

## تسهیلگری و تفاوت‌هایش با حمایت‌های خیریه‌ای

تهران (پانا) - تسهیلگری واژه‌ای است که از سهل و آسان کردن می‌آید؛ یکسری روش‌ها و تکنیک‌ها و مهارت‌هایی را شامل می‌شود که امور سخت را آسان و کمک می‌کند کارها ساده‌تر و با برنامه‌ریزی پیش برود.

به‌گزارش شهروند، تسهیلگر کسی است که این فرآیند را هدایت می‌کند. یعنی در یک گروه باعث ایجاد گفت و شنود و صحبت و تعامل می‌شود و یک‌چورهایی فضا را برای گفت و شنود و باز کردن گره‌ها فراهم می‌کند. این مجموعه روش‌ها و مهارت‌ها را تسهیلگری می‌نامند که می‌تواند در هر حوزه‌ای از آموزش گرفته تا توسعه فردی و اجتماعی و حوزه‌های روان‌شناسی اتفاق بیفتد.

هفته سوم اکتبر را به عنوان هفته جهانی تسهیلگری نام‌گذاری کرده و رویکردهای حوزه‌های مختلف تسهیلگری در این مدت مورد توجه قرار می‌گیرد. به همین بهانه با مینا کامران، تسهیلگر حوزه روستایی درباره این روبه توسعه اجتماعی صحبت کرده‌ایم.

تسهیلگری چه کمکی می‌تواند به توسعه و توان‌افزایی جامعه بکند؟  
با جمع‌آوری یکسری دیتاها و اطلاعات و برنامه‌ریزی برای اجرا و از طرفی پایش و ارزیابی آنها، این فرآیندها طراحی و تسهیل می‌شود. رویکرد این کار کاملاً مشارکتی است، به طوری که از بدنه جامعه محلی برای اداره و اجرای کارها استفاده می‌شود. تسهیلگر با کمک جامعه محلی از طریق تشکیل گروه و ایجاد نهاد اجتماعی باعث افزایش تحرک اجتماعی در آن جامعه می‌شود و همین روند باعث ارتقای سرمایه‌های اجتماعی و ایجاد همبستگی در جامعه می‌شود. از طریق این همبستگی، برنامه‌ریزی برای انجام اموری که منجر به توسعه محلی می‌شود، شکل می‌گیرد.

تفاوت تسهیلگری با حمایت‌های خیریه‌ای  
تسهیلگری فرآیندی است که در راستای کاهش فقر، اهداف توسعه پایدار یا در راستای آموزش و بهداشت به کار گرفته می‌شود. این نگاه در برابر نگاهی است که توسعه را از بیرون و از سمت بالادستی می‌نگرد. فرآیند تسهیلگری به توسعه به عنوان یک امر زیربنایی نگاه می‌کند که از طریق خود جامعه محلی صورت می‌گیرد، نه از طریق دولت یا نهادهای بیرونی. این فرق اصلی تسهیلگری با انجام امور خیریه و کارهایی است که ان‌جی‌سی‌ها و اوها انجام می‌دهند. با این حال کارفرمای یک پروژه توسعه به روش تسهیلگری می‌تواند ان‌جی‌سی‌ها و اوها را در پیروسی و با او باشد.

با این حال کامران معتقد است کاری که در پیروسی تسهیلگری انجام می‌شود کاملاً متفاوت از حمایت‌های خیریه‌ای و سازمان‌های مردم‌نهاد است. تسهیلگری یک رویه است، ولی ان‌جی‌سی‌ها و اوها خیریه‌ها، نهاد و سازمان هستند که در حقیقت روش‌های خودشان را برای انجام فعالیت‌های بشردوستانه و حمایت‌های اجتماعی در مناطق کمتر برخوردار دارند.

تسهیلگری روشی است که می‌تواند در فعالیت‌های سازمان‌های مردم‌نهاد نیز مورد استفاده قرار بگیرد، ولی کاری که در اغلب این نهادها انجام می‌شود، کمک‌های مستقیم و غیرمستقیم است. اتفاقی که در ایران از سال‌ها پیش در باب شده این است که خیریه‌ها پول مستقیم برای کمک و حمایت تزریق می‌کردند یا در قالب ساخت مدرسه و خانه بهداشت صرف می‌شده است.

کارآفرینی بدون درک نیاز و بازاریابی بی‌فایده است  
این تسهیلگر می‌گوید: «الان رویکرد جدیدتری در حوزه کار ان‌جی‌سی‌ها و اوها آمده است که کارهایی

شبهه کارآفرینی انجام می‌دهند، یعنی به نوعی سعی در توانمندی اقتصادی گروه‌های آسیب‌پذیر دارند. با این حال نمی‌توان گفت رویکرد آنها تسهیلگری است. فرآیندی که رخ می‌دهد با تسهیلگری فاصله دارد، زیرا بدون درک نیازهای درست جامعه محلی آن کارآفرینی اتفاق می‌افتد. مثلاً اینکه در یک روستایی اصلاً نمی‌دانند که پتانسیل آدم‌های آنجا چیست و آیا اهل آن کار هستند یا نه.

