ពាក្យ ឬតិចជាងនេះ

គេហទំព័រល្អគួរតែសរសេរ:

- ព្យាយាមផ្តោតយកចិត្តទុកដាក់ដល់អ្នកអានដោយប្រើ ២-៣ពាក្យដំបូង
- ចាប់ផ្តើមដោយសេចក្តីសន្និដ្ឋាន បន្ទាប់មកផ្តល់ជាលម្អិត
- ផ្តល់គោលគំនិតមួយនៅក្នុងមួយកថាខ័ណ្ឌ
- ឲ្យច្បាស់ និងជាក់លាក់
- ប្រើប្រយោគធម្មតាៗ
- ឲ្យឆ្លុះបញ្ចាំងចំណុចគោលផ្ទាល់តែម្តង
- ចំណងជើងរងឱ្យមានអត្ថន័យ
- ចំណុចរាយនូវបញ្ហា
- រំលេចពាក្យគន្លឹះៗ

ផ្ទុយមកវិញ កុំសរសេរខ្លឹមសារនៅគេហទំព័រដូចខាងក្រោម៖

- ស្វាគមន៍ទស្សនិកជន និងពន្យល់អ្វីទៅជាគេហទំព័រនៅក្នុងគេហទំព័រ
- សរសេរខ្លឹមសារបេសកកម្មនៅទំព័រដំបូង
- សរសេររាល់ខ្លឹមសារដែលអ្នកមាន

- ☐ ប្រើសំណេរជារបៀបលើកដំកើន និងតាមទំហំទីផ្សារ
- ☐ ចាត់ចែង និងសរសេរខ្លឹមសារស្តីពីស្ថាប័នរបស់ខ្លួន
- ☐ ឯកសារជាទម្រង់ PDF បើមិនចាំបាច់។

២-៣ ជ្រើសរើសភាសាឱ្យសមស្រប

ការជ្រើសរើសភាសាឲ្យសមស្របគឺមានការលំបាកតែមានសារៈសំខាន់ណាស់ក្នុងការផលិតឯកសារផ្សព្វផ្សាយ ហើយចំណុចខាងក្រោមគួរយកចិត្តទុកដាក់រួមមាន៖

- ☐ ឆ្លុះបញ្ចាំងនឹងគោលបំណងកម្មវិធី និង ក្រុមគោលដៅ
- ☐ ប្រើភាសាក្នុងស្រុក បើមានភាសាបច្ចេកទេស និងវិទ្យាសាស្ត្រ គួរបកស្រាយនិងពន្យល់ជាភាសាក្នុងស្រុក។ បើមានពាក្យបច្ចេកទេសពិបាកយល់គួរពន្យល់ជាឃ្លាប្រយោគបន្ថែម ដោយរូបគំនូសក្រាភិចជាដើម។ល។
- ☐ យកចិត្តទុដាក់លើក្រុមគោលដៅជាពិសេសស្ត្រី
- ☐ ទាត់ចោលសមាជិកឬក្រុមណាមួយនៅក្នុងសហគមន៍(ឧ. គ្រួសារអ្នកមាន និងអ្នកក្រ។ល។)
- ☐ ប្រើពាក្យ និងកិរិយាស័ព្ទសាមញ្ញ និងធម្មតា ឧទាហរណ៍

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

កត់សំគាល់ថាពាក្យ និងកិរិយាស័ព្ទដែលនិយមប្រើប្រាស់ច្រើន គឺមាននៅក្នុងសៀវភៅបណ្តុះបណ្តាលរបស់នាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មស្តីពីជំនាញសម្របសម្រួល និងប្រាស្រ័យទាក់ទងដែលរៀបរៀងដោយបណ្ឌិត ម៉ាក់ សឿន និង សាយ តុម នាឆ្នាំ ២០១៥។

ចំណុចខាងក្រោមគួរពិចារណាបន្ថែម ពេលជ្រើសរើសសារឱ្យបានសមស្រប៖

- ☐ ផ្តល់ផលដល់ក្រុមគោលដៅ(ឧ. ចំណេញច្រើន តម្រូវការមនុស្សភាគច្រើន មានសុវត្ថិភាពល្អ និងហានិភ័យទាប។ល។)។
- ☐ រំលេចនូវហានិភ័យ និងពន្យល់ពីបញ្ហានៅពេលអ្នកណាម្នាក់មិនអាចទទួលយកបច្ចេកវិទ្យាទំនើប

