

THE PROCESS OF EXTENSION

د ترویج پروسه

Prepared by

Iowa State University, Extension and Outreach and
The International Foundation of Hope (IF HOPE) under subcontract with
USAID's Alternative Development Program – Eastern Region

ترتیب او جوړونه: Iowa State پوهنتون د ترویج او عامولو خانګه او د امریکا د متحده ایالتونو د نړیوالې پرمختیایی ادارې د ختیزې سیمې د متبادل پرمختګ پروګرام فرعی قراردادي د (IF HOPE)، نړیواله مؤسسه

These training materials have been made possible by the generous support of the American People through the United States Agency for International Development (USAID). The contents of this document are the sole responsibility of the authors and do not necessarily reflect the views of USAID, The United States Government or Development Alternatives, Inc.

دا روزنیز مواد د امریکا د متحده ایالتونو د نړیوالې پرمختیایی ادارې له لارې د امریکا دخلکو د پراخې مرستې په وسیله جوړ شوي دي. ددي کتاب د ټولو محتویاتو مسؤولیت یو اچې او یو اچې د کتاب دليکوالانو پر غاره دی او په هیڅ ډول د USAID، د امریکا د حکومت او د DAI د کمپنۍ د نظر خرگندوی نه دي.

سریزه

د ترویج کارکوونکی په کرنيزې ودي کې، چې په عمومي ډول پرمختګ او وده مستقیم اغېز لري، مهم رول لري. د ترویج کارکوونکی د بزگرانو او حکومت تر منځ دا پېکو تر تولو لمپنۍ پل او همدارنګه په ډپرو حالاتو کې بزگرانو ته د تخيکي پوهې دورکړي تر تولو عمدہ او مهمه مرجع ګنل کېږي.

نن سبا د تولید تکنالوژي په دوامدار ډول دېرمتختګ په حال کې ده او همدا تکنالوژي په نورو هپوادونو کې بزگرانو ته دا ورتیا ورکوي چې له کمکي خخه ډپر او دنبه کیفیت لرونکی حاصل ترلاسه کړي او په پای کې خپل تولیدات په اغېزمنه توګه په بازار کې په لوړو بیو وپلوري. د همدي دلایلو پر بنسته افغان بزگران دې ته اړتیا لري چې نومورو عصری تکنالوژي، ته لاس رسی پیدا کړي تر خوکولی شي چې د نورو هپوادونو له تولیدوونکو سره سیالی وکړي.

مونبې تاسي ته بلنه درکوو چې دیوې داسي تاریخي پروژې یوه برخه شئ چې له مخې يې د افغانستان دودیز کرنيز سیستم د نوو کرنيزو لزو چارو په خپلولو او عملی کولو سره په یو عصری کرنيز سیستم بدل کړو، له بزگرانو سره مرسته وکړو چې پر بازار ولاره اقتصاد کې بریاليتوبونه تر لانه کړي او د دې تولونه مهمه دا چې کرنه د یو کاروبار په ډول خپله کړي. د دې تولو موخو ترلاسه کولو لپاره د بزگرانو او د ترویج دمامورینو تر منځ د داسي نزدې اړیکو منځ ته راتلو ته اړتیا ده چې په کې مونبې، د ترویج مامورین، د بزگرانو زړونو ته د خبرو له لارې نه، بلکه هفوی ته د عملی لارښوونو او زده کړو له لارې نېټې شو.

دا لارښود کتاب د هغو مرستو او موادو دسلسلې یوه برخه ده چې د ختیزې سیمې د متبادل پرمختګ پروګرام په ملاتېر او مرسته چمتو شوی دي.

محمد اسمعیل دولتزی، د لعمنان د کرنې، اوپولګولو او
مالداری، ریس

محمد حسین صافی، د تګرها د کرنې، اوپولګولو او مالداری
ریس

الحاج محمد محصل، د کنډ د کرنې، اوپولګولو او مالداری، ریس



USAID
د امریکا دولس لخوا

ALTERNATIVE DEVELOPMENT PROGRAM—EASTERN REGION **ADP/E**



د کرنې، اوپولګولو
او مالداری وزارت

لیکلر

۱۰. د ترویج د کارکوونکووندی خه دی؟
۱۱. ۱،۲ د کلیو د ترویج کارکوونکی : Village Extension Workers
۱۲. ۲،۲ Subject – Matter متخصص :
۱۳. ۲،۲ نظارت کوونکی یا د ترویج مشران Supervisory Staff or Extension Officer
۱۴. ۲،۲ روزونکی یا Educators
۱۵. ۲،۲ تطبیقی خیرونکی Applied Researcher
۱۶. ۲،۲ سلاکار Consultant
۱۷. ۲،۲ تنظیموونکی Organizer
۱۸. ۲،۲ تسهیل کونکی Facilitator
۱۹. ۲،۲ توان ورکوونکی Enabler
۲۰. ۲،۲ منحگری Broker
۲۱. ۳ د ترویج د کارکوونکی له خوادمفاهمي کوم مهارتونه استعمالېږي
۲۲. ۳،۲ د تکنالوژۍ اتقال Techonology Transfer
۲۳. ۳،۲ مشورتی کار Advisory work
۲۴. ۳،۲ د بشري منابعو انکشاف Human Resource Development
۲۵. ۳،۲ تقویه Empowerment
۲۶. ۳،۲ راپاولر Brainstorm
۲۷. ۳،۲ عکس العمل Reflect
۲۸. ۳،۲ تنوګونه Challenge
۲۹. ۳،۲ د اړتیاو (ضرورتونو) تشخیصوں Identifying Needs
۳۰. ۳،۲ ومشورتی گروپ ته غوب نیویول Listening to an Advisory Group
۳۱. ۳،۲ د ستونزو تشخیص او د اولیتوونو تعینوں Identifying Issues and Setting Priorities
۳۲. ۳،۲ د پلان پایلې Plan Outcomes
۳۳. ۳،۲ د بنویزواهد او انکشاف Develop Educational Objectives
۳۴. ۳،۲ خپله ارزیابی پلان کړئ Plan your Evaluation
۳۵. ۳،۲ د عواملو یقینی کول Secure Inputs
۳۶. ۳،۲ د زده کړي پیزاين او طرح Design the Learning
۳۷. ۴،۳ د ترویج د بنوونې بالقوه میتدونه Potential Extension Teaching Methods
۳۸. ۴،۳ تصویر یا توضیح د بنوونې د یومیتدو په توګه (Illustration)
۳۹. ۴،۳ د میتدونمايش Method Demonstration
۴۰. ۴،۳ د تیجوي نمایش یا بنوونه Result Demonstration
۴۱. ۴،۳ نتدارتون Exhibit
۴۲. ۴،۳ فارم او د کورلیدنی Farm and Home Visits

۲۰	۴. غوندي Meetings
۲۱	۷. راديو Radio
۲۱	۵. د پروگرام په لاره اچول Conduct the Program
۲۱	۶. د زده کري او د تطبيق ارزیابی Evaluate the learning and applications
۲۱	۷. داشراتوراپوراوتعینول Determine and Report Impact
۲۲	۸. دتاشيردیبایاني بیلگه Example Impact Statement
۲۲	۹. خلاصه Summary
۲۳	۱۰. لومری ضمیمه ۱ Appendix 1
۲۳	۱۰. ۱. دضرورتونوارزیابی Needs Assessment
۲۴	۱۰. ۲. لوی پروگرامونو ته ژوره کتنه
۲۵	۱۰. ۳. خلکو او ټولنو ته ارزښت (Value to People and Communities)
۲۵	۱۰. ۴. ترویج ته ارزښت Value to Extension
۲۵	۱۰. ۵. د ترویج مسلکي کارکوونکو ته ارزښت Value to Extension Professionals
۲۶	۱۰. ۶. د یو لوی پروگرام د پلان د ارزیابی معیارونه Criteria to Evaluate a Major Program
۲۶	۱۱. دویمه ضمیمه ۱۱ Appendix II
۱۱	۱۱. ۱. لومری قدم د سازمان او انفرادي هود منځته راول
۲۷	۱۱. ۲. دویم قدم د تولنې او مراجعینو د حالت تحلیل Individual Commitment
۲۷	۱۱. ۳. دویم قدم د تحلیل Clients
۲۸	۱۱. ۴. دریم قدم د پروگرام هدفونو په نښه کول Identify Program Objectives
۲۹	۱۱. ۵. خلورم قدم خپل پروگرام طرح Design کول Design your Program
۲۹	۱۱. ۶. پنځم قدم: د اړتیا ور منابع او همکاري په ګوته کړئ Prepare your plan for Instruction
۲۹	۱۱. ۷. اوم قدم: عمل Action
۳۰	۱۱. ۸. اتم قدم: د پروگرام ارزښت مالومول Determining the Program's Value
۳۱	۱۱. ۹. نهم قدم: خپلی پایلې تفہیم کړئ Communicate Program Results
۳۲	۱۲. دریمه ضمیمه ۱۲ Appendix III
۳۲	۱۲. ۱. د باور منځته راول او ساتل Establishing and Keeping Trust
۳۳	۱۲. ۲. لارښونکی تدریس Directive Teaching
۳۳	۱۲. ۳. اساتیا کوونکی تدریس Facilitative Teaching
۳۴	۱۲. ۴. ګډ (مشترک) تدریس Collaborative Teaching
۳۶	۱۲. ۵. هغه خپل خان ته په یادوی Things to remind yourself
۳۶	۱۲. ۶. خلورمه ضمیمه ۱۲ Appendix IV
۳۸	۱۴. یادونه ۱۴.

۱. ترویج یا توسعه څه شي دی؟

ترویج د محلی، منطقوی، ملي او نپیوالو حکومتونو ترمنځ د محلی او سیدونکو بزگرانو، د کرنېزو توکو او نورو تولیدونکو او برابرونکو په ملګرتیا کې د همکاری محصول ته ویل کېږي. د ترویج عمومي او هر اړخیزه موخه او هدف د کرنې له پرمختیا سره د عملی، "د څرنګه (How-To)" بنوونیزو او روزنیزو پروګرامونو له لاري د سالمې خیرنې (Research) او روشن په ملاتې مرسته کول دي. ترویج د هغو پروګرامونو په ډیزاين (طرح)، عملی کولو او ارزیابی کې مرسته کوي کوم چې یو رقابتی او د چاپیریال له پلوه بنه کرنیز سیستم ته وده ورکوي په ټوله نړۍ کې ترویج د داسې یو منبع او سرچښې په شکل پېژندل کېږي کوم چې له خلکو سره د بنو تصمیمونو په نیولو کې د مرستې لپاره طرح او ډیزاين شوی، چې د دوي ژوند، چاپیریال، اقتصاد او ټولنې به سمي او اصلاح کړي. د کرنې د لا پیاوړتیا په منظور د ترویج لوی او غټ تمرکز (Focus) د کرنې دلچسپیو لپاره د ډی شیانو سرته رسول دي. د ترویج فعالیتونه نژدي تل د حکومت یوه عامه دنده ده چې د کرنې، بنوونې او روزنې او اقتضادي پرمختیا د وزارتونو له لاري یې سرته رسوي ډپرڅلې ترویج د ځانګرو غیر حکومتي سازمانونو (NGOs) خخه چې خاص پروګرامونه لري او په هغو کې مرسته کوي، مرسته او همکاري ترلاسه کوي. کاروبارونه، صنعتونه، سازمانونه او کله بعضې ډير مناسب گروپونه هم کیدای شي د ترویج دندې ولري او د هغه څه سره مرسته وکړي چې دوي یې د لاسته راولو هڅې کوي په د ډې برسېره د لوروزدہ کړو مؤسسات لکه پوهنتونونه اکثراً یا د ترویج د مسلکي کارکوونکو په روزنه او یا هم د ترویج لپاره د سازمانونکو ادارو په خير خدمت کوي.

۲. د ترویج د کارکوونکو دندې څه دي؟

ترویج د لاسبری موندلو (Reaching Out) په مانا دي چې ددي پروسې له لاري پوهنتونونه، د کرنې وزارتونه او انجوګانې (NGOs) د خپلو ترویج کارکوونکو له لاري خپلې سرچینې غزوی تر خود بزگرانو سره د هغوي د اړتیاوو په حل کولو کې د غیر رسمي او غیر کریدتی پروګرامونو له لاري مرسته وکړي. د ترویج د کارکوونکو لومړي او اساسی دنده د بزگرانو سره د متبادلو تصدیانو، د غوره مارکیتی کړنلارې او د اداري مهارتونو له لاري د عايد د پېدا کولو د نویو لارو چارو په زده کړې کې مرسته کول دي. د



ترویج کارکونکي د بزگرانو سره د منابعو د اداري (Resource Management)، نباتي افتونو د کنترول، د خاورې تیست او معاینه، د مالداري تولیدي دودونو او بازار موندنې (Marketing) له لاري د تولید په بنه والي کې مرسته کوي. د خورپواو کرنې سازمان (FAO) په اساس د ترویج د کارکوونکو اساسی دندې د دوي د موقف د سطحي په خلورو یا پنځو کلیدي ساحوکې تقسيمېږي د ترویجي مهمو

پرسونلو کلیدي ساحو بيلگي په لاندي ډول دي.

۱،۲ د کليو د ترويج کارکونکي Village Extension Workers :

د دي کتگوري خلک:

۱. د مراجعينو او بزگرانو سره اعتماد ته وده ورکولو او د هغوي پرستونزو د ئان پوهولو لپاره د کليو او کروندو خخه پرله پسې منظمي او سيستماتيکي ليدنې ترسره کوي
۲. د غوندو، کمپاينونو د نمايشي قطعاتو "Demonstrations"، د کروندي د ليدنو ورڅو (Field Days)، د تريننگ غوندو او نندا رتونونو په شکل نبوونيز او روزنيز فعالیتونه سرته رسوي.
۳. بزگرانو ته مشورتي خدمتونه برابوري او د دوي د توليد ستونزي او پرابلمونه حلوي.

۲،۲ Subject – Matter متخصص:

ددي کتگوري خلک:

۱. د فارم د توليد په اړوند دوامداره سپارښتنې او لاس ته راونې د کرنېزو خېړنو د مرکزونو سره د جاري اړیکو په وسیله خنګ په خنګ ساتي.



۲. د تحقیقاتو یا خیرنو سیستم ته د بزگرانو د ستونزو لپاره چې حل ته اړتیا لري ټواب (Feedback).

۳. د کليو د ترويج کارکونکي په نوي کرنېزه تکالوژي تربيه او تريننگ کوي او کليوallo سره د کروندي د ستونزو په حل کي مرسته کوي.

۳،۲ نظارت کونکي یا د ترويج مشان Supervisory Staff or Extension Officer :

ددي کتگوري خلک:

- (۱): د ترويج فعالیتونه او پروګرامونه طرح، تنظيم، هم غږي او سرته رسوي.
- (۲): د ساحې د ترويج د کارکونکو د کار نظارت او خارنه کوي: لارښونه ورته چمتو کوي، تشویق، او د کار د اجرا ارزیابی برابوري.

