

درباره تسهیلگری و تفاوت هایش با حمایت های خیریه ای

توان افزایشی درون زا و مشارکتی در جوامع محلی



راضیه زرگری تسهیلگری واژه ای است که از سهل و آسان کردن می آید؛ یکسری روش ها و تکنیک ها و مهارت هایی را شامل می شود که امور سخت را آسان و کمک می کند کارها ساده تر و با برنامه ریزی پیش برود. تسهیلگر کسی است که این فرآیند را هدایت می کند. یعنی در یک گروه باعث ایجاد گفت و شنود و صحبت کردن و تعامل می شود و یک جورهایی فضا را برای گفت و شنود و باز کردن گره ها فراهم می کند. این مجموعه روش ها و مهارت ها را تسهیلگری می نامند که می تواند در هر حوزه ای از آموزش گرفته تا توسعه فردی و اجتماعی و حوزه های روان شناسی اتفاق بیفتد.

هفته سوم اکتبر را به عنوان هفته جهانی تسهیلگری نام گذاری کرده و رویکردهای حوزه های مختلف تسهیلگری در این مدت مورد توجه قرار می گیرد. به همین بهانه با مینا کامران، تسهیلگر حوزه روستایی درباره این رویه توسعه اجتماعی صحبت کرده ایم.

تسهیلگری چه کمکی می تواند به توسعه و توان افزایشی جامعه بکند؟

با جمع آوری یکسری دیتاها و اطلاعات و برنامه ریزی برای اجرا و از طرفی پیش و ارزیابی آنها، این فرآیندها طراحی و تسهیل می شود. «رویکرد این کار کاملاً مشارکتی است، به طوری که از بدنه جامعه محلی برای اداره و اجرای کارها استفاده می شود. تسهیلگر با کمک جامعه محلی از طریق تشکیل گروه و ایجاد نهاد اجتماعی باعث افزایش تحرک اجتماعی در آن جامعه می شود و همین روند باعث ارتقای سرمایه های اجتماعی و ایجاد همبستگی در جامعه می شود. از طریق این همبستگی، برنامه ریزی برای انجام اموری که منجر به توسعه محلی می شود، شکل می گیرد.»

تفاوت تسهیلگری با حمایت های خیریه ای

تسهیلگری فرآیندی است که در راستای کاهش فقر، اهداف توسعه پایدار یا در راستای آموزش و بهداشت به کار گرفته می شود. «این نگاه در برابر نگاه های است که توسعه را از بیرون و از سمت بالادستی می نگرد، فرآیند تسهیلگری به توسعه به عنوان یک امر زیربنایی نگاه می کند که از طریق خود جامعه محلی صورت می گیرد، نه از طریق دولت یا نهاد های بیرونی. این فرق اصلی تسهیلگری با انجام امور خیریه و کارهایی است که آن جی اوها انجام می دهند. با این حال کارفرمای یک پروژه توسعه به روش تسهیلگری می تواند ان جی او باشد.»

با این حال کامران معتقد است کاری که در پروژه تسهیلگری انجام می شود کاملاً متفاوت از حمایت های خیریه ای و سازمان های مردم نهاد است. «تسهیلگری یک رویه است، ولی ان جی او و خیریه ها، نهاد و سازمان هستند که در حقیقت روش های خودشان را برای انجام فعالیت های بشردوستانه و حمایت های اجتماعی در مناطق کمتر برخوردار دارند.»

تسهیلگری روشی است که می تواند در فعالیت های سازمان های مردم نهاد نیز مورد استفاده قرار بگیرد، ولی کاری که در اغلب این نهادها انجام می شود، کمک های مستقیم و غیرمستقیم است. «اتفاقی که در ایران از سال های دور باب شده این است که خیریه ها پول مستقیم برای کمک و حمایت تزریق می کردند یا در قالب ساخت مدرسه و خانه بهداشت صرف می شده است.»

کارآفرینی بدون درک نیاز و بازار یا بی بی فایده است

این تسهیلگر می گوید: «الان رویکرد جدیدتری در حوزه کار ان جی اوها آمده است که کارهایی شبیه کارآفرینی انجام می دهند، یعنی به نوعی سعی در توانمندی اقتصادی گروه های آسیب پذیر دارند.» با این حال نمی توان گفت رویکرد آنها تسهیلگری است. فرآیندی که رخ می دهد با تسهیلگری فاصله دارد، زیرا بدون درک نیازهای درست جامعه محلی آن کارآفرینی اتفاق می افتد. مثلاً اینکه در یک روستایی اصنامی دانند که پتانسیل آدم های آنجا چیست و آیا اهل آن کار هستند یا نه.»