- ◻ សារគួរនិយាយចំៗ ច្បាស់លាស់ (កុំនិយាយច្រើនពេក)
- ◻ នឹងវប្បធម៌ និងការចេះដឹងរបស់ក្រុមគោលដៅ
- ◻ តាមលំដាប់លំដោយ
- ◻ ងាយស្រួលអាន និងយល់
- ◻ ស្រាយបំភ្លឺដោយរូបភាព និងងាយស្រួលយល់ដោយក្រុមគោលដៅ
- ◻ សរសេរតាមមធ្យោបាយមួយដែលជំរុញឱ្យពួកគេធ្វើសកម្មភាព
- ◻ សិក្សាថាតើកសិករអាចទទួលព័ត៌មានឱ្យបានច្បាស់និងបានច្រើនតាមរបៀបណា?

២-៤ រៀបចំគំនូសប្លង់ព្រាងឯកសារ

ទោះបីបានប្រើភាសាបានច្បាស់និងសមស្របក៏ដោយ តែការផលិតឯកសារឱ្យមានការទាក់ទាញដល់អ្នកអានក៏ចាំបាច់ផងដែរ។ ហេតុដូចនេះការរៀបចំគំនូសប្លង់ព្រាងឯកសារគួរអនុវត្តជា៤ជំហាន:

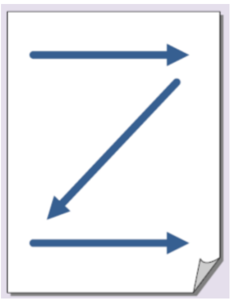
- ◻ រៀបចំពង្រៀងគំនូសប្លង់ឯកសារផ្សព្វផ្សាយដោយវាយអក្សរ ប្រយោគ ឬដាក់រូបថត ឬក្រាភិច។
- ◻ សរសេររាល់ចំណុច និងរូបភាព ឬគំនូសគូរទាំងអស់ដែលចង់បញ្ចូលទៅក្នុងឯកសារ
- ◻ ចាត់ចែងតាមលំដាប់លំដោយ ដោយកំណត់នូវចំនួនអត្ថបទ រូបភាព គំនូសគូរ ទំហំ តុល្យភាព ហើយដាក់ឱ្យខុសៗគ្នា។
- ◻ រៀបចំគំនូសប្លង់ឱ្យងាយស្រួលយល់ព្រមទាំងមានការទាក់ទាញច្រើន។

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

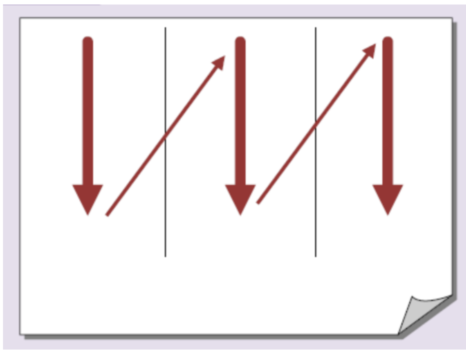
២-៥ រៀបចំឯកសារផ្តោតលើលំហូរព័ត៌មាន

បើចង់បានសារមួយមានការប្រាស្រ័យទាក់ទងប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព និងបញ្ជូនទៅដល់អ្នកអានលំហូរព័ត៌មានគួរធ្វើមិនដឹងមិនឮឱ្យសោះ។ ភ្នែករបស់មនុស្សមានលក្ខណៈពិសេស ហើយពួកគេអានអត្ថបទតាមរបៀបផ្សេងៗពីគ្នា។ ឧទាហរណ៍ ប្រជាជនកម្ពុជាអានអត្ថបទពីស្តាំទៅឆ្វេង រួចពីលើចុះក្រោមដូចអក្សរ"Z" ផ្ទុយមកវិញប្រជាជនចិនអានពីលើចុះក្រោមរាងដូចអក្សរ"N"។ មើលរូបភាពទី៥ នៃលំហូរព័ត៌មានសំខាន់ពីរជាមូលដ្ឋានខាងក្រោម។

រាងZ(សម្រាប់ប្រជាជនកម្ពុជា)