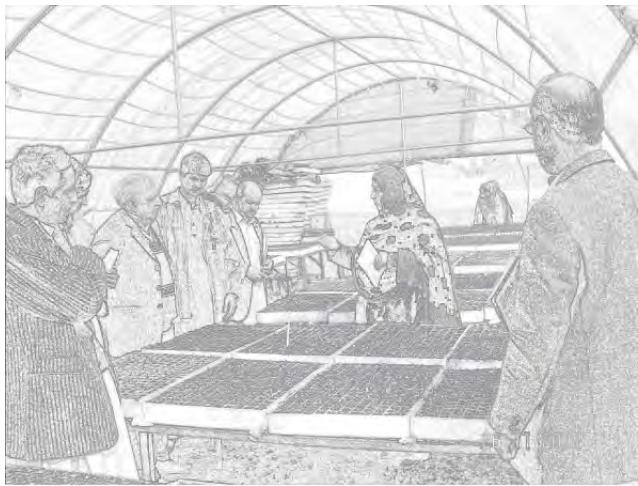
- (۳): د ادارو او خانګو ترمنځ او له ادارو خخه بهر د پروګرام خپلمنځي هماهنګي ترسره کوي. د ترويج کارکونکي د خپل کار په پروسه کي د بیلا بیلو خلکو لپاره ډېرې بیلا بیلو دندې ترسره کوي. دوي د بزگرانو لپاره د نبوونې، خدمت او سرچښي یا منابع برابرولو د توان په درلودلو کې شهرت لري. ددارنګه ډول ډول مسئوليتونو پرمخ بیول او تنظیمول د اړتیا خخه زیات د ناهیلې لامل جو پېداي شي.

یوه لاره چې د دادا پېل دی هغه داده چې دا په گوته شي چې کومه دنده د ترویج د خاص پروگرام غوبښنه ۵۵.

۴،۲ روزونکي يا Educators

د روزونکي رول يا دنده یو له هغو نبو منطقی او ګټورو رولونو يا دندو خخه عبارت ده چې د ترویج له کارکوونکي خخه یې د ترسره کولو غوبښنه کېږي. د روزونکي دنده د مشورتي رول خخه په ډپرو لارو کې

توبېر لري د روزونکي رول په نمونه یې ډول ډېر رسمي او خاص دی دا دنده معمولاً د هغه سازمان يا اداري له خوا چې د ترویج نارينه يا بسحینه کارکوونکي پکې کار کوي په گوته او مشخص کېږي، نه په لازمه توګه دبزگر له خوا. نوبیا ولې په ترویج کي دروزونکي رول دومره مهم دي؟ دا ټکنالوژي انتقال (Technology) په لومړي سرکي د تکنالوژي انتقال (Transfer) دي.



زياتره له هغه خه کله چې خلک د تکنالوژي د انتقال په هکله فکر نه کوي دوي په لومړي سر يا پېل کې خپله د تکنالوژي یه هکله فکر کوي، ډېرڅلي تکنالوژي، چې ترویج ئي د اغېزمن انتقال هڅه کوي، هغه علم دی چې د کرنیزو اختراعاتو د خبر او بحثونو د موضوع شاته پروت دی. په ټوله نړۍ کي ترویج په تکنالوژيکي اختراع کي په فوق العاده ډول موثر پاتې شوی دي. د کرنې د لارو چارو اود مالداري اړونده د ترویج کوم فعالیت په گوته کول به ستونزمن وي که ترویج پري پر تپرو ۱۲۵ کلونو کې اغېزنه وي کري. د ترویج تاثير په دغو ساحوکي په درست ډول اجراء شوی دي. بي پروائي ممکن د معادلې په هغه خوا کې چې (انتقال) یا (Transfer) دی شوې وي.

دنوي او بازښته تکنالوژي انتقال اکثراً د بسوونې او روزنې په ساحه کي د تکنالوژيکي کشونو په پرتله ډېر ستونزمن وي. ډېرڅلي ترویج، د خپل کارکوونکي په رول د لپاتاکید لپاره چې بزگرانو سره دنوی تکنالوژي او انکشافاتو په خپلولوکي مرسته وکړي، مقصري نه دي. د روزونکو په صفت، د ترویج کارکوونکي د مخکښ دنده لري چې بزگرانو سره د هغوي د ستونزو په تشریح کولو او د متبدالو حلونو په ليتولو کې مرسته وکړي. د وي خخه غوبښتل کېږي چې د علت او معلول (Cause-effect)، اړیکو، پانګې اچونې اغیز ستراتیژي، د کاروبار برابر ونه، مارکیت او د نوروبالقوه لوی ستراتیژيو په تشخيص او پیژندنه کې مرسته وکړي. په عمومي ډول د کرنې په یوه موضوع د دوي د تکنالوژي تخصص په دغو ساحو کې د بزگسره د مرستي لپاره کافي نه دي دا هغه ئاي دي چې د روزونکي په صفت د دوي برخه اخيستنه (رول) په عمل کې مخې ته رائې.

۵. تطبيقی خیرونکی :Applied Researcher

د ترویج کارکونکی د خپلو مسئولیتونو د یوې برخې په خیر تطبيقی خیرونکی دی دا دنده عبارت ده له دی چې د بزگرانوسره د پایلو په اړونداو د یوې خاصې ستونزې په هکله د پوهانو سره په همکاري،



دارقامو او مالوماتو په ټولولو، دارقامو تجزیه او تحلیل او په بالقوه ډول د خیرونکی او بزگترمنځ د یوې منبع په صفت پر بنوونو یا سپارښتونو کار کول دي. د ترویج کارکونکی بنایي پخپله د ادارې د بدلون په پروسه کې، د بېلګې په توګه د کروندې د خپرنې په پروژه کې، د خپرنیزو ستونزو د پرمختیا په فورمولیندی، او د مالوماتو او ارقامو تغییر او تحلیل لپاره، د کرنې د سیستم سره په ګډه دغه دندي پر غاره واخلي.

۶. سلاکار Consultant

د ترویج د کارکونکی خخه ممکن وغونېتل شي، په یو خاصه ستونزه چې د بزگرانو لخوا په ګوته شوې ، تخصصي پوهه برابره کړي . د دوي دنده ويل کېږي چې د تشخیص کونکی په خبر ده چې د وضعیت د تحلیل او تجزئي رول په غاره اخلي او د موجوده ستونزو لپاره د حلونو سپارښتنې کوي



۷. تنظیموونکی Organizer

دلته د ترویج کارکونکی بنایي د حالاتو کنترول او د کارونو د اجرا مسئولیت په غاره واخلي او د هغه کارونو په ترسره کېدو کې دی احتمالاً ډپر فعال وي .

۸. تسهیل کونکی Facilitator

تسهیل کونکی په ساده ډول له نورو سره د دوي د دندو او وظیفو په اجرائی مرسته کوي . ډېرڅلې د بزگرانو ګروپونه یا اړوندې ادارې یا سازمانونه موجودې ستونزې ته ډېرېزدې وي چې ده ګوحل روان او اسانه کړي . یوه باندنه منبع ممکن د مرستې لپاره وغونېتل شي . په عمومي ډول تسهیل کونکی

او راتلونکي سره د سلاکارپه نسبت ډېر مالومات لري .
او راتلونکي سره د سلاکار (Facilitator) نسبت سلاکار (Consultant) ته يوه فعاله دنده سرته رسوي . په نمونه ئي ډول د گروپ د تپر



تسهيل کونکي د توان ورکوونکي (Enabler) يا د منځگړي (Broker) په صفت، نسبت سلاکار ته مستقيم، فعاله او د برخه اخستينې وړ دنده سرته رسوي چې دافعال رول به په لاندي دوه ډوله وي :

٩،٢ توان ورکوونکي :Enabler

د ګروپي فعالیتونو ، ګروپي پروسې ، سازمانی جوړښت د ستونزو تشخيص، د افهام او تفہيم او تصمیم نیونې خخه ماهرانه ګټه پورته کوي. توان ورکوونکي هم شاید دا پوند ادارو او یا سازمانونو او د هغوي پر وړاندې د پرتو ورته ستونزو په هکله پوره خاص مالومات او پوهه ولري .

١٠،٢ منځگړي :Broker

منځگړي ممکن د ميانجي (go-between) په صفت عمل وکړي چې دوه او یا له دي خخه ډېر و خواوو او اړخونو اړیکو ټینګولو کي د مخکي موافقه شوي هدف لپاره مرسته وکړي. لویه دنده د افهام او تفہيم د پروسې له لاري د پوهې عملي کول دي . د ترویج کارکوونکي څوک چې د منځگړي يا Broker دنده سرته رسوي په نمونوي ډول د بزگړي تولني په هکله پراخه پوهه لري او همدارنګه دوي د ساینسی او سیاسي تولني لخوا پېژندل شوی او د هغوي د اعتماد وړوي .

٣. د ترویج د ڪارکوونکي له خواه مفاهemi ڪوم مهارتونه استعمالېږي

(What Communication Skills are used by Extension Workers)?

د ترویج هر خاص سیستم په دوه اصطلاحوکي چې "خنګه او ولې" مفاهمه صورت نیسي تشریح کېداي شي. په عمومي ډول ترویج به د خپل پروگرام د طرحې (دیزاين) او وړاندې کولو لپاره پريو د لاندې څلورو شکلونو متمنکز (Focus) وي.

٤،١ د تکنالوژي انتقال Techonology Transfer

د تکنالوژي انتقال له پورته خخه بښکته خوا ته (Top – down) روشن یا طریقه په برکې نیسي، چې ته چې د ترویج کارکوونکي بزگړانو ته د هغو روشنونو په هکله چې دوي یې باید تطبیق او عملی کړي خاص سپارښتونه وړاندې کوي.

د بیلګي په توګه :

د کربنې دوزارت له خوا داسې فيصله شوې چې د کیمياوی سري مناسبه اندازه چې دوي ئي بزگړانو ته ويشي ۳ برحی په ۱۰۰ برخو او بوكې منحل شوې ده . دغه داوبو او سري محلول باید دبادامو هغه نیالګي ته چې د بزگ په کرونده کړل کېږي تطبیق او تري کارواخیستل شي . وزارت خپل د ترویج کارکوونکي دیوځای کولواويا تطبیق په پروسه ټرینینګ کوي ، په خپل وار د ترویج کارکوونکي د نمايش له لاري بزگړانو ته د دغې سري

جورول چې خنګه سره ترکیب او د بزگر له خوا په خپلو ئمکوکي تطبیق او په کاریبېي نښئي . د بزگر خخه هیخ نه غونبنتل کېږي بلکه دده خخه دا غونبنتل کېږي چې دا پروسه کت مټ تعقیب کړي .

۳ مشورتی کار : Advisory work

چېرته چې د ترویج کارکوونکي د بزگرانو پونښتوه په تخنیکي لارښوونو ټواب وائي، د مشورتی دول ترویج او همدارنګه ممکن د برخه اخیستنې يا (Participatory Approaches) روشنونو خخه د مخکي نه مشخص شوي د تکنالوژۍ پیکچ Package خخه کار واخلي .

د بیلګې په توګه :

د بزگرانو یو گروپ چې په عین ساحه کي عین شرایطو لاندې هماغه یو دول نبات کري، ممکن د ترویج له کارکوونکي خخه د دوي د شرایطو لاندې د بادامو د نیالګيو ترمنځ فاصلې په هکله دوي ته سپارښتنې او مشوری ورکړل شي .

د ترویج کارکوونکي د خپرخوا (Research) د پوهانو خخه چې د DAI سره کارکوي غونبنتنه کوي چې د دي ګروپ بزگرانو د شرایطو پربنسته د بادامونیالګيو په منځ کې د فاصلې لپاره یو لړ سپارښتنو ته انکشاف ورکړي . کله چې خپرنه بشپړه شي، د DAI پوهان یو لړ ځانګړې سپارښتنې او توصیې برابروي او د ترویج کارکوونکي ته ئي ورکوي چې دوي په خپل وار بزگران د دی توصیو په تعقیبولو تریننگ او تربیه کوي .

۳ د بشري منابعو انکشاف : Human Resource Development

بزگرانو ته له پورته خخه بسته خوا ته (Top – down)، زده کړي د میتودونو پراساس پریننګ ورکوي لیکن هغه ځای کې چېرته چې د بزگرانو خخه دا توقع او تمه کېږي چې د لاسته راوري پوهې د کارولو په هکله په خپله تصمیمونه ونیسي .

د بیلګې په ډول :

د ترویج کارکوونکي ته د بادامو د درې کلنو ونود شاخه بري (Pruning) درې بیلا بیل متبادل روشنونه ورکول کېږي چې دې روشنونه د IFHope طریقه د خپرخوا له لارې انکشاف ورکړي ، د ترویج کارکوونکي د قیچې کولو هر روش د کروندې په ورڅو (Field days) کي معرفې کوي . دوي د هر یو متبادل روشنونه خبری او اړتیاوې تشريح کوي بیا وروسته د بزگرانو د ګروپ خخه غواړي خپل منځ کي په دغونه متبادل روشنونه خبری او اړتی وکړي او هغه طریقه چې فکر کوي د دوي لپاره ډیره د کار وړوي، انتخاب کړي .

۴، تقویه : Empowerment

تقویه یا Empowerment د تقویه کولو هغه میتودونه دې چېرته چې بزگران له نورو بزگرانو سره د متقابل عمل د پرسو له لارې پوهه لاس ته راوري وي . په دې هیله چې دوي به پخپله خپل تصمیمونه نیسي .

په نمونه یې ډول د دی روشنونه پیشندل شوی شکل د بزگرانو د ساحي نسونځي او یا همدا رنګه د برخه اخیستنې سره ورته روشنونه دې .

د بیلګې په ډول :

د ترویج کارکوونکی د بزگرانو سره د گروپونو د متقابله اخیستنی لپاره د بزگرانو یو لپ د کروندي بنوونئي (Field School) برابري بيا وروسته د ترویج کارکوونکی د بزگرانو له گروپونو خخه غوارې چې په خپلو تحقیقاتي پلاتونوکي دبادامو دنیالګیو دریم کال دقیچې کولو د متبادل لو طریقو تجربه شریکه کړي او د دی خخه کومه یوه د دوی ترشایاطو لاندې بنه کارکوي . بزگران وروسته د برخه اخیستنی له لارې تصمیم نیسي چې کوم روش او طریقه خپله کړي . کومه خاصه طریقه چې د افهام او تفہیم کارتری اخستیل کېږي او لومړنۍ شی چې د ترویج کارکوونکی ئې د بزگرانو سره د خبرو اترو لپاره کولای شي هغه دادي چې هغوي ته غور و نیسي . اکثراً ترویج دا انګیرنه لري چې دوي د تولو سوالونو ټوابونه لري او هغه بزگران چې دوي کوبنښ کوي ورسه مرسته وکړي په دېرخه نه پوهېږي . د تاریخ په اوږدو کې دا لومړنۍ نمبر ستونزه ده چې بزگران هغه خه سره دېر دلچسپی نه بسکاره کوي کوم چې د ترویج کارکوونکی یې ورته وائی .

دلته د ترویج د کارکوونکو لپاره چې دوي له بزگرانو سره کارکوي یو خو هغه نظرونه چې د دوي د اعتماد په لاسته راولو کې بریالي ثابت شوي وړاندې کېږي .

۵، راباول : Brainstorm

د بزگرانو خخه وغوارې چې د ترویج په پروسه کي د حیاتي برخه اخسیتونکو په خير هغوسوالونو ته چې دېر درست ټوابونه لري ټواب ووائی .

د بیلګې په ډول :

زمونې په ژوند کي به خه فرق وي که چيرته موږ د کوکنارو د کرلو پر ظای د خپلو سبزیجاتو په بازار موندلو (Marketing) او میوې او زړو لرونکو (Nuts) نباتاتو عوایدو باندی تکیه وکړو؟ کوم روان چیلنځونه به له منځه لارې شي او کومونو یو چیلنځو/ننګونو سره به مخ شو؟

۶، عکس العمل Reflect :

بزگرانو سره مرسته وکړئ چې په فکر کولو کې دېر نرم او انعطاف پذیره وي، کله چې تاسو د دوي خخه غوارې چې په ځانګړو شیانو یا حالاتو تبصره وکړي .