چیزی که در سال های اخیر زیاد دیده ایم؛ فراخوان های مختلف برای توانمندسازی مردم مناطق محروم؛ مثلاً اینکه مردم بیابید کمک کنید چرخ خیاطی بفرستیم برای فلان منطقه. «اما این سوال راز خود نمی پرسند که چرخ خیاطی بفرستیم که چه بشود؟ آیا بازاری برای فروش محصولات خیاطی وجود دارد؟ یا اینکه می آیند یکسری خانم راز در حوزه ای آموزش می دهند که اصلاً بازاری برایش وجود ندارد یا آموزش ها ناقص اتفاق می افتد. اینکه صرفاً چرخ خیاطی به گروهی از افراد بدهیم تا بتوانند دوخت و دوز کنند، کافی نیست. کاری که در فرآیند تسهیلگری انجام می شود این است که سوال هادر ابتدای کار مطرح و پاسخ هابرسی شود. آیا این محصول خیاطی در این منطقه بازار دارد؟ آیا این افراد خودشان می توانند مشتری هایشان را پیدا کنند و محصولاتشان را بفروشند؟»

فروش محصولات در بازار چه خیریه، ایترا سازی کارآفرینی است

این پیگیری ها و پشتیبانی ها معمولاً در فرآیند حمایت های سازمانی اتفاق نمی افتد یا اینکه نهایتاً در بازار چه ای که توسط همان خیریه راه افتاده محصولات این افراد به فروش می رسد. کامران معتقد است این طور کار کردن ایترا سازی کارآفرینی است، زیرا آن آدم همواره بیبوسته و وابسته به نهاد و سازمان خیریه ای و حمایت کننده باقی می ماند.

درک نیاز و مطالبه در این بین مهم ترین نکته است. تمایز

دیگر برنامه ریزی مشارکتی کاری است که توسط تسهیلگر اتفاق می افتد. برای حل مسائل آن جامعه با تکیه بر داشته ها و دانش و هنر بومی خود مردم. تسهیلگر به توان افزایشی جامعه محلی کمک و بسترهای مشارکت را ایجاد و تقویت می کند.»

وام هایی که گرفته می شود ولی به کارآفرینی نمی رسد

روستاهای کشور ما بسیار زیاد است. وسعت روستاها هم بسیار است و به همان اندازه حجم مشکلات آنها هم بزرگ و عمیق است. مینا کامران با مطرح کردن این سوال که فکر می کنید به چند درصد از این روستاها و روستائین ها می توان برای توانمندسازی و توسعه زندگی شان رسیدگی کرد؟ تاکید می کند: «نهادهای سازمان های حمایتی مثل بنیاد برکت و بنیاد علوی که پول های کلان در اختیار

تسهیلگری با دیگر حمایت ها دقیقاً همین نکته است؛ مینا کامران می گوید: «تفاوتی که تسهیلگری از این منظر دارد این است؛ تاجایی که بتواند در خواسته ها و نیازهای آدم ها عمیق می شود و آنقدر جلسات مختلف برگزار می کند که ریز همه چیز را قبل از اقدام به کار در بیارود.» مثالی که این تسهیلگر برای توضیح بیشتر این فرآیند می آورد، سوزن دوزی سیستان و بولچستان است. «سوزن دوزی زبورآلات در سیستان در حال حاضر خیلی مد شده و همه برای کمک به توانمندسازی مردم روی این هنر بومی تمرکز می کنند و بسیاری از روستاها به این سمت رفته اند. در صورتی که این واقعیت رانمی دانند که این بازار اشباع شده و فروش زبورآلات سوزن دوزی در آن منطقه به اشباع رسیده است. مردم یک چیزی شنیده اند و

روستاتیش یک کارآفرینی اجتماعی است که مبنایش حل

مشکلات اجتماعی در جوامع روستایی است و به گفته کامران رویکردش با کارآفرینی اقتصادی که بر مبنای پیشینه فعالیت های اجتماعی و حل مشکلات روستاهاست و ابزار ما فروش محصولات روستایی از طریق پلتفرم فروش آنلاین به همین اسم و درصدی از سود به خود روستا برمی گردد تا صرف پروژه های تعریف شده شود. در حال حاضر فعالیت هایی مثل بازگرداندن دختران بازمانده از تحصیل و آموزش آفلاین و آنلاین دانش آموزان دختر در زمینه توسعه پروژه های اجتماعی روستایی مورد توجه این مجموعه است و در کنارش فعالیت های محیط زیستی مثل احیای قنات و کمک به حفظ جنگل.»



دارند و از سمت نهاد های رسمی هم حمایت می شوند، یکسری اقدامات توسعه روستایی را در دستور کار خود قرار داده اند که البته به عقیده من نفعدهای زیادی بر آن وارد است. رویکردی که این نهادها دارند نیز اغلب کمی گراست و کیفیت خیلی وقت ها فدای کمیتمی شود.»