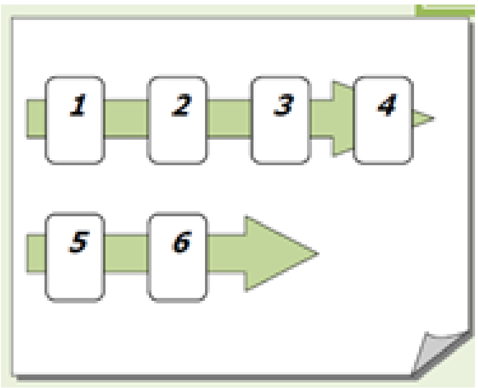
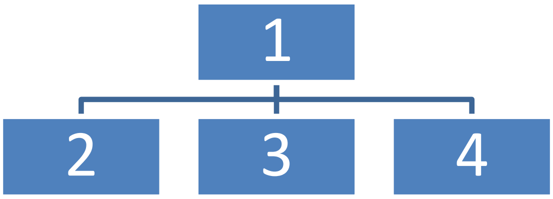
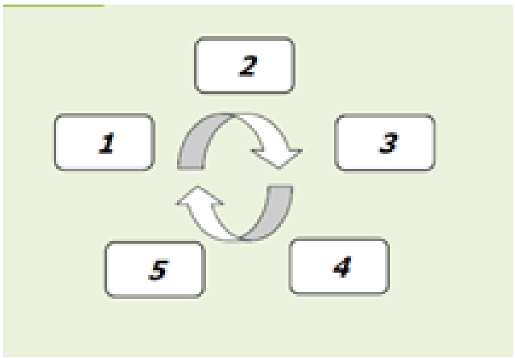
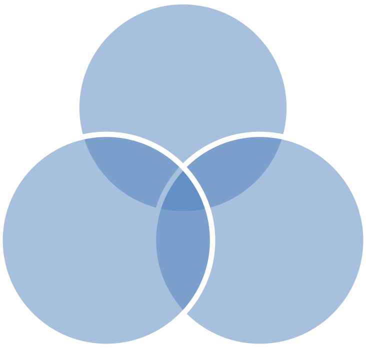


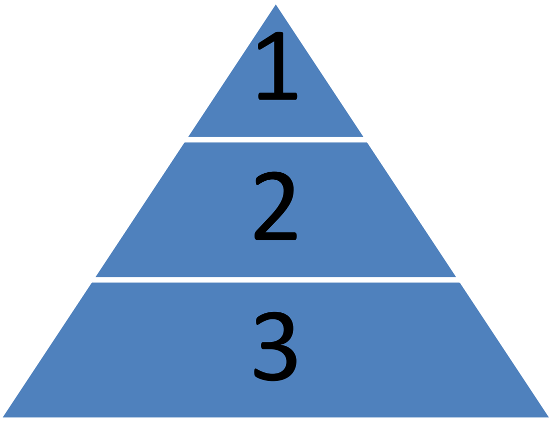
រាងN(សម្រាប់ប្រជាជនចិន)



រូបភាព ៥ ប្រភេទនៃលំហូរព័ត៌មាន

មានលំហូរពត៌មានមួយចំនួនទៀតដែរ (មើលរូបភាពទី៦)ដែលត្រូវយកចិត្តទុកដាក់ផងដែរដើម្បីឱ្យឯកសារផ្សព្វផ្សាយកាន់តែមានការទាក់ទាញ និងងាយស្រួលអានដែលបង្កឲ្យអ្នកអានទទួលយកសារសំខាន់ៗបាន។ រូបភាពទី៧ បង្ហាញពីពត៌មានផ្សេងៗដែលអ្នកផលិតឯកសារត្រូវប្រើឱ្យបានត្រឹមត្រូវ លឿន និងរហ័ស ដោយយោងទៅតាមគោលបំណងនៃព័ត៌មានចង់ផ្សព្វផ្សាយ។

លំហូរពត៌មានបែបផ្តេក(បង្ហាញពីទំនាក់ទំនងផ្សារភ្ជាប់គ្នាពីមួយទៅមួយនិងតាមលំដាប់លំដោយ) 	លំហូរពត៌មានបែបបញ្ឈរ(បង្ហាញពីទំនាក់ទំនងបែបឋានុក្រម) 
លំហូរពត៌មានបែបរង្វង់មូល(បង្ហាញពីដំណើរការជាបន្តបន្ទាប់) 	លំហូរពត៌មានបែបគងលើគ្នា(បង្ហាញពីបញ្ហាគងលើគ្នារវាងគ្នា) 

លំហូរពត៌មានបែបពីរ៉ាមីត(បង្ហាញពីមូលដ្ឋានគ្រឹះនៃទំនាក់ទំនង)	លំហូរពត៌មានពីគោលដៅ(បង្ហាញជំហានៗដើម្បីទទួលគោលដៅមួយ)
	