د بیلګې په ډول :

ستا کروندي یا فارم د دې گروپ سره د کارکولو د تجربې په پایله کي خنګه تغیر کړي دی؟ ته خه عقیده لري چې دا تغیرات به ستا په راتلونکو کړنو اثر او نفوذ ولري؟

۷، ننګونه Challenge :

د بزگرانو برخه اخیستنی هڅول د داسي پونښتو په پونښلو سره چې د "هو، نه" ساده ټوابونو خخه برعلاوه دېر ټواب غوارې تشویق کړئ .

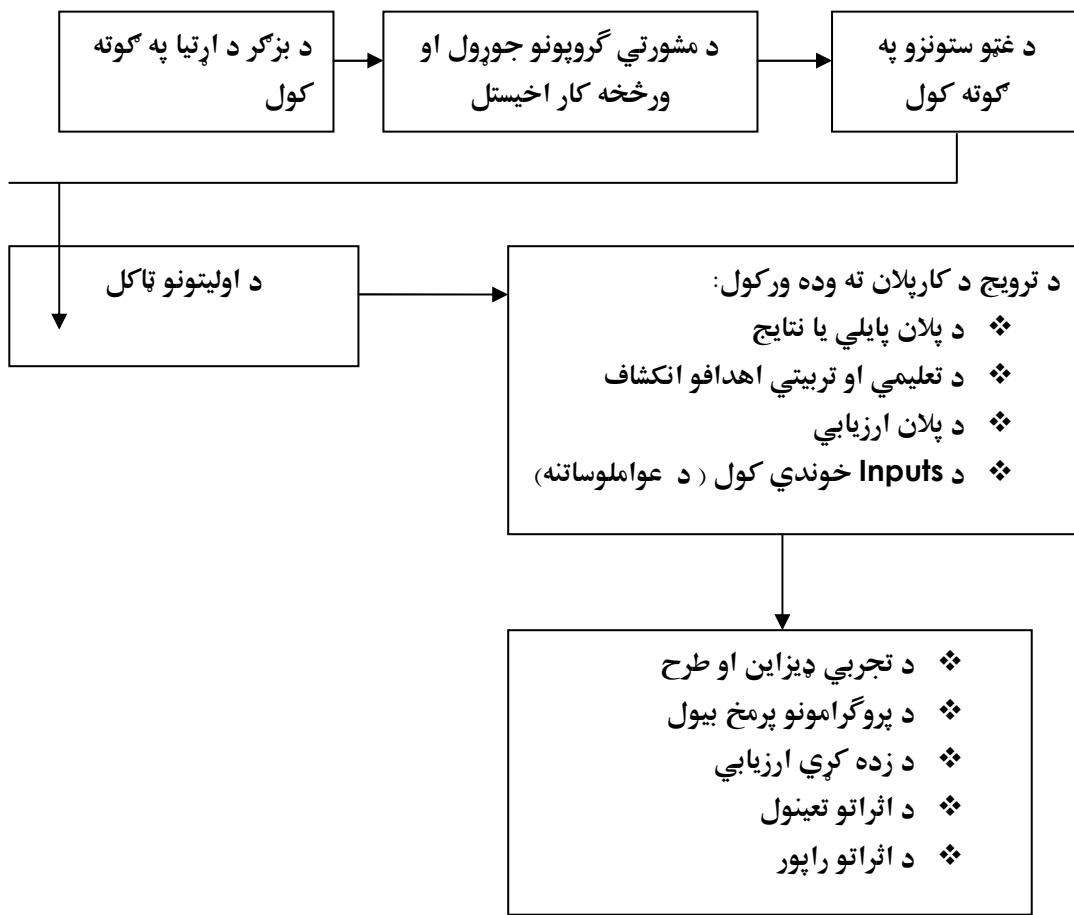
د بیلګې په ډول :

کوم ګټور مهارتونه تاسو بزگرانو د دې گروپ سره د کارکولو په جريان کي پیدا او لاس ته راوري؟ خنګه تاسو هغه مهارتونه په خپل څمکه یا فارم کي په کاراچولي؟

واوري او په دې پوه شئ چې بزگران هم نظریات لري د دوي نظریات ممکن ستاسو خخه دېر مناسب وي دا پروا نه لري چې د دوي د تعليم کچه څه ده .

د ملي کرنیز تحقیق د نړیوالو خدمتونو خپرښې

د اساس: کرنپزه خیرنده باید International Service for National Agriculture Research په اسas د داسې پوهه منځ ته راوري چې غريبو او نادارو بزگرانوته اجازه ورکړي چې خپل عواید لورکړي او هم غريب مستهلکين په دي وتوانوي چې خپل خواره اصلاح او بنه کړي . د کرنپي انکشاف او پرمختيابه ډېريدونکي ډول د تنوع، ارزښت اضافه کولو ، د بازار موندنې ، د فارم او د فارم دباندي عواید سره ګډولو، بازارته د داخليدلو ، او د مارکيت يا بازار د زنجير جوړولو، د غذا د کيفيت او غذايي مسئونيت بنه کولو، او د کرنپي او ايکالوژيکي توازن د زړه پوري والي رامنهخته کولو یو سوال دي. د خيرنو سازمانونه باید د نوو غونښتونه اساس عمل وکړي او هم باید په دي پوه شې چې کرنپزه تغييرات یوازي د پوهې منځ ته راوري ډولو، انتقال او استعمال یو اړخیزه پايله نه ډه بلکې دا اکثراً د سره ترلو ونده لرونکو د متقابله عمل زېښنده او پايله ده. په خيرنې ولاري تکنالوژي د کرنپي د تغيير يوله هغه ډېرو منابعو خخه دي ډېري نوري هم شته چې د هغه تولو اساسی عنصردادي چې دا د تحقیق يا خيرنکو په وسیله نه بلکه د بزگرانو، تجارانو، پروسس کوونکو، هتي، والو، کورنيو، او مستهلکينوله خوا رامنهخته شوي. د اړوندې پوهې د خيرندويانو او نورو ګروپونو چې د کرنپي سکتور په د ننه او يا شاوخوا کي کارکوي په بنه ډول په ګډه منځ ته راتلاي شي . دا پوهه باید په چټکې خپره او نشر شي ، او په اسانۍ د لاسبرۍ وړوي . مناسبه پوهه د کرنپي سکتور کې د نوبت رامنهخته کولو ، د بازار د فرصتونو خخه ګتني او چټولو او د چاپيریال اندیښنونه وړ او مناسب ټواب ورکولو ظرفیت لوروسي . د ترویج لخوا د شکل تر خپلو پرته، په نمونه یې ډول خپل کار هغه خلکو له ليوالتیا (علاقمندی)، خخه پېل کوي چې دوي خدمت ورته کوي . که خه هم ډېري نموني شته دي چې خنګه ترویج ضرورتونو ته رسیدګي کوي خونظریات یوشان دي داره نمایي د دې لپاره ديزاین او طرح شوې ترڅو د ترویج اساسی پروسي ته چې د خپل کار په کولو کوي ترې استفاده کوي ورسیزو . په دې کې د هر قدم یوه لنډه تشریح چې په عمی ډول د ترویج کارکونکو ته ددوی د رول ورپیژندنې او د دوی دندندي تو قعاتو لپاره تعقیب کړي شامل دي . Diagram د ترویج د پروسي Outline يا غټ عنوان دي . د ترویج په پروسه کې د شاملو قدمونو د لنډي پیژندنې خخه ورورسته دضمیمو یو سیټ د لازیاتو مالوماتو لپاره ورلاند کېږي .



۳ دارتیاو (ضرورتونو) تشخیصوں : Identifying Needs

د بزگرانو هغه ضرورتونه او اړتیاوې خه دی چې د ترویج کارکوونکي یې د خدمت وړاندې کولو لپاره انتخابوي د ترویج کارکوونکي دی سوال ته دحواب ورکولو لپاره بزگرانو ته په غور نیولو شروع کولای شي.

د ترویج کارکوونکي باید وګوري چې بزگران خه کوي او یا خنګه دا کار سرته رسوي دوي ممکن هغه ارقام د سرشماری او یا د نورو بیلابیلو منابعو خخه امتحان او وپلتی. د ترویج کارکوونکي باید دېر محتاط واوسي چې هغو سوالونو ته مخکي له دی چې بزگر یې د ستونزو په اړه خه ووائی، د غور نیولو پرته حواب ورنه کړي. کارکوونکي نشي کولای، مخکي له دی چې په احتیاط سره واقعي ستونزي چې حل ته ضرورت لري مشاهده کړئ، د ستونزو حلونه وړاندې کړي. منابع لکه پېښې د ستونزو د حل لپاره یو خل مصرف کېدای شي او دا باید د غلطو ستونزو په حل ضایع نه شي.

د بیلګې په ډول :

د ترویج یو کارکوونکي د بزگرانو د یوګروپ ته له نزدې خخه د غور نیولو پرته کولای شي دې نتیجې ته ورسیبې چې دوي د حاصلاتو زیاتولالي ته ضرورت لري حال دا چې اساسی او واقعي ستونزه په حقیقت کي ذخیره او انتقال دي. هغه ستونزې چې د ضرورتونو د تشخیص (Needs Identification) خخه را ولاړېږي کله ناکله ډېرې اسانه وي چې په ګوته شي. په کرنې کې، وچکالې او یا د حشراتو خپریدنه په چتکې سره

توجه جلبوی . کله چې د بزگرانو تشویشونه ډپریبری موژر وايو چې د زده کړي ریښتنې شیبې صحنه ته رائی . د ترویج کارکونکی باید د مشاهدي خیرک مهارتونه و کاروي چې ډیر ژر سره په دې پوه شي چې د زده کړي وړ شیبې کله او یا د راتلو په خنډو یا افق کې دي . کله ناکله د ترویج کارکونکی دومره نیکمرغه نه وي اوستونزې عمیقاً د نظره پتې وي لکه د تعلیم او تربیي نشتولالی، د بیلګي په توګه بزگران تل دasicې نه دي چې ودریبری او قبول کړي چې په دې نه پوهېږي چې خنګه د کرنې بعضی ابتدائي مهارت اجرا کړي . دوي شاید د چینجیو په خپرېدو نابلد واوسی او د دې خبرې په تسلیمولو شرم احساس کړي .

٣ یومشورتی ګروپ ته غورنیوں :

ډپر وخت خصوصاً په محلی کچه ترویج ممکن یو مشورتی ګروپ ولري چې دا ګروپ له هفو خلکو چې د پروگرام ملاتړ کوي او همدارنګه په خپله د بزگرانو خخه جوړ شوی وي . مشورتی ګروپونه کله ناکله د محلی حکومت، بنوونځیو، صحي سازمانونو، د ټولنې ائتلافونو او نورو خخه استازۍ ولري، چې هڅه کوي د خلکو د ضرورتونو یا اړتیاوو نبض ئې په لاس کي وي . د ترویج کارکونکی کله نا کله مشورتی ګروپونه جوړوي چې ترڅو هغه خلک چې دوي کار خخه متاثره او یا نفوذ لاندې راحي په واقعیت کې د هفو پروگرامونو په شکل ورکولو کي برخه ولري چې د دوي ټولنوکي لوبي اړتیاوي په نښه کوي .
د بیلګي په ډول :

د ترویج کارکونکی دیومحلی مشورتی ګروپ سره دکرنې دیوی ستونزې چې عاجل حل ته ضرورت لري په تعین او تشریح کې مرسته کوي . مشورتی ګروپونه چې عمل ته ترجیح (Action Oriented) ورکوي کله نا کله په سرسري توګه ستونزه تشخیصوی اوسم دلاسه په هغه پروگرام لاس پوري کوي چې دوي عقیده لري چې ستونزه حلوي .

مشورتی ګروپونه اکثراً کبدای شي په دې کې ډپر مرستندویه وي چې درسته ستونزه تشخیص شئ .

٤ ستونزو تشنیف او د اولیتونو تعنیوں :

داناشونی ده چې ترویج به ټولې هغه ضروري منابعي ولري، چې هره تشخیص شوې اړتیا په نښه کړي . مشورتی ګروپونه ډپرو خلکو ته د غټو ضرورتونو د اولیت تعینولو کي مرستندویه دي . د ترویج کارکونکی با ید هڅه وکړي چې خپلومشورتی ګروپونو سره مرسته وکړي ترڅو وړ او مناسب سوالونه طرح کړي لکه واقعی ستونزې او ستونزې خه شی دي . مشورتی ګروپونه ترډ پرحده ده ټه ضروریاتو په پیژندلوکي چې احتمال یې په بنوونه اوروزنه کمیدای شي موثر او ګټوردي داد ډپر اړمیت لرونکی دي له هغه ځایه چې بنوونه اوروزنه هغه خدمت دي چې د ترویج په وسیله برابرېږي . بزگران ممکن تل په دې خبره پوه نه شي چې ترویج هغه منابع نه لري چې " هرشی د ټولو خلکو لپاره " وي . مشورتی ګروپونه ډپر څلې چې د اتکي خلکو ته ورسوی ډپر بریالي وي او د ترویج د بنوونیزې دندی لپاره غت مدافع يا ګټندوی وکیل وي . په ډپرو ټولنو کي د عامه خدمتونو نورې اداري او ګروپونه موجود وي چې د خلکو بعضی ضرورتونه او اړتیاوي چې ترویج د هفوسره کارنه لري پوره کوي . هر کله چې د اړتیاو اولیتونه

تعین شول، د ترویج کارکوونکی باید خاص اوریدونکی په نښه کړي کوم چې اړتیاوی لري او د دوي اړتیاوی په ګوته شوې وي. دوي باید دا هم تعین کړي چې د یوی خاصی ستونزې خڅه خوک ډېرمتاشره شوي. خوک به ددي ستونزې دحل خڅه دښوونې اوروزنې چې ترویج ئې برابروي ډېره ګټه پورته کړي. کله چې د ترویج کارکوونکی د دې اوریدونکی ګروپ خاص ضرورتونه چې دوي به کار ورسه کوي په نښه کړل نو بیا راتلونکی ګام د یو پلان جوړول دي ترڅو د اړتیا وړ ضرورتونه اغېزې لاندې راولي. په لندې ډول د کا ڈددددرپلان انکشاف

۱۱،۳ د پلان پایلې :Plan Outcomes

تاسو خه قصد لرئ چې ستاسو د پروگرام لږ او یا ډېر عاجل نتایج به خه وي؟ تاسې د ترویج د کار وروستۍ پایله او یا د اوږدې مودې اغېزې کومې بولئ؟
د بیلګې په ډول :

که چېرته تاسوداوبولګولو کانالونه پاكوئ آیا دا د دې مانا لري چې تاسوبه د کانال شاوخواساحي چې ممکن کانال په راتلونکی کي بندکړي هم پاكوئ؟

دا تکی ستاسو پایلې ته یوهدف دي. ستاسو نهائی نتيجه یا پایله ممکن د اوبو ساتنه، د طبیعی بنه چاپیریال جوړونه او یا د انسانی روغتیا او د نباتاتو د ودی تشويقول وي. دا د تولنيز، اقتصادي او چاپیریال شرایطو (SEEC) په نامه نومول شوي. په نوروتکوکي ایا کوم ضرورتونه یا اړتیاوی تاسو غواړئ چې راکمي کړئ؟ او وروسته له دی چې اړتیاوی راکمي کړل شي ځمکه یا فارم، کورنۍ او تولنه به په خه شان وي؟

۱۲،۳ دښویزواهدافو انکشاف :Develop Educational Objectives

د ځانګړو اهدافو غټه تکی برابرول چې خوک به ستاسو د ترویج پروگرام په نتيجه کي خه سره رسوي وروسته بیا د هغو اهدافو تعینول چې، خاص، د اندازه کولو وړ، د لاسته راولو وړ، ریښتنی او د هدف سره سم (SMART) وي چې ستاسو د موخو په لاس ته راولو کي تاسو سره ډېره مرسته کوي ستاسو اهداف باید دومره ساده نه وي چې د دوي د لاس ته راولو لپاره یو ریښتیانی کار ته ضرورت نه وي لکه خنګه چې لاندې شکل تشریح کوي. د پروگرام د ډیزاين او طرح کولو په وخت کي د ترویج کارکوونکی باید اهدافو ته د ځانګړو پروسو په شان پاملننه وکړي چې د پروگرام عوامل (Inputs) په پایلو بدلوی.