وام های خرد و ایجاد کسب و کار، کاری است که بنیادهای خیریه ای بزرگ در روستاها انجام می دهند. ولی به گفته کامران از نفس کار که شاید توان افزایشی و توسعه درون زاست، باز می ماند. «روش های زیاد دور زدن برای سود جوها وجود دارد که در بسیاری از مواقع می بینیم وام گرفته شده، ولی اتفاقی نیفتاده است. من خودم بارها شاهد این قضیه بوده ام که ناظران از طرف بنیادهای حمایتی برای بررسی می آیند تا ببینند این وام به اشتغال و کارآفرینی رسیده است یا نه؛ که به راحتی آنها را از هدف منحرف می کنند. البته نمی توان بر روستایی هم خرده گرفت، زیرا آنقدر به مبلغ وام نیاز داشته که آن را به زخم دیگری زده است. ولی به هر حال آن اتفاقی که باید نمی افتد.»

روستاتیش، از تولید محتوا و فروش تا مشارکت در توسعه روستا

روستاتیش یک فروشگاه اینترنتی برای فروش محصولات روستایی است که در راستای اهداف تسهیلگری شکل گرفته است. «ایده روستاتیش بر اساس همین رویکرد توسعه درون زا و توان افزایشی روستایی شکل گرفته، به طوری که گروه هایی که کار توان افزایشی در روستاها می کردند، بعد از خروج از روستا و منطقه متوجه شدند روستایی ها با مشکل فروش محصولاتشان مواجه اند.»

او معتقد است: «انتظار زیادی است که بخواهیم صرفاً تصادف تولید تا فروش محصول توسط خود جامعه روستایی رخ بدهد. هر چند که این اتفاق هم در صورتی که رخ بدهد بسیار مبارک است. اما دسترسی جوامع محلی به بازارها محدودتر است. مشکل اینترنت و کمبود ابزارها و تکنولوژی در کنار آموزش که در حوزه مارکتینگ و فروش ندیده اند و توان رقابتی آنها نسبت به افرادی که در شهر تحصیل کرده و کار می کنند، کمتر است.»

همین می شود که محصولات روستایی توان رقابتی شان در تولید محتوا در فضای مجازی و روایت قصه تولید محصول نسبت به شهرها کمتر می شود. البته ما نمونه های موفق را در روستاها داریم که فروش محصول شان را هم با موفقیت انجام می دهند. ولی اگر بخواهیم به صورت کلی نگاه کنیم این اتفاق نادر است.»

یک کارآفرینی اجتماعی که به سود بیشتر فکر نمی کند

روستاتیش برای پر کردن این خلأها شکل گرفته؛ «گروه های بسیاری در روستاها هستند و دارند کار تولید انجام می دهند، از صنایع دستی تا محصولات کشاورزی و دامی. روستاتیش با این ایده که کنار این تولیدکننده ها قرار بگیرد و در حوزه مارکتینگ و تولید محتوا و بازاریابی کمک کننده باشد و به فرآیند فروش شان کمک کند، شکل گرفت. از طرف دیگر خدمات پشتیبانی و خدمات پس از فروش هم خواهند داشت.»

این تسهیلگر روستایی توضیح می دهد که یک درصدی از فروش محصولات روستا برای انجام کار توسعه ای در همان روستا اختصاص داده می شود. به هر حال بیشترین روستاهایی که روستاتیش با آنها کار می کند، این اتفاق خوب را رقم زده اند و نیاز دارند که با فروش محصولات خود به پیشرفت پروژه های روستایی کمک کنند. روستاتیش هم به فروش محصول آنها کمک می کند و هم خود روستائیان را در توسعه روستاها هم می کند.

روستاتیش یک کارآفرینی اجتماعی است که مبنایش حل مشکلات اجتماعی در جوامع روستایی است و به گفته کامران رویکردش با کارآفرینی اقتصادی که بر مبنای پیشینه کردن سود است، تفاوت دارد. «مبنای ما بهینه کردن فعالیت های اجتماعی و حل مشکلات روستاهاست و ابزار ما فروش محصولات روستایی از طریق پلتفرم فروش آنلاین به همین اسم و درصدی از سود به خود روستا برمی گردد تا صرف پروژه های تعریف شده شود.»

در حال حاضر فعالیت هایی مثل بازگرداندن دختران بازمانده از تحصیل و آموزش آفلاین و آنلاین دانش آموزان دختر در زمینه توسعه پروژه های اجتماعی روستایی مورد توجه این مجموعه است و در کنارش فعالیت های محیط زیستی مثل احیای قنات و کمک به حفظ جنگل.»