រូបភាព ៦ ប្រភេទនៃលំហូរពត៌មានផ្សេងៗទៀត

២-៦ រៀបចំឯកសារឱ្យទាក់ទាញខ្លាំង

ក្រៅពីការយកចិត្តទុកដាក់លើសារពត៌មាន ភាសាសមរម្យ និងលំហូរពត៌មាន អ្នកផលិតឯកសារជាធម្មតានឹងប្រឈមបញ្ហាផ្សេងទៀតដូចជារបៀបបង្ហាញពត៌មានឱ្យមានការទាក់ទាញខ្លាំង។ ពត៌មានខ្លះគឺសមស្របបង្ហាញជាពាក្យពេចន៍ ក្រាភិច ឬរូបថត។ រូបថត ឬរូបភាពជាមធ្យោបាយដ៏មានប្រសិទ្ធិភាពក្នុងការបញ្ជូនសារ បើរូបថត ឬរូបភាពដែលថត និងគូរនោះឆ្លើយតបនឹងខ្លឹមសារសំណេរ។ ផ្ទុយមកវិញ រូបថតដោយថតមិនបានឆ្លើយតបនឹងខ្លឹមសារនោះទេ វានឹងផ្តល់លក្ខណៈអវិជ្ជមាន។

ពេលថត និងជ្រើសរើសរូបថត ចាំបាច់គួរយល់ដឹងថាតើខ្លឹមសារអ្វីដែលចង់ផ្សព្វផ្សាយ(ឧទាហរណ៍ រូបរាងក្រៅរបស់ឯកសារ ទម្រង់ រចនាសម្ព័ន្ធ។ល។)។ ពេលដែលរូបភាពមានលក្ខណៈច្បាស់ហើយ គួរយកចិត្តទុកដាក់បន្ថែមពីបច្ចេកទេសខ្លះក្នុងការថត ដែលជួយបំភ្លឺពីគោលបំណងកាន់តែច្បាស់បន្ថែមទៀត។

រូបភាពខាងក្រោមផ្តល់នូវគន្លឹះដ៏សំខាន់ពេលជ្រើសរើសរូបគំនូរ ឬថតរូបសម្រាប់ឯកសារផ្សព្វផ្សាយ(មើលរូបភាពទី៧)។

<u>គន្លឹះចងចាំក្នុងការប្រើគេហទំព័រស្វែងរកពត៌មាន និងរូបភាព</u>

គេហទំព័រជាប្រភពពត៌មានមួយដ៏មានប្រយោជន៍ពេលអ្នកចាប់ផ្តើមផលិតឯកសារផ្សព្វផ្សាយ។ វាមានរបាយការណ៍ ទិន្នន័យ រូបថត និងរូបវិស្សុតកម្មច្រើនណាស់ដែលអាចដកស្រង់ចេញពីគេហទំព័រដោយគ្មានការចំណាយ។ ចូលចងចាំថារាល់ពត៌មានទិន្នន័យ និងរូបភាពទាំងអស់មានកម្មសិទ្ធហេតុដូចនេះពេលប្រើវាត្រូវផ្តល់ឯកសារបង្អែក ឬដកស្រង់ចេញពីប្រភពណា។

<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">រៀបរូបភាពយោងទៅតាមតម្រូវការ</td></tr>
<tr><td>
ជារង្វង់</td><td>
ការរៀបចំ</td></tr>
</table>

រូបភាព ៧ ការជ្រើសរើសរូបភាព

៣. វាយតម្លៃពង្រាងឯកសារ

មានសកម្មភាព២សំខាន់ក្នុងការវាយតម្លៃពង្រាងឯកសារៈ ១)ត្រួតពិនិត្យនិង ២)ធ្វើតេស្ត។ ក្រោយប្រមូលព័ត៌មានរួចហើយ គួរធ្វើការកែលម្អជាបន្តបន្ទាប់ ទោះបីនៅពេលអនុវត្តក៏ដោយ។