کله چې د ترویج کارکونکي د اهدافو پلان جوړونه کوي معمولاً لاندې شیان ډېر ګټوروسي.

۱. د هغو بزگرانو تشریح کول چې د پروگرام په تمرکز (Focus) کې دي.

دمثال په ډول : ۸۵ بزگران دننگرهارولایت د شرقی ساحی خخه

۲. د سلوک تشریح چې زده کوونکي ئې د پروگرام خخه وروسته په کولو قادر وي.

دمثال په ډول : هرييو به په او سط ډول ۲۰۰ دبادامو وني کري او تنظيموي.

۳. هغه خه تشریح او توضیح کړي چې زده کوونکي به یې سرته رسوي د پوهی په نتیجي او د هغې په تطبیق او کارولو کي چې د ترویج د ورکشاپونو په لړ کې یې لاس ته راوري.

۴. دا سلوک Behaviour به خنګه اجراء کېږي تشریح او توضیح یې کړي
دبيلګي په ډول:

بزگرانو ۱۰۰% هغه ټول تخنیکونه چې دوي ته دغوا ورکشاپونو کي وربنودل شوي وو په کاراچولي.

دا به د اندازه کولو وړ هدف چې دلاس ته راولو وړ، واقعي او هدف شوي وي په جوړولو کي مرسته وکړي

ټول مکمل هدف په لاندې ډول لوستل کیداي شي :

دننگرهارولایت د شرقی ساحی ۸۵ بزگران به په او سط ډول هرييو ۲۰۰ دبادامو نیالګي کري او تنظيموي د هغې پوهی په تطبیق کي چې دوي د ترویج یولو ورکشاپونو کي لاس ته راوري او بزگرانو ۱۰۰% هغه ټول تخنیکونه چې په دغوا ورکشاپونو کي وربنودل شوي په کاراچولي.
داهداف دارزيابي لپاره معیارونه په لاندیني لست کي شامل دي.

- ايا هدف هغه ارزښت چې د پروگرام په پایله کي رامنځ ته کېږي تشریح کوي؟

- آيا هدف داتشریح کوي چې خوک به تري ګته و اخلي؟

- آيا هدف واضح او له مانا ډک دي؟

- آيا هدف ته کېډاى شي د تعلیمي پروگرام په وسیله ورسیږي؟

- آيا هدف کي هغه خه شامل دي چې د پروگرام په نتیجه کي ګټه اخیستونکي هيله من دي چې پري پوه شي؟

د روزنيزو هدفونو او د پايلو د شاخصونو بيلگي :

روزنزيز هدفونه	داييلو شاخصونه:
١٠ بزگري کورني به بنه کورونه لاسته راوري .	١. په کافي اندازه ئاي آود کورونو شمپر ٢. د کورونو تعداد له گرم او رواني او بو سره . ٣. د گدون کوونکو تعداد دستندرد او معياري نل دوانى سره .
٣٠ گدون کوونکي به خپل عايد لوپوي او داعايد به دروغتيا دبنه کولولپاره استعمال ييري .	(١) دپيسواندازه چې بچت شوي (٢) د هغونکونکو شمپر چې پيسىئي ذخيره کړي . (٣) د ميوی او سبزيجاتون د استعمال د فيصدي لوپوالي .
دلبنياتو ١٥ بزگران به د خپل فارم عايد دلبنياتو د بشير داعلي کيفيت په وسیله لوپوي . ^٥	١. د هغوبزگرانو فيصدي چې د خپل فارم عايد لوپوي . ١. د هغوبزگرانو تعداد چې د خپل فارم عايد بنه کړي ٢. د فارم د مجموعي عايد لوپالي دلبنياتو د بشير داعلي کيفيت په وسیله لوپوي . ^٥ ٥ د بشير Antibiotic پاتي شوني نه وي .
آيا ستاسوهشي بریالی وي؟ تاسو به خنگه يوه شئ چې تاسو خپلو مقاصدو ته رسيدلي ياست؟ خرنگه مالومات او مشاهداتو ته به ضرورت او اړتیا وي چې تاسو په دي پوه شئ چې خپل هدفونه مولاس ته راوري؟ لومړۍ: د ترويج کارکونکي ضرورت لري چې تصميم ونيسي چې په کوم شي باورلري پايلو ته د منلوپوشاخصونه دی او یا پايلو ته رسيدلي دي . دويم: هغه لاري چاري پلان کړئ چې دوي به د هغو پايلو داندازه کولو لپاره استعمالوي په نوروتكوکي آيا خه شي په دي دلالت کوي چې روزنيز مقصد لاس ته راغلي؟ دارزيابي لاري چاري ممکن یوې سروې، پونتنليکونه ، مشاهدات د کرل شوي ساحي حسابول او یا د حاصل مالومات وغواړي . د ترويج لپاره چې لنج دغوره تخنيکونو انتخاب دي چې په هغه باندي خپلو سوalonونه څوابونه لاس ته راوري . هدف دادي چې سرته رسونه په لوړ ممکن کچ اندازه شي .	

۱۳،۳ خپله ارزیابی پلان کړئ Plan your Evaluation

آيا ستاسوهشي بریالی وي؟ تاسو به خنگه يوه شئ چې تاسو خپلو مقاصدو ته رسيدلي ياست؟ خرنگه مالومات او مشاهداتو ته به ضرورت او اړتیا وي چې تاسو په دي پوه شئ چې خپل هدفونه مولاس ته راوري؟
لومړۍ: د ترويج کارکونکي ضرورت لري چې تصميم ونيسي چې په کوم شي باورلري پايلو ته د منلوپوشاخصونه دی او یا پايلو ته رسيدلي دي .

دويم: هغه لاري چاري پلان کړئ چې دوي به د هغو پايلو داندازه کولو لپاره استعمالوي په نوروتكوکي آيا خه شي په دي دلالت کوي چې روزنيز مقصد لاس ته راغلي؟
دارزيابي لاري چاري ممکن یوې سروې، پونتنليکونه ، مشاهدات د کرل شوي ساحي حسابول او یا د حاصل مالومات وغواړي . د ترويج لپاره چې لنج دغوره تخنيکونو انتخاب دي چې په هغه باندي خپلو سوalonونه څوابونه لاس ته راوري . هدف دادي چې سرته رسونه په لوړ ممکن کچ اندازه شي .

د پروګرام دسرته رسوني کچې يا سطحي

د پايلي سطحه – تولنيز اقتصادي او محطي شرایط (SEEC)

– د پروګرام دسرته رسوني لوړه کچه

– د عمل سطحه – روشنونه

– د زده کړي سطحه _ پوهه_ کړه وړه_ مهارتونه – لووي هيلى (KASA)

Knowledge, Attitude, Skills, Aspiration

– د عکس العمل سطحه – عکس العملونه

– د محسول کچه – برخه اخیستنه

– د عامل کچه – فعالیتونه

– د عامل کچه منابع – د پروګرام دسرته رسولو تېټه کچه .

۳. د عواملو یقینی کول (Secure Inputs)

ستاسو عوامل (Inputs) ممکن (Fund) پیسی ، د مجلس ئای او نور لمس کیدونکی منابع وي . عموماً د همکارانو یا د پروگرام له ملګرو خخه تر لاسه کېږي . ټولو هغو امکاناتو ته چې د ضرورت منابع د خپل پروگرام لپاره تر لاسه کولای شي توجه وکړي .

۴. د زده کړي دیزاین او طرح (Design the Learning)

د نسونې تاخنیکونه يا میتدونه چې د ترویج په نسونه او روزنه کې استعمالیېري يا هم تجربوي، تقویه کونکی، بشپړونکی دي او يا به په بله کومه بهه وي ستاسو د پروگرام د فعالیتونو لپاره د منابعو د عواملو د تر لاسه کولو په خاطرد ټولو امکاناتو په پام کې نیوں یو سم تصمیم دي .

تجربوي Experimental	بشپړونکی Integrative	تقویه کونکی Reinforcement	نسونې میتدونه Other Methods
نمایش	کنفرانس	د حقیقت پانه	تولنیزې رسنی
دفارم لیدنه	سیمنار	دریفرنس یا مأخذ یاداشتونه	او د اخبار تخته
گرځیدل	گروپي بحث	عکسونه	د بازار ورڅ
د کرونډې ورڅ	تیلفون	نشرات	نسونه
د مطالعه Case	دفتری ملاقات	پوسټر	رول لوپولو
	خبرپانه		ننداره
	شخصي لیک		

۴. د ترویج د نسونې بالقوه میتدونه

Methods

نسونه په ترویج کي یقیناً په تولګي کي د تدریس یا نسونې په شانه ده . د زراعتي ترویج د زده کونکو پراخ اکثریت د نسونځی د صنف شاګرداو په پرتله کي بالغ مراجعین دي . نو دارنګه نسونه يا په خاص ډول د زده کړي اسانтиيا باید د خلکو د ارتیا او دلچسپیو پر بنیاد وي . د ترویج پروگرام جوړولوکي برخه اخیستنه نزدي همیشه او تل رضاکارانه (په خپله خونبه) وي . نو د ترویج د نسونې ګټورتوب په کلکه د نسونې د هغه استعمالیدونکومیتدونو او د ترویج د روزنکي د مهارت تر تاثیرلاندې وي .

۱. تصویر یا توضیح د نسونې دیومیتدو په توګه (Illustration):

نمایش د توضیح او تصویریو عنعنوي شکل دي چې دروزونکو په لاس کي دي . کله نا کله د ترویج نسونې او روزنې د اساسی بنیاد په توګه ورته پاملننه شوي . نمایش «راونښه - خنګه» په نظریه ولاړدي . دا پره ممکنه ده چې «لید باور کول دي» نظر د نمایشي نسونې خخه منځ ته راغلي وي .

۴ د میتوونمایش : Method Demonstration

په نمونوي دول داسې جورپشوي چې یو گروپ خلکو ته چې خنګه یو خاص روش پرمخ یوسی یا اجراء کړي وروښئي خنګه چې نمایشونه خلکوته دا وښئي چې خنګه یوشی سرته ورسوی هم د ترویج روزونکي یا د زراعتي توکو تولیدونکي پدې بسوونیز میتود کي مخکنیں رول ولري نرمش او انعطاف په نمایشي قطعې کې د نمایش په میتود کي یوکلیدي کار دي. دا کیدای شي د دی لپاره چې خنګه یو چرګ حلالېږي، د لوبيا د یو پتی پلان کېږي، د کانكريت یوئای کول، د سرپناه جورول او یا فقط هرهغه خې چې څوک ئي فکرکولاي شي په بسوونه او نمایش کي ونسودل شي. د ترویج کارکونکو لپاره د بسوونې لیکل شوي مواد چې ۷۰ کاله مخکي لیکل شوي د نمایشي بسوونې په هکله ډېر قوي تکي په ګوته کوي چې په لاندې دول دي.

۱. دا په اغیزمنه توګه مهارتونه بښئي .

۲. عمل تحریک او تشويقوي ټکه چې لیدل ، اوريدل ، خبری اتری او کول پکي کارول کېږي .

۳. دا درهبري دانکشاف فرصتونه برابوري .

۴. په نمایش ورکونکي چې معمولاً د ترویج کارکونکي وي اعتماد منځ ته راوري .

۵. دافهام وتفهيم دپیداکولودوسیلې په توګه استعمال شي له دی کبله نشرات تحریکوي .

۶. په لړ مصرف سره په روشنونکي تغیر منځ ته راوري .

۷. د مراجعينو او نمایش ورکونکي (Demonstrator) ترمنځ شخصي پېژندنه رامنځته کوي .



۴ د نتیجوی نمایش یا بشودنه : Result Demonstration

د پايلې یا نتيجوی نمایش په نمونوي دول ده ګه خه د بشودلولپاره استعمالېږي کوم شي دپاره چې په واقعيت کي کار کوي نه فقط په تیوري او نظریه کي. داممکن ددي د بشودلولپاره چې خنګه حشره کشي دواګاني حشرات لري ساتي یا داوبولګولو بعضي لاري چاري استعمال شي چې نبات سره دېرداوبو په ساتلو کې مرسته کوي د نتيجوی نمایش عمده ارزشونه په دی کي دی چې کولاي شي :

۱. د یوه توصیه شوي روش په هکله ثبوت وړاندې کړي .

۲. د یوه نوي محصول یا تولید د معرفې لپاره یوموثر میتود وي .

۳. د «ماته راونښیه» شکل د غونبستنو څواب وي .

۴. د مالوماتو یو بنه منبع د مجلسونو، د خبری توکو، عکسونو، پوسترونو او د رادیوئی خبرو او د اسې نورو لپاره یوه بنه منبع برابره کړي.
۵. د مصارفو ارقام او نوربندی مالومات د پروگرام دبیا کتنی لپاره برابرکړي.
۶. د محلی رهبری په انکشاف کي مرسته وکړي.
۷. د هغه خه په باره کي چې ترویج خبری کوي اعتماد جوړکړي.



٤، ٤ نندارتون Exhibit:

نندارتون Exhibit کیدای شي د بنوونې موثر اسباب اووسیلی وي . ډېرم موضوعات کیدای شي د «Exhibit» يا نندارتون له خواترپوشش لاندې راشي - د بیلګي په دول: وني خه دول شاخ برې شي، د مارکیت چینلونه هغو تولیداتو ته چې په محل کي تولیديرې، د وړو قرضو د پروسې په کاراچوں او د اسې نور.

٤، ٥ فارم او د کورلیدنې Farm and Home Visits:

د خولي د خبری بنوونه او هدایت ممکن د بنوونې او روزنې پخوانی شکل وي چې په ترویج کې ترې کار اخيستل شوی د دي موثریت په طبیعی ډول ددي حقیقت په نتيجه کي نغښتي چې بنوونه زده کوونکي ته یوه اشنا چاپیریال کي ترسه کېږي . لیدني د «راکړي - او ورکړي» (Give – take) لپاره بنه موقع او فرصت برابروي چې حسن نیت او د ترویج په کارکوونکي اعتماد جوړوي.

د فارم کته د ترویج کارکوونکي ته یو ډېر لور ارزښت لري ټکه د ترویج کارکوونکي ته دواعي شرایطوچې ددوی مراجعین باید کار پکې وکړي د لوړې لاس پوهه ورکوي. د کروندي د لړو اغیزمنتوب او د کور دلیدنی محاط پلان جوړونه ضروري ده .

٤، ٦ غونډي Meetings:

میتینګونه یوه بسیګنه لري چې د ترویج کارکوونکي په نسيې ډول د یو لوی گروپ خلکوسره په یوه وخت کي تماس پیداکوي. دارنګه میتودونه عموماً د ترویج په میتودونوکي ډېلاقتصادي دي . د ترویج میتینګونه يا مجلسونه د لویانو د زده کړي د ډېر لارو چارو يا تخنیکونو خخه لکه خبرو اترو ، د وړو ګروپونو تمرینونه ، د ګډون کوونکي برخه اخيستنه، نمایش او د اسې نورو خخه ګته اخلي . د ګډون کوونکو پوهه په میتینګونو کي د ترویج کارکوونکي د پوهې سره یو ئای د ترویج کوونکي تاثیر تر ډېره حده لوړوي او د هر ډول تدریس اهمیت زیاتوی .

رادیو د بنوونې د بیوې وسیلې په توګه په دېروخایو کي دوباره راگرخندېږي . که چېرته رادیوم موجوده وي په روښانه دول د ترویج امکانات دېرو خلکو ته چې د ترویج مالوماتو ته لاس رسی لري پراخوي .

٥. د پروګرام په لاره اچول : Conduct the Program

د بنوونې میتودونه د پروګرام حالت سره د ورته والي لپاره د بدلون ضرورت دي . د مثال په ډول د ترویج کارکوونکي باید د هفوکسانو چې دوي ورسه کارکوي د لوستلو قابلیت کچه تعین کړي که چېرته د لوستلو قابلیت لږوي نو غیر چاپې موادو د استعمال ضرورت دي .

٦. د زده کړي او د تطبيق ارزیابی : Evaluate the learning and applications

د ترویج کارکوونکي په زده کړي کي باید واقعي ، داندازی وړ تغیراتو (پایلی) عملونو، اویا حالتونو ته چې عقیده کېږي د ترویج د پروګرام په پایله کي منع ته راخي پاملنې وکړي ، په زده کړه کي تغیرات کیدای شي د پوهې لاس ته راپړل ، د طرز اونفکر تنظيمول ، دمهارت انکشاف اویا دبزگر په تشویق کي وي . په عمل کي تغیرات په واقیعت کي په هغو روشنونکي چې دوي ئې په خپل کرونده یا فارم کي کاروی مانا لري . دحالاتوارزیابی دټولنیز، اقتصادي اویا چاپیریال وضعیتونو په کلماتو کي د ترویج نهائی اهداف دي . د بیلکې په ډول :

د ترویج کارکوونکي د بزگرانو سره ممکن یولې مجلسونه ولري چې دوي په دی قانع کړي چې دبزگر د کروندي بنوونځي (Farmer Field School) کي برخه واخلي .

ترویج کارکوونکو د کوبنښونو د برياو ارزیابي دبزگرانو په هغه تعداد کي دی چې په ربنتیا سره دي Field School ته راغلي دي . ممکن یو بل مقصد به ددي کاردا هم وي چې بزگران نه یوازي په بنوونځي کي برخه واخلي بلکه څه با ارزښته مهارتونه هم زده کړي او خان سره یې یوسې او په ربنتیا سره هغه په عمل کي پیاده کړي . د ترویج دی خاص برخه اخیستنې د برياليتوب ارزیابي به چې خومره نبودل شوی مهارتونه واقعاً بزگرانو زده کړي دي . بیا هم د بزگرانورا وستل د کروندي بنوونځي ته او په دوي باندي د نور مهارتونو زده کړي بل مقصد داهم دي چې بزگران دی ته تشویق شي چې لاس ته راپوري مهارتونه استعمال او وکاروی . ددي هدف ارزیابي خواونې او یا ټومیاشتی د کروندي د بنوونځي خخه وروسته ترسره کېږي په دی حالت کي د ترویج کارکوونکي ممکن د ګتی اخیستنه د بزگر د کروندي د روشنونو د مشاهدي په واسطه چې د کروندي په بنوونځي (Field School) کي برخه اخیستي د هغه بزگر په مقابل کي چې برخه یې نه ده اخیستي په ګتې اخیستلو اندازه کړي .

٧. د اثراتوراپور او تغییبول : Determine and Report Impact

د ترویج د پروګرام د پروسې اخري برخه او داسي یو راپور ته انکشاف ورکړل شي چې هغه لاس ته راپوري هغو خلکو ته چې په هغو پروګرامونو کي برخه اخلي او پشتبااني ئې کوي وړاندې شي

د تاثير بیانیه (Impact Statement)

د تاثير بیانیه یا خرگندونه فقط د هغو ترسره شویو فعالیتونو ساده لست نه دي که خه هم هغه ډېر مهم دي خوپه عمومي ډول بزگران، تصمیم نیوونکي ، یا دفنډ ورکولو منابع هغوتنه نه ګوري .

دوي هغه مقیاسونه غواپی چې د ترویج پروگرام په تمرکز (Focus) کي د فارم حالتو باندي د تاثیراتو به شاخصونه وي دا کیدای شي د هغو ریوتونو پواسطه چې د مالوماتو د هپرو بیلابیلو سرچښویا منابعو له خوا انکشاف ورکړي شوي دلاندې شیانو په باب خرګند او تشریح شي.

- دخلکو تعداد چې خدمت ورته شوي.
- نښه شوې ستونزه.
- د ازمینېت يا *Test* خخه مخکې او وروسته پایلې.
- فیصdi ، حقایق ، ارقام.

:Example Impact Statement ۸. د تاثیراتیکې بیلې

د ۴۰۰ بزگرانو خخه چې د بادامو د ترویج د دوباره انکشاف پروژه کي شامل دي ، شپږ محلې بزگرانو ګروپونه په ناتاکلي ډول انتخاب او مرکه ورسره وشهو مرکه له ۴۰ تنه بزگرانو سره چې د پروگرام دواعقي برخه اخیستونکو بزگرانو ۱۰ فیصده سره برابره ده ترسره شوه ، لاندې اثرات (Impacts) توضیح شوه :

۱. ۸۲ په سلو کي هغه بزگران چې مرکه ورسره وشهو د اوپولګولو وړ او مناسي طريقي او تخنيکونه زده کړي چې اوس دوي هغه خپله کاروی .
۲. ۷۵ په سلو کي چې مرکه ورسره وشهو پدې تونيدلي وه چې په عملی توګه ئي وښئي درسته او وړ طريقه او د دوهم کال د شاخه بری ، تخنيکونه تطبیق کړي کله چې د دوي خخه وغښتل شوه .
۳. ۲۸ په سلو کي بزگران چې مرکه ورسره وشهو دا وښوده چې اوس دوي بادامو ته د محلې چېنلونو خخه هاخوا بازار موندنې په ضروري او اړوند نظریو پوهېږي .

د بادامو د دوباره انکشاف د پروگرام برخه اخیستونکو بزگرانو د پروگرام دشروع خخه درې میاشتی وروسته توضیح کړه چې دوي دخپل نبات داوبو کولوا شاخه بری په وجهه تراوسه هیڅ تلفات نه دي تجربه کړي دوي دي ته هم اشاره وکړه چې د تيرکال په جريان کي د ۳% په سلو کي دونو تلفات چې ترڅې د دوي دوړ او مناسبو اوپولګولوازیم ایستلو تخنيکونو د پوهې د کمولی او نشتوالي په وجهه لیدلي . برعلاوه د پروگرام دشروع خخه فقط دوه کاله وروسته ګډون کوونکو بزگرانو تقریباً ۵۰٪ لاسته راپونه د تولید کیفیت په شاخصونو کې هغو بادامو چې تولید شوي د ترویج په وسیله توصیه شويو پروسې جرونو او تخنيکونو نه د ګټې اخیستنې په وجهه وښوده .

دا تاثراتو راپور رکول Reporting Impacts :

د ترویج پروگرام کولو پایلې باید محلې مشورتی ګروپونو ، فنډ ورکوونکو منابعو ، بزگرانو ته په خپله او هم هغو نورو سرچښو ته چې ممکن د ترویج د پروگرامونو په پشتبااني او ملاتې باندي په راتلونکي کې تفوذولري ، ورکړل شي .

۹. خلاصه Summary :

د ترویج نمونه یا ماډل د پروگرام د پلان جورونی ، وړاندی کولو او ارزیابی په هغه خه ولار دی چې نښه روشنونه ورته ویل کېږي . دا ماډل د دې لپاره چې موخيې لاسته راشی استعمالېږي لکه :

- موثرپلان جورونه په محلې ، منطقوي ، او د هپواد په کچه .
- د پروگرام پلان جورونی نښلول له حساب ورکولو سره
- د منابعو د ضروریاتو هماهنگ کول .

- دا شراتوراپورورکول.
- دونهه اخیستونکو نظر لاسته راوړل.

ددي هدفونلاس ته راوړولو پایله به د ترویج په یوه پایلی لرونکي پرگرام او د هفو کسانوچې پدی پروگرام کي برخه اخلي د ژوند په کييفيت کي بهبود او بنه والي رامنځ ته کوي.

۱۰. **لومړۍ ضمیمه ۱ Appendix 1**

د کلونو راهیسي د ترویج په اړوند ډیرکارول شوي نظریې ته یوه اصطلاح د اړتیاو ارزیابی يا Needs Assessmet په نامه ده شاید یوډېر وړاو مناسب مفهوم به د اړتیاو ته چې خپل منځ کي مرتبو پروسو مجموعی او په برکي نيونکي وي رسیدګي وشي. د اړتیاو دوضاحت پروسې سره اړوند امکاناتوته توجه وکړي. د ضرورتونو او يا اړتیاو دوضاحت پروسه په واقعیت کي دري یو بل سره اړوندو پروسو باندي شامل دي. اول د ضرورتونو دشمیرلو (Needs Articulation) پروسه ده چې معمولاً ارزیابی له مانا سره په غلط فهمي ګهړېږي. دبزگر د ضرورتونو تشخيص یا په ګوته کول لکه چې مخکي اشاره ورته وشوه باید بزگر د منبع په شکل برخه و اخلي. بزگران په خپلو اړتیاو باندي د ترویج د متخصیصینو مرستي ته ضرورت لري چې دوي سره د ددوی اړتیاوی داسې ترتیب يا وشمیري (Articulate) او د نورو خلکو يا سازماننو لپاره د درک وړ وي مرسته او کمک وکړي. ددي د پراحتمال شته چې دبزگرانو هرګروپ به یو ډېر تعداد ضرورتونه ولري د ترویج کارکوونکي امکان لري چې دادرک کړي چې هغه خه چې بزگران د ضرورتونو یا اړتیاو په شان خرګندوي په حقیقت کي فقط غوبښتني وي. حقیقت دادي چې دا پروا نه لري که چېرته دا د بزگرانو غوبښتنه یا ضرورت وي کوم شي چې اهمیت لري هغه شیان دی چې بزگران يا موکلين د هفو کافي خیال ساتي او ورسه د لچسپي لري چې د هفو لپاره مرسته ولتوی او د تغییر لپاره خه مسئوليتونه قبول کړي راخي چې دا د علاقمندي (Care – abouts) و بولو. نو د ضرورتونو دوضاحت لوړني برخه ترویج د خلکو سره په مرسته کي چې خپل علاقمندي (Care – about) تعین کړي دي ته د ضرورتونو شمیرنه (Needs Articulation) ويل کېږي.

د بزگرانو هرګروپ به د خپلی پاملنې په لست کي ډېر شیان ولري هریوددوی خخه بزگرته د اهمیت وړدی.

له هغه ئایه چې دا تول (Care – abouts) اهمیت لري ددي مانانه لري چې ترویج کولای شي اويا باید خپلی تولې هڅې او منابع د تیلواویا هریوہ دحل لپاره مصرف کړي. داهげه ئای دي چې د ضرورتونو دوضاحت دو همه برخه صحنه ته راخي دا پروسه د ضرورتونو د ارزیابی (Assessmet-Needs) په نامه ياده شوي ده لکن په بیلوم شخصاتو سره چې په نمونه ئې ډول د دي Term یا اصطلاح چې سره تړل شوي.

۱۱. **ضرورتونو ارزیابی**

یوه داخلي پروسه ده چې د هغې په وسیله ترویج دبزگر (Care – abouts) د خپلويولر فلترونوله لاري چان کوي ددي فلتراكولود پروسې موخه داده چې ارزیابی شي چې دبزگر کوم خاص (Care – about) د ترویج د سازمان په هدف کي دي. فلتروننه ممکن د ترویج د عملیاتي فلسفه، لرلید (Vision)، ماموریت (Mission)، ارزښتونو، Time، سیاسي پشتبااني، دمالي او بشري منابعو موجودیت او په پاي کي په خپله د ترویج (Care–abouts) باندي شامل وي. د بیلګي په ډول د ضرورتونو د شمیرني (Needs articulation) د پروسې په لپ کي ممکن یوکلي ۱۵۰ د پر حقيقې (Care – abouts) په ګوته کړي. کله چې ترویج د خپل یوسته فلترونو خخه کارا خلي چې خپل ظرفیت چې دا ضرورتونه په نښه کړي ممکن دا لست ۲۵ ته رايتیت شي، دایقیناً ددي مانا نه لري چې ترویج وائي چه دا

هېر او بىد لىست بىرچەنە دى . داپە سادە ھول پە دى مانا دى چې ترويج بە فقط خپلىي هخې او منابع پە هغۇ شىيانومصرفوی چې ترويج دا احساس كېي چې دخپل مامورىت (Mission) پە حدودو كىي پر هغۇد توجو ور تاثير ولرى . كله چې د داخلىي (دنتىي) ظرفىت ارزىابىي تكميل شوه نو ترويج دى تە امادە دى چې د ضرورتونو دوضاحت د تحليل او تجزئىي مرحلىي تە داخل شى . د ضرورتونو تجزيزه او تحليل ، بىاھم د بىزگر د تشخيص شوو ، شمىريل شوو ، ارزىابىي شوو (Care – abouts) دلىقىكول د Care – abouts دجالىي خخە دى .

دا احتمال موجوددى چې د بىزگر (Care – about) اويا خىال ساتنىي فلتىردار ارزىابىي پە مرحلە كىي وشوممكىن د بىزگر بىر (Care – abouts) پە لىست كىي پاتىي شى . دانە فقط د ترويج لپارە مهمە ده چې پدىي فيصلە و كېي چې خە شى ددە د مامورىت پە حدودو كىي دى ، بلکە بىر علاوه داتجذيزه او تحليل كېي چې خە شى ددوي د خدمت داوسنىي ظرفىت پە حدودو كىي دى . پە دى پرسە كىي دېلىڭىي لپارە مەمگن پە دى تصمىيم و نى يول شى چې د بىزگر (Care-about) لە جىلىي خخە ۲۵ د ترويج پە مامورىت او هدف كىي وي ، لەن ھەنە منابع چې ددىي پېشتىبانىي و كېي فقط د پىنخۇ لپارە موجود دى ددىي پىنخۇ Care – abouts پە حدودو كىي بە ترويج خپل دكار پلان جۇرۇي د ترويج د پرسازمانو نە دغۇ پىنخۇ د علاقىي ور ساحو تە (Major programs) يالو پروگرامونە وائىي .

۲،۱ لوى پروگرامونو تە ژورە كتنە

لوى پروگرامونە د ستۇزۇ ھەنە ساحبى دى كوم ئايى كېي چې ترويج د خپلۇ انسانىي او مالىي و سايلىو دېرى بىرخى د لگولۇ ھۆھ كوى . د بېلىڭىي پە ھول :

د بىزگر د عامل يالا Input پە حساب ، د هقانانو لوى تشویش دا دى چې د نارغىيۇ ضد مقاومت لرونكىي راز راز انواع (Varities) ولرى . د هيلىي نىپى وال بىنىتى ھودمن دى چې پە راتلونكىي كال كېي "پە كرونده كېي د خېپنى د ازمېنىت" لە لارې بە د خپلۇ ترويجىي فعالىيتونو اتىيا پە سلو كېي د نوبيو و نو د انواعو د ودى لپارە و كاروپى . لە دې خخە دا پە ڈاگە كېرىپى چې IF Hope بە د خپلۇ پاتىي منابعو يوازى شل پە سلو كېي پە خپلۇ نورۇ تولۇ كوبىنىبو نو او پروگرامونو لگوپى .