៣-១ ត្រួតពិនិត្យឯកសារ

មុននឹងបោះពុម្ពឯកសារ ជាការចាំបាច់ត្រួតពិនិត្យតបតាមសំណួបញ្ជីដូចខាងក្រោមថាតើ៖

- ☐ ឯកសារផ្សព្វផ្សាយនេះបានឆ្លើយតបនឹងតម្រូវការរបស់កសិករដែរឬទេ ?
- ☐ ចំណងជើងអត្ថបទមានលក្ខណៈសាមញ្ញ និងច្បាស់ដែរឬទេ ?
- ☐ ប្រភេទឯកសារសមស្របនឹងសារ និងមានទម្រង់បែបបទត្រឹមត្រូវដែរឬទេ ?
- ☐ ភាសា និងពាក្យពេជន៍ដែលប្រើក្នុងអត្ថបទមានលក្ខណៈសាមញ្ញ ភាសាស្រុក និងបង្ហាញពីប្រពៃណីនៃក្រុមគោលដៅដែរឬទេ ?
- ☐ ប្លង់ឯកសារងាយមើល មានលំហូរពត៌មានតាមលំដាប់លំដោយ និងទាក់ទាញដល់ក្រុមគោលដៅដែរឬទេ ?
- ☐ ចំណុចសំខាន់ៗនៃខ្លឹមសារមានលក្ខណៈលំដាប់លំដោយដែរឬទេ ?
- ☐ សារឆ្លុះបញ្ចាំងពីរូបថត/ គំនូសនីមួយៗច្បាស់ និងសមស្របនឹងខ្លឹមសារដែរឬទេ ?
- ☐ គែមទំព័រសមស្របដែរឬទេ ?
- ☐ មានអក្សរខុស និងផ្តាំផ្គងដែរឬទេ ?
- ☐ ឯកសារនេះមានពត៌មានដូចជា១)ឈ្មោះអ្នកនិពន្ធនិងស្ថាប័នរួមទាំងមានអាស័យដ្ឋានទំនាក់ទំនង ២)ឆ្នាំផលិត ៣)ទីកន្លែងផលិត ៤)ស្ថាប័នដែលជាម្ចាស់ឯកសារ ៥) ឈ្មោះអ្នកកែសម្រួល ៦) ឈ្មោះអ្នកគូសក្រាភិចឬ)ឈ្មោះអ្នកថតរូប និងម្ចាស់ជំនួយ។ល។

៣-២ តេស្តឯកសារ

វាជាសកម្មភាពមួយដ៏សំខាន់ក្នុងដំណើរការអភិវឌ្ឍន៍ឯកសារផ្សព្វផ្សាយឲ្យមានប្រសិទ្ធិភាព។ សំណួរធំ ២គួរសួរនៅពេលធ្វើតេស្ត៖

1. តើនរណាជាក្រុមគោលដៅក្នុងការធ្វើតេស្តនេះ? ដូចជាបុគ្គលិកជំនាញ និង/ឬក្រុមគោលដៅ ក្រុមមនុស្សដទៃទៀតដែលពាក់ព័ន្ធ។
2. តើធ្វើតេស្តលើកត្តាអ្វី?មានកត្តា៥យ៉ាងគួរពិចារណាក្នុងពេលធ្វើតេស្តដែលមានដូចខាងក្រោម៖

- ☐ តើខ្លឹមសារ និងមធ្យោបាយបង្ហាញព័ត៌មានច្បាស់លាស់ និងមានគោលដៅច្បាស់លាស់ដែរឬទេ ?
- ☐ តើឯកសារផ្សព្វផ្សាយមានការទាក់ទាញដែរឬទេ ?
- ☐ តើសារពត៌មានអាចទទួលយកបានពីក្រុមគោលដៅដែរឬទេ ?
- ☐ តើក្រុមគោលដៅអាចកំណត់ និងរៀបរាប់ពីរូបភាព រូបគំនូស និមិត្តសញ្ញា និងភាសាដែលឆ្លុះបញ្ចាំងពីលក្ខណៈសម្បត្តិរបស់ក្រុមពួកគេបានកម្រិតណា ?
- ☐ តើឯកសារផ្សព្វផ្សាយបង្ហាញពីអន្តរាគមន៍ដល់ការលើកកម្ពស់វិស័យកសិកម្មនៃក្រុមគោលដៅចង់បាន និងអាចអនុវត្តបានកម្រិតណាដែរ ?

សំណួមពរថា រាល់សំណួរគួររៀបចំពេលមុនពេលចុះធ្វើតេស្ត។ វាអាចជួយដល់ការធ្វើសន្ទនារបស់អ្នកសម្ភាសន៍ ជាមួយក្រុមគោលដៅឲ្យបានប្រសើរ។

ឯកសារយោង

- **Bell, J Hill and S Atallah** (2013): Extension Material Development*: UCDAVIS factsheet.*
- **DM Best Practices**: Writing for the Web
- **GDA/DAE** (2016): Series of Training Documents.
- **Khieu H (2017):** Training Curriculum for Extension Materials Development.
- **JICA/EIAR** (2014): Guideline for Extension Material Development for Researcher.
- **Manish, B** (2014): Developing Learning Resource Material Using Different Media.

- **About Scriptwriting** via www.texas-pictures.com/contents/documents/script_template.doc
- **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/
- **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/