لوى پروگرام د مراجعيينو پە يو لە مەھمۇ ارتىاۋو د ترويج د منابعو د متىركىز (Focus) كولو يوه ھەنە د كوم چې د ارتىاۋو دوضاحت پروسې (Needs Clarification Process) لە لارې جلا كېاي شوي دى . لوى پروگرامونە پر ھەنە ستۇزۇ يالا مسئۇل خپلە توجه ساتىي كوم چې د مراجعيينو پە واسطە د ھەنە د پاملىنىي ور يالا (Care-about) پە حىث پە نېنىھە شوي وي .

لوى پروگرامونە يوازىي فعالىيتونە نە دى بلکې مەھم متىركىز كوبىنىبو نە دى لە كوم سره چې ترويج د مراجعيينو د "پاملىنىي ور يالا (Care – Abouts)" سره معاملە كوى . لوى پروگرامونە پە خپل اصل كېي يوه معلومە ستۇزە لرى پە كوم چې د مداخلىي كوبىنىبو نە به تىركىز (Focus) كوي . خرنگە چې ستۇزى پېچلىي او يو تىر بل تېلى وي ، نە يوازىي پېتكۈرىپى كوبونكىي چې پكې ئايىي او سېدۇنكىي شامل وي بلکې بنایىي د خېلىمنىخىي روزنىزۇ منابعو خخە ھەنگەتە واخلىي . پە نادرە ھول لوى پروگرامونە پە يومخىز فعالىيت (One-Shot) اسانىي سره حل كېرىپى . خرنگە چې دا پېچلىي وي ، وار پە وار مراجعيينو د گەدون او مسلكىي مداخلىي پە شمول دېرۇ فعالىيتونو تە ارتىا لرى چې يو دېر وخت واخلىي .

د ترويج خورا زيات فعالىيتونە شتە دى كوم چې د يو سازمان او يالا د ھەنە مراجعيينو لپارە مەھم دى ، كە خە ھەنە نومورپىي فعالىيتونە د لوى فعالىيتونو لە جىلىي خخە نە دى خو بىا ھەم زيات وخت او منابعو تە ارتىا لرى . پاتىي دى نە

وی چې د غه فعالیتونه خورا اهمیت لري او د ترویج د کارکوونکو لخوا باید ارومرو د خپلو ټولنیزو مسئولیتونو برخه وګنل شي. یو لوی پروگرام یوازې یو جلا ورکشاب، پېښه یا کورس نه دی دا ډېر کم یو ځانګړی فعالیت دی. د یوې ځانګړی طریقې یا د میتود استعمالول (د کروندي کتل، ډله ییزې رسنې، انفرادي سلا مشوري او یا ډله ییزې غونډې) په کارولو سره ډېر کم لوی پروگرامونه د ډېر خلگو لپاره پاپلي راوري او ډېر وخت ته اړتیا لري چې اکثره یې له یو بل سره تړلي طرحه شوي سلسلې ته اړتیا لري په کوم کې چې خلکو ته د رسیدو او پر هغوي د اغېزې بیلايیلې طریقې شاملې وي، چې د دغه ټولو طریقو هدف یو وي. د نندارتونونو برابرول، تمثیلونه، سیاحت، رادیویی پروگرامونه، اشتہارونه، غونډې او داسې نور یې یو هېلکه ده.

د ترویج لوی ماموریت (Mission) خلکو سره د هغوي د ژوندانه په پرمختګ کې د پوهې د کارولو په وسیله کومک کول دی. دا د جدي ستونزو او ضرورتونو په ګوته کولو او پر هغوي د مناسبې پوهې خخه کار اخیستلو ته اړتیا لري. اغېزمن ترویجی پروگرامونه د خلکو او د هغوي د ټولنې پېچلې جدي ستونزو او ضرورتونو په غوشه څنډه کې ځای لري. د ترویج هر یو کارکوونکی باید لبرترلږد په دوامداره توګه یو لوی پروگرام کې شمولیت ولري. یو لوی پروگرام په ستونزو د پام وړ منابعو مت مرکز (Focus) کولو او په ګن شمېر کې د خلکو تر اغېزلاندې راوستلو یو اغېزناکه او باکفایته لار ده. په لاندې کربنو کې چې څنګه د ترویج کاروبار کې د لوی پروگرامونو خخه ګته پورته کېږي یو خو بېلګې وړاندې کېږي.

۳، ۲. خلکو او ټولنو ته ارزښت (Value to People and Communities)

لوی پروگرامونه خلکو سره په لاندې کارونو کې مرسته کوي.

- پېچلې ستونزو ته د حل لپاره د حل نوي لاري پبدا کول او د هغوي ازمایل او د غه حلونو په کار اچول
 - د بېلابېلې فعالیتونو له لارې د نوي مالوماتو د کارولو، بدلون او یا عمل لپاره کافي کومک او ملاتړ لاسته راول
 - د مهمو ستونزو له ګډون او هغوي ته د پایلو د اغېزمن کولو د فرصتونو په ورکولو خپل شخصي ډاډ حاصلو.
 - د ټولنې پر مهمو اقتصادي، ټولنیزو، ګلتوري او چاپېریالي مسئلو تاثیر کول
- د یو واحد فعالیت په پرتلې لازیات مت مرکز (Focus) او په ګټوره توګه منظم شوي مالومات او زده کړه لاسته راول

۴، ۱. ترویج ته ارزښت Value to Extension

لوی پروگرامونه د ترویج سره په لاندې ډول کومک کوي.

د سازمان د مرکز (Focus) او اولیتونو تشريح کول

- د خرگندتیا، باور، اغېز، احتساب، ملاتړ، مالی منابعو او ولسي نفوذ د پیاوړتیا په اړه د نسبتاً ډېر او مهمو پایلو لاسته راول
- د اساسې بنې (نمونوي پروگرامونه)، د ازمونې د طریقو برابرول او د نورو پروگرامي حالتونو لپاره د روشنونو انکشاف
- د کارکوونکو لپاره په مهمو هدفونو کې د مهارتونو د شریکولو لپاره فرصتونه برابرول

۵، ۱. د ترویج مسلکي کارکوونکو ته ارزښت Value to Extension Professionals

لوی پروگرامونه د ترویج مسلکي کارکوونکو سره په لاندې ډول کومک کوي:

- د هدفونو د لاسته راولو لپاره رغنده فعالیتونو ته وده ورکوي.
- د روښانه هدفونو انکشاف او د هغوي د حاصلولو لپاره رغنده فعالیتونو پلان جوړول

- د فعالیتونو، دندو او منابعو هماهنگ کول
- په ترتیب د یو لپه فعالیتونو تنظیمول کوم چې به زیاتره خلکو ته ورسپری
- د منابعو (کومک، وخت، مواد او پیسو) لاسته راول او د هغې په اغېزمنه توګه کارول
- له مراجعینو، ملګرو، تمویلونکو او ادارې یا سازمان سره افهام او تفهیم

۶.۱ د یو لوی پروگرام د پلان د ارزیابې، معیارونه Criteria to Evaluate a Major Program

۱. په لاس موجود باوری مالومات کوم چې موجوده حالت یا ضرورتونه تشریح کوي
۲. د موجوده حالت او هغه خې د پروگرام خخه وروسته لاسته رائې ترمنځ واضحه تعريفی خالیگاه
۳. د اړتیا یا ستونزې په ګوته کولو او د هغې په حل کولو کې د اقتصادي، تولنیز، کلتوري یا چاپېریال فکتورونه په نظر کې نیول شوي دي.
۴. د اسې نښې او ثبوتنه چې د سیمې خلک او مشران فکر کوي چې پروژه اهمیت لري او له دې خخه ملاتر وکړي
۵. د مراجعینو د فعالیت په پایله هغه هدفونو ته چې تولنیز، کلتوري یا اقتصادي بدلونونه پکې نبودل شویوی.
۶. د مراجعینولپاره پلان شوی فعالیتونه او پېښې یعنی اهداف او حل
۷. پلان چې یو رنګ ثبوت په ګوته کړي چې د پایلو په جوته ولو کې مرسته کوي
۸. د ګروپونو او ملګرو د ملاتر لپاره د فعالیتونو او راپورونو د تکمیلولو لپاره د یو ازمایشی نېټې تاکل

Appendix II د دویمه ضمیمه

ضروري پېړکړې

چې باید د ترویج د یو لوی پروگرام لپاره پلې کړل شي

د یو لوی پروگرام منځته راول د پربکړو کولو مرحلې یا پروسې ته اړتیا لري چې له دې لارې ولسونو ته د ترویج کارکوونکو او نورو متخصصینو سره د یو ئای کېدو فرصت برابرې، بېلګې یې په لاندې ډول دي.

۱. د خلکو، تولنې او ولس په هکله د حقیقتونو او میلانونو د تګلارو مطالعه کول

۲. بدلون یا بنه کېدو وړ ستونزو یا حالاتو په ګوته کول

۳. د هغو ستونزو یا حالاتو په ګوته کول، چې باید د لومړیتوب حق ورته ورکړل شي.

۴. د راتلونکې اقتصادي، تولنیز، چاپېریال او کلنورې پرمختیا لپاره د تعلیمي پروگرامونو برابرول

۵. د پروگرامونو وړتیا او پایلې جوته ول

د یو لوی پروگرام په جوړولو کې د ځانګړو پایلو د لاسته راولو لپاره یو لپه فعالیتونه شامل دي. لومړنی هدف بې د پروگرام لپاره یو پراخه پلان جوړول دي چې دغه پلان ته د پروگرام د پرمختګ په جریان کې نوره پراختیا هم ورکول کېداي شي. په لاندې کربنو کې ستاسو د پروگرام د طرح کولو او پلې کولو ۹ منل شوی لارښوونې یادې شوی دي هر یو یې ستاسې او ستاسې په سازمان کې د نورو لخوا ځانګړو فعالیتونو ته ضرورت لري که چېږي تاسې په دغه لارښوونو فکر وکړئ او کار ورڅخه واخلئ نو د یو بریالې پروگرام لپاره به ستاسې د بریالیتوب امکانات لایپسې زیات شي.

لومړۍ قدم د سازمانی یا انفرادی هوډ منځته راول

دوييم قدم د تولنې او مراجعینو د حالت تحلیل

درې یم قدم د پروگرام د پراخه مقاصد و په ګوته کول

خلورم قدم	په یو ژور فکر سره د پروگرام ھیزائنو
پنځم قدم	د درسي پلان جورپول
شپږم قدم	په عمل د لارو فعالیتونو او پېښو ھیزائن
اووم قدم	د پروگرام ارزښت تعینول او طرح کول
اتم قدم	د پروگرام د پایلو تبادله کول
نهم قدم	د ضرورت وړ منابعو او ملاتړ تعینول

په راتلونکي پانو کې د هر لارښونې د هري مادي په هکله په تفصيل سره يادونه کوو.

۱،۱۱ لوړۍ قدم د سازمان او انفرادي هود منخته داول **Establishment of Organization and Individual Commitment**

د ترویج د پروگرام د جوړپدو لپاره باید فلسفه او پروسیجر (طرزالعمل) د کار په جريان کې د هر متخصص پر کړو وړو اغېزه وکړي دغه فلسفه او طرزالعمل د پروگرام په جريان کې د ئایي خلکو رول او اشتراك هم ترا اغېزې لاندې راولي سازمان فلسفه او طرزالعمل هغه چوکات تشکيلوي چې په هغې کې به معلوم ترويجي فعالیتونه صورت نيسې تر هغې مخکې چې تاسې د یو ترويجي پروگرام جوړول پېل کړئ، تاسې باید په خپل رول او مسئولیتونو او ئایي خلکو په رول کوم چې ستاسي په پروگرام کې شامل دي، د سازمان د پروگرام په تمرکز (Focus) او د نورو سازمانونو، ټولنو او ادارو سره په اړیکو پوه واوسې.

- ستاسي د ترویج اداره خرنګه پروگرامونو ته وده ورکوي؟
- ستاسي پروگرام به خرنګه د ترویج نورو کاروکوونکو سره اړیکې لري؟
- ستاسي لوی پروگرام به خرنګه د ترویج لارښونې سره اړیکې لري؟
- د پروگرام په انکشاف کې ستاسي رول او مسئولیت خه دي؟
- خرنګه کډاي شي چې د پروگرام په انکشاف کې ستاسي د پروگرام ګډونکوونکي شامل شي.
- ستاسي د پروگرام په هکله وروستۍ فيصله خوک کوي؟
- ستاسي د لوی پروگرام مفکوره خپل انکشافي پروگرام ته خنګه وراچوئ؟

۲،۱۱ دویم قدم د ټولني او مراجعنيو د حالت تحلیل **Analyze the situation of Community and Clients**

د خپل لوی پروگرام په ګوته کولو لپاره، تاسې باید د خلکو او ټولنې په هکله د ابتدائيي مالوماتو درلودلو سره پېل وکړئ چې ستاسي پروگرام یې خدمت کوي د حالت دا تحلیل به تاسې ته د پروگرام لپاره اړتیا، پتې بالقوه خندپونه او د ملاتړ لاري چاري او د دې په ترسره کولو کې ستاسي خپل توان په ډاګه کړي.

خلک People

- خوک ستونزه يا اړتیا لري؟ آيا تا ته مالوم دي؟
- خومره بېلا بېل اوريدونکي ستونزې لري؟
- کوم قسم مالومات بدل روشنونو او مهارتونو ته اړتیا لري؟

ستونزه یا اړتیا Problem or Need

- خه شی باید بدل یا بنې شي؟
- د ستونزی اساسی لامل خه شی دی؟
- بنوونه خرنګه د ستونزی په حل کولو کې کومک کولای شي؟
- خوک به تر اغېزلاندې راخې؟

خنډونه او ملاتې Barriers and Support

- خوک د پروګرام ملاتې دی؟
- خوک د پروګرام مخالفین دی؟
- تاسې د خنډونو په له منځه وړلو کې خه کولای شئ؟

ستاسې پوهه/تخصص Your Expertise

- آيا تاسې په دې ستونزه د پایلو د لاسته راولو تجربه لرئ؟
- آيا تاسې دې لوی پروګرام لپاره منابعې لرئ؟
- کوم نور انفرادي خلک یا سازمانونه پکې برخه اخلي؟

۳،۱۱ دريم قدم د پروګرام هدفونو په نښه کول Identify Program Objectives

د پروګرام د هدفونو په نښه کول ستاسې پروګرام ته لارښونه برابروي. پراخه پروګرام باید ستاسې له پروګرام خخه هيله منې پایلې په ډاګه کړي. په اقتصادي، ټولنيز، ټلتوري یا د چاپېریال په وضع کې به خه شی بدل شي او کوم ثبوت به تاسې سره د دغو پایلو په گوته کولو کې مرسته وکړي؟ د پراخه پروګرام د هدفونو په نښه کولو کې تاسې باید د ستونزې په وجہ د اغېزلاندې راغلو بېلاړلو ډولونو او یو شمېر خلکو باندې د هر هدف هيله منه اغېزه په پام کې ونیسي لازیات خاص معلوم هدفونه به د پروګرام په طرح کولو او تدریسي پلان په خپرونو کې منځته رাখي.

پایلې Results

- کوم ټولنيز، ټلتوري، اقتصادي یا چاپېریالي بدلون باید په صحنه کې منځته راشي؟
- آيا دغه بدلونونه ممکن او واقعي دي؟
- ستاسې د پروګرام خخه به خه ارزښت لاسته راشي؟ او چا ته؟
- کومې اضافي ګټې به ورکړي؟

خلک People

- خوک به د دې پروګرام له امله تر اغېزلاندې شي؟ او په کوم تعداد؟
- خوک د خه شی د زده کړې اړتیا لري؟
-

هدفونه Objectives

- آيا هدفونه رونسانه او د مانا ډک دي؟ آيا دغه هدفونه د بنوونیزو پروګرامونو له لاري لاسته راول کېداي شي؟

عمل Action

- د دې پروګرام په پایله کې خلک باید خه وکړي؟

ثبت Evidence

- تاسې به پایلې خرنګه وپېژنې؟

٤،١٤ خلورم قدم خپل پروگرام طرح Design کول

د پروگرام طرح **Design** کول ستاسې د پراخه پروگرام فعالیتونه د خانګرو او رېدونکو سره چې تاسې ورته لاس رسی غواړئ او د هغوي سره د نزدیکت لارې چارې مالومول غواړئ دا د ستونزې لپاره موزون د عمومي متن په تعريف کولو کې شامل وي کوم چې د اورېدونکو د ستونزو سره پوره ورته والي لري. تاسې باید د هر او رېدونکي د زده کړي لپاره مناسبه طریقه انتخاب کړئ او د دغوا طریقو یو پرله پسې منظم ګله ترکیب جوړ کړئ ترڅو د زده کړي یوه طریقه د بلې ملاتې د اوسي د نورو مسلکي ماموريینو دندې په نښه کړئ هر چېرته چې شونې وي د خپل لوی پروگرامونو د خدمت لپاره خپل جاري او عادي فعالیتونه په کار واچوئ.

Content

- د کومې موضوع مواد باید شامل واوسې؟
- د ستونزې د حل لپاره کوم متن اړین دی؟
- د مراجعينو د هرګروپ د اړتیاو او د خوبنې د پایلو په یقيني کولو کې به کوم متن کارول کېږي؟

Methods and Techniques

- د دې پروگرام لپاره به کومې پېښې او فعالیتونه ترسره کېږي؟
- د مطلوبو پایلو لپاره او رېدونکي باید خه شې احساس کړي؟
- مراجعينو د رسپډنې لپاره به کوم میتودونه او تخنیکونه کارول کېږي؟
- د تجربو کوم ګله جوړښتونه به د هر او رېدونکي لپاره مناسب وي؟
- کوم روان فعالیتونه تاسې د دې پروگرام د پیاوړتیا لپاره کارولای شئ؟ او خنګه؟
- تاسې به خه کوئ؟
- ئایي مشران یا خلک به خه کوئ؟
- د منابعو نور خلک او ملګري به خه کوئ؟

٤،١٥ پنهنج قدم: د اړتیا ور منابع او همکاري په ګوته کړي.

غټي پروگرامونه معمولاً منابعو (بشری، وخت، نغدو، موادو، او د ترویج د ګن شمېر ماہريينو، ئایي مشرانو، او نورو ډلو مرستې ته اړتیا لري. د خپل پروگرام د ترسره کولو له پاره اړینې منابع معلومې، او هم یقيني کړئ چې ستاسي د اړتیا پر وخت موجود بدای شي. په هم دې ډول باید له خپلو سلاکارانو سره اړیکې ټینګې کړئ. په دې برخه کې در سره د ترویج مدیران، د دفتر همکاران، ئایي خلک، د رسنیو استاخې، د صحن متخصصین، او نور مرسته کولائي شي. خپلې منابع او مرسته چې ورته اړتیا لرئ مشخصه کړئ، چې چا ته اړیاست، او خرنګه به یې تر لاسه کړئ. مخکې له مخکې مکمل پلان جوړ کړئ ترڅو ستاسي د اړتیا په وخت یې تر لاسه کړاي شي.

٦،١٦ شېړم قدم: د تدریس لپاره خپل پلان حوړول

تدریسي پروگرامونه باید د پروگرامي کونښن وخت طرح کړاي شي هغوي باید له هرې ئانګري فعالیت یا پېښې لپاره طرح یا ډیزائن کړاي شي، د دې لپاره چې:

- (۱) معلومې زده کړي تجربې او د هرې تجربې لپاره په نظر کې نیوں شوي پایلې.
- (۲) هر فعالیت یا پېښې لپاره لازمي منابعي او وخت په ګوته شي.

Learning experience

د زده کړي تجربې

- ګډونکونکي به په هر فعالیت او پېښه کې کومې تجربې (لیدل، اورېدل او کول، ولري؟ خاص هدفونه Specific Objectives

- د دغه فعالیت خاص هدفونه کوم دي؟

آيا دغه هدفونه د پراخه پروگرام هدفونو سره خرنګه ارتباط لري؟

- آيا دغه هدفونه به د هر ګروپ ارتیاوه، کلتور او ارزشونو ته رسیدګي کوي؟

متخصص Subject-matter

آيا ستاسي پاملننه به پر کومه پوهه، مهارت، او کړو وړو متمرکزه (Focus) وي؟

- آيا خرنګه به درسي مواد د همدغه ډلي ستونزو او ضرورتونو سره ارتباط لري؟

منابعي Resource

- آيا دغه حالت به د فعالیت د تشویق لپاره بزگر سره د هغه د پوهې يا کړو وړو په بدلون کې کومک وکړي؟

- د دغې فعالیت لپاره کومو منابعو ته اړتیا ده؟

- آيا د منابعو خلک د دغې فعالیت هدف لاسته راوري؟

- آيا نوي تدریسي مرستندویه موادو ته اړتیا شته؟

وخت Timing

- د هر فعالیت لپاره تاریخ يا د پای نېټه کومه یوه ده؟

- آيا فعالیت د نورو بزگرانو په تجربو معقول اثر کوي؟

- آيا دا د هقانانو د ګډون لپاره غوره وخت دی؟

۱۱ اوم قدم: عمل Action

د پروگرام په پرمختیا کې تر ټولو ننګونکي کوبنښونه به د پروگرام انکشاف او په صحیحه مانا کې د هغې ډلي کول دي. دا د پروگرام غوره تنظیمول، پرمختګ، د وخت او منابعو تنظیمول او دا کتل چې آيا دغه شیان د پلان سره سم روان دي، غواړي دا باید یقیني کړئ چې بېلاږل فعالیتونه او پېښې سره په سمه توګه سازمان او یوځای کړاي شوي دي او که نه وي شوي باید بدله بې کړئ.

تشویق Promotion

- آيا خرنګه خلک د پروگرام او د پروگرام د ارزښت خخه خبرېداي شي؟

- که چېږي علاقمندي په کمېدو وي تاسې خرنګه د خلکو توجو او علاقه جلبولای شي؟

- آيا تاسې ډیرو درستو خلکو ته رسیدګي کوئ؟

- آيا د تشویقی هڅې د ټول پروگرام په جریان کې پلان شوي؟

- آيا تاسې نورو اضافي منابعو ته اړتیا لړئ؟

ارتباط Communication

- آيا په پروگرام کې هر یو ونډه لرونکي په دې پوهېږي چې خه پېښېږي؟

- آيا تاسې د ارزیابی لپاره غوره سند يا یادداشت ساتئ؟

وخت Time

- آیا فعالیتونه د مهال و پش سره سم روان دي؟
- که نه! تاسې باید خه بدل کړئ؟
- آیا د تیاري لپاره کافي وخت شته؟

۱۱ اتم قدم: د پروگرام ارزښت مالومول Determining the Program's Value

د پروگرام ارزښت د ګډونکوونکو او نورو له خوا اټکل کېږي خوک چې د پایلو له امله اغیزمن کېږي، دا لازمه نه ده چې تاسې د دې د بریالیتوب په هکله خه شخصي اټکل کوئ تاسې به ثبوت ته ضرورت ولرئ، د بېلګې په ډول د ګډونکوونکو عکس العمل، اخیستل شوی ګام، لاسته راوړي هدفونه، حل شوي ستونزې او د اړتیاوه پوره کیدله تاسې د دې ارزښت د راتلونکي پروگرام لپاره ستاسې د پروگرام په بنوونو اټکل کولای شئ.

Value and Results

- تاسې به خنګه پربکړه کوئ چې پروگرام پای ته رسیدلی دی؟
- تاسې به د ارزښت اټکل د ګډونکوونکو یا هغه چا لپاره چې اغیزمن شوي دي، خنګه کوئ؟
- آیا اټکل شوي پایلې واقع شوي دي؟
- آیا پایلې او ګټې پر شوي مصرف ارزېدل؟

Ratlonkiy Nisodni Future Implications

۱. که چېږي اټکل شوي پایلې لاسته نه وي راول شوي، تاسې به خه کوئ؟
۲. آیا *Follow up* یا تعقیب شوي؟
۳. تاسې خه زده کړل چې په راتلونکي پروگرام کې به مرسته و کړي؟
 - د مراجعنيو په هکله
 - د ستونزې یا اړتیا په هکله
 - د خپلو طریقو (میتودونو) په هلكه
 - د خپلو منابوو په هکله
 - د نورو خلکو سره د همکاری په هکله

۱۱ نهم قدم: خپلې پایلې تفہیم کړئ! Communicate Program Results

دا تل اړینه ده چې د پروگرام د پایلو راپور باید د کلیدي خلکو، ګډونکوونکو، مشرانو، مشورتی ډلي، د ترویج ملګرو، اداره چبانو او ولس ته وړاندې کړاي شي دغه راپورونه بېلاښلو اوریدونکو ته جلاجلابنې لري هېڅ باک نه لري که چېږي د خولي د خبرو یا د رسمي اسنادو په وسیله دې باید په لاندې شیانو شامل وي.

- د پروژې لپاره اړتیا
- د خپلو کرنو تشریح
- د ترویج رول او دنده
- لوبي پایلې، ګټې، فعالیتونه
- د خایي خلکو او ګډونکوونکو عکس العمل؟
- تاسې به خرنګه خپلې پایلې دغه لاندې خلکو ته رسوئ؟
- ګډونکوونکو ته

- ئایی مشرانو او ڈلو ته
- ڈله بیزو رسنیو ته
- مشورتی ڈلو ته
- اداره چبانو او همکارانو ته
- د پایلو د ریښتینی ارزښت بسکاره کولو او اهمیت بسولو لپاره تاسې کومې طریقې پلې کولای شئ.
- تاسې د خپلو پایلو د راپور د خوندي او خوئنده (Dynamic) کولو لپاره خه کوئ؟

Determine Needed Resources and Support نهم قدم د اړتیا وړ منابعو او ملاتې په نبته کول لوی پروگرام عموماً له خو ترویجی مسلکونو، محلی مشرانو او نورو گروپونو خخه د منابعو (خلك، وخت، پېسې، مواد، او کومک ته اړتیا لري. مالوم کړه چې ته د خپل پروگرام پلې کولو لپاره کومو منابعو ته اړتیا لري او دا ډاډمنه کړه چې هغه ستاسي د ضرورت په وخت تاسې ته برابر وي تاسې بايد د مشورتی گروپ سره تفاهم وکړئ د ترویج اداره چیان، ملګري، خای خلک، د تعلیمي مرکز (Campus) متخصصین، د رسنیو استازی او نور تاسې سره مرسته کولای شي په خاصه توګه واقعي منابعې او مرسته چې تاسې ورته ضرورت لرئ چې له چا خخه به وي او تاسې به يې خنګه ترلاسه کوئ لوړۍ کافي پلان وسنجوئ او هرکله چې تاسې تیار یاست هغه هم برابر وي.

بنوونیز مواد Instructional Materials

- تاسې کومو بنوونیز موادو ته اړتیا لرئ؟
- آيا دا مواد موجود دي؟ تاسې به يې خنګه ترلاسه کوئ؟
- پېسې به له کوم خایه راخي؟
- د چا وخت یا تجربې ته اړتیا لرئ؟

منابعي Resources

- آيا مناسبې انسانې منابعي موجودې دي؟
- مرسته Support
- تاسې د چا مرستې ته اړتیا لرئ؟
- تاسې به دا مرسته خنګه لاسته راورئ؟
- نور کوم سازمانونه یا ادارې تاسې سره مرسته کولای شي؟
- تاسې به دوي خنګه شاملوئ؟

Appendix III ۱۲. دریمه ضمیمه

۱،۱۲ د باور منځته راول او ساتل Establishing and Keeping Trust

د ترویج د کارکوونکو اساسی دنده له بزگرانو سره د هغوي د ستونزو، او په پای کې، پخپله د هغوي په واسطه د حل کولو لپاره کومک کول دي. یوه غتيه اشتباه چې د ترویج کارکوونکي يې کوي هغه پر بزگر د هغه د توان خخه زيات تخنيکي مالومات بارول دي چې په پای کې هغه نوره زده کړه نه شي جذبولي دغه له توان خخه زيات بارول، یعنې د خپلو ستونزو پخپله حل کولو لپاره د مالوماتو لاسته راول، د بزگر پر ترویج بې باوري ته لار هواره وي. دغه حالت د ټیکنالوژۍ د نه انتقال حالت ستونزه پېدا کوي چې په بسکاره ډول د ترویج په نظر کې نیول شوي پایلو پر مقابل کې

واقع کېږي. د دي لپې د ختمولو لپاره د ترویج کارکونکي، په دي خاطر چې بزگران پرله پسې اورېدو او د مالوماتو جذبولو ته اړ کړي، باید ارومرو د بزگرانو د باور د جلبولو او ساتلو ته ژوره پاملننه وکړي. دغه پروسه نه يوازي ډا چې د بزگرانو پاملننه لازياتو اورېدو ته راجلبوی بلکې د دي سره هغوي د دي جوګه کوي چې دغه مالومات په خپل ماحول کې بیا بیا پلې او تطبيق کړي ډا په دي مانا چې د بزگ دغه د ترویج د مالوماتو یابیا کارونه په حقیقت کې هغه پخپله د نویو نوبنتونو او حلونو د پېدا کولو جوګه کوي له دې کبله د بزگ باور او اعتماد لاسته راول او ساتل د ترویج په توله پروسه کې خورا مهم کاردي. اوس سوال دا پېدا کېږي چې خرنګه کولای شود بزگر باور لاسته راورو.

۱. یو بل ته د درناوی فضا رامنځته کول.

د بزگر د مانا ډک ګډون نه پرته احترام لاسته نه شي راول کېدايکه چېږي بزگ تقویه (Empower) شي هغوي یوه معقول ګډون کې مشغولېږي ترویج کولای شي بزگرانو سره د دوي په پوهه کې د خپلو پاملنې وړ (Care-about) کې مرسته وکړید ترویج د کارکونکو لپاره د یو لړ تدریسي تخنیکونو کارونه یو له هغه طريقو خخه دی چې د هغې په مرسته د ترویج کارکونکي خپلمنځي او د هغوي او بزگرانو ترمنځ احترام پېدا کولو کې خپل کردار ترسره کولای شي. بزگران زیاتره په کوچنیتوب کې له مكتب خخه د زده کړې به خاطره نه لري، له دې امله، هغوي دغه بدرو خاطرو هيلې په بلوغ کې هم له خانه سره گرځوي. یوه لویه وجه چې هغوي ورسه ستونزه درلوډه چې هغه د زده کړې میلان یو طرفه و یعنې له استاد خخه شاګرد ته، چېرته چې د کوچنیانو لپاره یوازینې کارد استاد احترام کول دي لیکن بزگران کوچنیان نه دي، دوي د کوچنیانو په خېر زده کړې نه کوي او د ترویج کارکونکي باید هغوي سره د کوچنیانو په خېر چلنډ ونکړي هغه چې په حقیقت کې د ترویج د کارکونکو لپاره لازمه ده هغه دوه طرفه باور پېدا کول دي. بعضې ځانګړي چلنډونه چې د ترویج کارکونکي بنایي په کار واقوي هغه کېداي شي د بزگرانو د باور لاسته راولو کې کومک وکړي په لاندې ډول دي.

د هغوي د باور د لاسته راولو لپاره پېل کې شامل دي:

۲،۱۲ لارښونکي تدریس Directive Teaching

دا هغه وخت غوره دي کله چې د مالوماتو پېچلو واحدونو جوړولو لپاره تدریسي مواد تنظیمېږي.
د بېلګې په ډول:

"خرنګه" مالومات کوم چې د مھکې له تیارولو خخه پېل او ربیلو او مارکیټ ته په لېږدو لوپای ته رسېږي.

د لارښونکي تدریس یوه غتیه ستونزه دا ده چې دا د خپلمنځي ګډون لپاره ډېر لې فرصنټ وړاندې کوي کوم چې د بزگرانو د ترویج سره په لومړي خای کې د شاملدلو لوی علت دي.

۳،۱۲ اسانтиما کونکي تدریس Facilitative Teaching

دغه طريقه بزگ ته د خپلو مفکورو د ودې اجازه ورکوي د دي حقیقت په رامنځته کولو کې چې د کولو لپاره یو لاره موجوده نه ده او یا د نوي ستونزې لپاره نو درست جواب موجود نه دي.

د بېلګې په ډول:

بنایي د بادام د ونود شاخونو د پېکولو ډېرې متبدالې طريقي موجودې واوسي. هره طريقه کېداي شي د ونې د لوېدو حالت، بزگ سره د موجود سامان، د موجود وخت او کومک اندازه او داسې نور. اسانтиما کونکي تدریس د ترویج کارکونکو ته

اجازه ورکوی چې بزگ سره د خپلو تصمیمونو په نیولو کې مرسته وکړي چې کوم عوامل (Inputs) موجود دي او دی خنګه کولای شي د هفو خخه نه ګټه پورته کړي.
دغه طریقه هغه وخت به کار کوي چې کله بزگان د وخت له لبو موانعو سره مخ وي او په زده کړي نرم والی ولري او د ترویج کارکوونکي د هغوي همدازه Ego یوې خوا ته کولای شي.
• د اسانتیا کوونکي زده کړي تر خه حده د بزگر لپاره یو گوابن دی له هغه ځایه چې شخصي ماناوې او شخصي مفکوري تر ډیره حده زیان رسونکي وي.

۱۲ ګډ (مشترک) تدریس Collaborative Teaching

د ترویج مالومات بنایي د بزگرانو د ژوندانه د لوروالی لپاره ډپر دارزنست وړ واوسي او په عین وخت کې بزگران د پوهې لوی اساس لري کوم چې په هر ډول نامساعده حالاتو کې کارېدلی شي.
ګډ (مشترک) تدریس هغه وخت صورت نیسي کله چې د ترویج کارکوونکي راساً د بزگرانو سره کار کوي او نوي، ساینسی، پر څېرنو ولار مالومات د کرنې دودیزو کارېدونکو طریقو سره یو ځای کړي.
د بېلګې په ډول:

بنایي بزگر په کور کې جوړ کړاي شوي د ونو د خانګو د پرپکولو سامان کاروي، که خه هم دغه د کار وړ دی خو بیا هم د تپره کولو لپاره ډپر ناقصه طریقې لري د ترویج کارکوونکي بايد بزگر ته د تپره کولو نوي تخيکونه ورزده کړي، کېدای شي په دې وسیله د هغه د زور سامان خخه استفاده لوره شي

ګډ تدرسي هغه وخت غوره دی چې کله بزگران په لاسته راونو کې سهم ولري او په یوازي او په ګډ ډول کرل وکړاي شي.

د دې لپاره چې د بزگر باور او اعتماد حاصل کړي، د ترویج کارکوونکي بايد د تدریس دا هره طریقه په مناسب حالت کې په کار یوسې. په داسې کولو سره د ترویج اعتبار زیاتېږي او بزگر د زده کوونکي په صفت په دې باندې قادروي چې خه ناخه متقابل احترام ته وده ورکړي او د بسوونځۍ په څېر بدې خاطري له ځان سره یو نه سې.
هغه مهم فکتورونه چې د کومو له لاري د ترویج کارکوونکي بزگر سره باوري اړیکو ته وده ورکولای شي، په هغې کې شامل

دي:

- د فعاله اورېدو تمرین
- له بزگر سره تاکید کول
- د پوهې تراندازې پورې د احساساتو درک کول
- د اړوندو ساحو پونښنه
- د مهمو پښتنو په هکله څواب لټول
- په خپل ځان باور

۱. د فعاله اورېدو تمرین Practice Active Learning

د بزگر په خبره چې هغه يې د کولو کونښن کوي ځان پوه کړه، هسي نه یوازي چې فکر وکړي چې هغوي څه ويل غواړي که چېږي ته هغه څه چې بزگر يې ويل غواړي تکرارولو کې بریالی شوې، په داسې صورت کې چې هغه به د "هو" څواب ورکړي، د دې مانا دا ده چې دا کټ مت هغه څه دي "چې زه يې ويل غواړم" تا اورېدلې دې.

۲. تاکید کول:

تاسي باید له هر هغه څه سره موافقه ونکړئ چې بزگر يې وايي ته باید په ساده توګه په هغې ځان پوه کړي که چېږي ته خپل ځان په دې فکر، "دغه کس احمق دي"، بوخت ووينې، سمدلاسه له خپل ځان پونښنه وکړه! ولې دغه کس په دې خبره باوري دې؟ هغه له کوم ځای خخه رائحي؟ هغه څه شي دې پونښني ته اړ ایست؟ تاسي ته د نورو خلکو په درک کولو کې سخت کار کول دي تاسي ارومو:

- واورئ هغوي له کوم ځای خخه رائحي؟
- پوه شئ هغوي له کوم ځای خخه رائحي؟
- خرګندونه وکړئ چې تاسي پوهېږئ چې هغوي له کوم ځای خخه رائحي؟

هر هغه خوک چې پر موب پوه شي هغه په بحثونو کې د شريکولو حق ترلاسه کړي دي او په بدل کې به د هغه هم واورېدل شي، که خه هم هغه موب سره بحث وکړي. هر هغه خوک چې موب سره په شريکه کار وکړي موب سره د نه موافقې حق لري او اوس هم موب ته احترام لري او د دې ځانګړتياوې لري چې زموږ فکرونه بدل کړي.

د تاریخ په رينا کې ويلاقې شو، د پوهنتونونو یا پرمختیابی یا حکومتی ادارو خلکو د بالقوه مراجعینو اعتبار لاسته راولپولو کې ستونزې درلودلي دي ټکه چې دوي مراجعینو ته څوابونو او حلونو سره رائحي پرته له دې چې د مراجعینو پر پونښتو ځان پوه کړي په دې وسیله اعتبار منځته نه رائحي.

۳. د پوهې او احساساتو درک کول

د بزگر وينا ته، د هغوي وينا سره ورته احساساتو باندي غور ونيسه، خه چې تاسي وايئ او د ستاسي د وينا په بدل کې بزگر عکس العمل وګوره ته نن په حقیقت کې ډېر خوشاله بښکارېږي! خه خبره ده؟ یا مخکې په راتېتېدو، "ښاغليه، ته ډېر خوبن معلومېږي، آیا خه خبره ده؟"

۴. د اړونده ساحې پونښتنه Ask about related Area

بزگران په هغه خلکو د باور میلان لري کوم چې د هغوي او د هغوي د ژوندانه په باره کې د لازیاتو مالوماتو لپاره خپل وخت مصروفی د هغه مالوماتو پرخای چې په هغه ساعت کې تر بحث لاندې نیول کېږي. د ترویج کارکوونکي خوک چې د خپلې پوهې له ساحې خخه بیرون شیانو ته د پام کولو علاقمند وي او په فطري ډول دغه مینه خرګنده کړي په بزگر لازیات باوري اغږزه پړې باسي.

۵. لوبي پونښتنې کول Ask Great Questions

پرائیستې **Open-ended** پونښتنې تاسو دې ته اړباسې چې په هغه څه چې اورئ له مخکې قضاوت وکړئ هم د ویونکې په بدلولو او یا هم د مصنوعي کټګورۍ په تپلو هدف دا دی چې هغه څه واورئ چې ویونکې يې په خپلوا الفاظو کې وايي.

Be Confident about yourself

۶. په خپل ځان باور

د بزگ او خپل موضوع د موادو په باره کې معلومات نه يوازي دا چې ستا اعتماد او وړتیا جوروي بلکې د یو فشار اچولو ماحول د داخلېدو په وخت تا سره پر فشار باندي بریالیتوب کې مرسته هم کوي، د مثال په ډول د بزگر يا د بزگرانو ډلي سره حیاتي غونډه دا عمل د باور جورولو کې يو لوی فکتور ثابتیدا شې د دي تمرین هدف، په خاصه توګه د خه وخت لپاره د پوهې په يوه خبره خپله توجه ساتلو له لاري، په موقعه توګه د خپل ذهن داخلي پريشاني لري کول دي.

يو غوره کتاب د باور د ودي او د تمرکز (Focus) د ساتلو په هغه شيابو چې ته هڅه کوي چې اجرا يې کړي يو شمېر شيابو ته نفوته کوي چې دي پروسه کې باید ستا په ذهن کې وي دا کتاب ډیرو شيابو ته اشاره کوي فقط هغه خه په ياد ولئه چې د باور جورولو هڅو کې مرستندويه وي.

داد بزگر په هکله دي نه چې ستا

زه د چا په هکله فکر کوم؟

بزگر په دي هکله خه احساس کوي؟

پونښنه يوه غوره ځواب دي.

ستونزه دومره نه ده څومره چې په لومړي سر کې بزگر ویلي وو.

زه د کاينات محور نه يم.

زه په خپل او سنې روشن کې د چا خدمت کوم.

داد ټرموبې لوبه ده، نه داسې چې "رما" لوبه ده.

د فکر يوه نقطه ستاسي د ټول ژوند لپاره نه متهعد کوي.

هېڅکله دروغه مه واياست او یا ریښتیا مه پټوئ.

۱۲ هغه خه چې خپل ځان ته په یادوئ Things to remind yourself

بيا بيا يې تکرار کړئ: (په ریښتیا؟ آيا دا خبره صحيح ده؟ او بيا خه وشو؟

آيا ما تراوشه د جواب ورکولو حق ترلاسه کړئ؟

آيا زه په هره طریقه چې وي د بحث د ګټلو هڅه کوم؟ بېرته يې خبرواترو ته وګرځو.

د احساساتي پايلو مسئولیت په غاره واخلمه

د ستونزو ته د جواب ورکولو په ګوته کولو کې زيات ارزښت دی.

هیڅ وخت د هیڅ شی لپاره هیڅوک مه متهموئ.

۱۳. خلورمه ضميمه Appendix IV

د ترویج په چارو کې د بزگرانو شاملول

په عمومي ډول بزگرته د ترویج د کارکونکو د کتلوا درې لاري دي هره يوه چې تاسي له دي خخه انتخابوئ په ټوله نړۍ کې به بدلون رامنځته کړي، لکه خرنګه چې تاسي د خپلو چارو سره معامله کوي او تاسي او ستاسي پېغام او ستاسي سازمان ته د بزگرانو لخوا کتل کړوي.

بزگر د ګټه اخيستونکي په حېث

بزگر د منابعو په حېث

بزگر د موضوع په حېث

هر کله چې له بزگر سره د موضوع په خبر معامله کېږي، خه چې موب وایو دا دي چې یواخینې اهمیت موب او زموږ ادارې ته دا دي چې لکه د یوې ازمایشي مسئلي په ډول د هغه خه لپاره چې موب هڅه کوو اجرا یې کړو. دغسې ترتیب دا په ډاګه کوي، که صحیح وي که نه، چې موب په حقیقت د هغه خه لپاره چې بزگر یې د کولو کوبنښ کوي لبه اندېښه لرو. په داسې حالت کې موب په عامه توګه بزگر غیرفعال ګنو او د کړنلاري په تصویبولو او د پروګرام په پلي کولو کې یې د لري توجو مستحق ګنو. خرنګه چې دا خبره واضحه ده چې بزگران غیرفعال، زمود منونکي او لاس لاندې دي، هغوي هم د فعالیتونو په پایلو یا جريان کې د مسئولیت هېڅ احساس نه کوي، کوم چې موب واضح کړه چې دا یوازې موب پورې تعلق لري.

د ګته اخیستونکي په تعريف سره موب دا ویل غواړو چې د بزگر هدف یواخې زمود د کارونو خخه ګته اخیستل دي. موب خپل ځانونه ګورو او غواړو چې بزگران او لیدونکي زمود لوی سخاوت ته وګوري. دغه تعريف، بزگر د شي په خبر، هم بزگر غیرفعال او غېرمسئول ګني د هغوي یواخینې هدف زمود د کارنامو ګته اخیستل دي له دې پرته چې آيا هغوي دا فکر کوي که نه چې زمود کوم کار به وي چې هغوي ته به ګټور وي که نه.

د خط په منځ کې ورکړل شوی تعريف، بزگر ته د منابعو په خېر کتل او ورسه معامله کول د بزگر په هکله د ترویج په پروسه کې یو ډېر جلا نظر وړاندې کوي. کله چې موب بزگرانو ته منابعو په خېر ګورو، دا بیخی مهمه ده چې دوي به د ترویج فعالیت او یا پروژې په هري لویې برخې کې شاملو لای شي او یا لېټرلې له دوي سره به سلامشوره کولای شي. ترویج له ډېرې مودې خخه د دې مفکوري ملاتر کړي دی چې بزگران د هغه خه چې دوي یې تکل کړي ملاتر کوي. په حقیقت کې "کنفیوسس" یوه پخوانی چېنایي فلسفې چې وايې "هغه کس چې غواړي د یوې روانې کښتی په بېخ کې سوری وکړي یو له هغه کسانو خخه دی چې په کښتی کې سپور دی".

له دې کبله پلان جوړونه په ترویج کې د لاندې شیانو یقیني کولو کې مرسته کوي:

د اړوندو ضرورتونو په نظر کې نیولو سره د لازیات غوره پریکړو کولو پروسه داسې انګېرل چې بزگران د ربنتینې حقیقتونو په رابرسېره کولو کې برخه لري، هغوي به په فعاله توګه د خپلو مهمو ستونزو او دغه ستونزو لپاره د حلونو په ګوته کولو کې ګډون کوي.

- د بزگرانو ګډون د بدلون راوستلو ګړنديتوب کې ونډه لرلای شي هغه خوک چې په دې کې شامل دي د وروستني تدریسي پروګرام په خپرولو او قانوني کولو کې مرسته کولای شي.
- د پروګرام په انکشاف او وده کې ګډون د زده کړي یوه تجربه ده چې ګډونکونکي ته به د فعاله مشرتوب لپاره د تغیر په پروسه کې پوره آماده ګې او پوهه ورکو

۱۴. یادونه

په دې پانو کې لیکل شوي بېلا بېلې مفکوري، فکرونه، مقالې او حیاتي مضمومونه له پخوانيو اخستل شوي يا
برابر کړا شوي موادو خخه يا خو اخستل شوي او يا برابر کړا شوي دي چې ماخذونه يې په لاندې ډول دي.

1. Asianics Agro-Dev. International
2. Cornell University Cooperative Extension
3. Education through Cooperative Extension by Seavers, Graham, Gamon & Conklin
4. Extension Education & Rural Development by Crouch and Chamala
5. FAO Research, Extension and Training Division
6. International Service for National Agriculture Research (ISNAR)
7. Journal of Extension
8. Journal of Technology Education
9. Krisheworld Indian Agriculture
10. North Carolina State University Extension
11. North Dakota Extension Service
12. Project Monitoring and Evaluation in Agriculture: World Bank by Casley and Kumar
13. Rural America & Extension Service by Brunner & Yang
14. Taking the University to the People, by Rasmussen
15. University of Florida Extension
16. University of Kentucky Extension
17. University of Tennessee Extension
18. University of Wisconsin Extension
19. Wikipedia Online Encyclopedia

And likely countless others