چیزی که در سال‌های اخیر زیاد دیده‌ایم؛ فراخوان‌های مختلف برای توانمندسازی مردم مناطق محروم؛ مثلاً اینکه مردم بیابید کمک کنید چرخ خیاطی بفرستیم برای فلان منطقه. اما این سوال را از خود نمی‌پرسند که چرخ خیاطی بفرستیم که چه بشود؟ آیا بازاری برای فروش محصولات خیاطی وجود دارد؟ یا اینکه می‌آیند یکسری خانم را در حوزه‌های آموزش می‌دهند که اصلاً بازاری برایش وجود ندارد یا آموزش‌ها ناقص اتفاق می‌افتد. اینکه صرفاً چرخ خیاطی به گروهی از افراد بدهیم تا بتوانند دوخت‌دوز کنند، کافی نیست. کاری که در فرآیند تسهیلگری انجام می‌شود این است که سوال‌ها در ابتدای کار مطرح و پاسخ‌ها بررسی شود. آیا این محصول خیاطی در این منطقه بازار دارد؟ آیا این افراد خودشان می‌توانند مشتری‌هایشان را پیدا کنند و محصولات‌شان را بفروشند؟

فروش محصولات در بازارچه خیریه، ابترسازی کارآفرینی است این پیگیری‌ها و پشتیبانی‌ها معمولاً در فرآیند حمایت‌های سازمانی اتفاق نمی‌افتد یا اینکه نهایتاً در بازارچه‌های که توسط همان خیریه راه افتاده محصولات این افراد به فروش می‌رسد. کامران معتقد است این‌طور کار کردن ابترسازی کارآفرینی است، زیرا آن آدم همواره پیوسته و وابسته به نهاد و سازمان خیریه‌ای و حمایت‌کننده باقی می‌ماند.

درک نیاز و مطالبه در این بین مهم‌ترین نکته است. تمایز تسهیلگری با دیگر حمایت‌ها دقیقاً همین نکته است؛ مینا کامران می‌گوید: تفاوتی که تسهیلگری از این منظر دارد این است؛ تا جایی که بتواند در خواسته‌ها و نیازهای آدم‌ها عمیق می‌شود و آنقدر جلسات مختلف برگزار می‌کند که ریز همه چیز را قبل از اقدام به کار دربیانورد. مثالی که این تسهیلگر برای توضیح بیشتر این فرآیند می‌آورد، سوزن‌دوزی سیستان و بلوچستان است. سوزن‌دوزی زیورآلات در سیستان در حال حاضر خیلی مد شده و همه برای کمک به توانمندسازی مردم روی این هنر بومی تمرکز می‌کنند و بسیاری از روستاها به این سمت رفته‌اند. در صورتی که این واقعیت را نمی‌دانند که این بازار اشباع شده و فروش زیورآلات سوزن‌دوزی در آن منطقه به اشباع رسیده است. مردم یک چیزی شنیده‌اند و مثلاً می‌گویند ما می‌توانیم سوزن‌دوزی انجام دهیم اگر مواد اولیه را در اختیار ما قرار دهید. در صورتی که وقتی به این خواسته عمیق می‌شویم بینیم ابعاد دیگری دارد که باید بررسی شود و با یک جلسه صحبت‌کردن این اتفاق نمی‌افتد. با این حال سازمان‌های مردم‌نهاد معمولاً این زمان را برای موشکافی کار و روند نمی‌گذارند و خیلی سریع می‌گویند خب بیابید یک کارگاه بزنیم و شما مشغول سوزن‌دوزی شوید. این تفاوت اصلی بین رویکرد و روش انجام تسهیلگری و ان‌جی‌سی‌اوهاست.

تسهیلگر به توان‌افزایی جامعه محلی کمک می‌کند کاری که تسهیلگر انجام می‌دهد به نوعی ارتباط برقرار کردن میان ذی‌نفعان مختلف در یک پروژه است. تسهیلگر می‌تواند فضای گفت‌وگو و ارتباط موثر را ایجاد کند تا خودشان به حل مشکل‌شان برسد. این فرآیند به صورتی است که اول از همه به نیازهایشان فکر می‌کنند و ظرفیت‌ها و پتانسیل‌هایشان را بشناسند و از طریق همان پتانسیل‌ها به تحقق نیازها و خواسته‌هایشان بینجامد. به بیان دیگر برنامه‌ریزی مشارکتی کاری است که توسط تسهیلگر اتفاق می‌افتد. برای حل مسائل آن جامعه با تکیه بر داشته‌ها و دانش و هنر بومی خود مردم. تسهیلگر به توان‌افزایی جامعه محلی کمک و بسترهای مشارکت را ایجاد و تقویت می‌کند.

وام‌هایی که گرفته می‌شود ولی به کارآفرینی نمی‌رسد 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 می‌کنید به چند درصد از این روستاها و روستانشین‌ها

می‌توان برای توانمندسازی و توسعه زندگی‌شان رسیدگی کرد؟ تاکید می‌کند: «نهادهای سازمان‌های حمایتی مثل بنیاد برکت و بنیاد علوی که پول‌های کلان در اختیار دارند و از سمت نهادهای رسمی هم حمایت می‌شوند، یکسری اقدامات توسعه روستایی را در دستور کار خود قرار داده‌اند که البته به عقیده من نقدهای زیادی بر آن وارد است. رویکردی که این نهادها دارند نیز اغلب کمی‌گراست و کیفیت خیلی وقت‌ها فدای کمیت می‌شود.»

وام‌های خرد و ایجاد کسب‌وکار، کاری است که بنیادهای خیریه‌ای بزرگ در روستاها انجام می‌دهند. ولی به گفته کامران از نفس کار که شاید توان‌افزایی و توسعه درون‌زا است، باز می‌ماند. «روش‌های زیاد دور زدن برای سودجوها وجود دارد که در بسیاری از مواقع می‌بینیم وام گرفته شده، ولی اتفاقی نیفتاده است. من خودم بارها شاهد این قضیه بوده‌ام که ناظران از طرف بنیادهای حمایتی برای بررسی می‌آیند تا ببینند این وام به اشتغال و کارآفرینی رسیده است یا نه؛ که به راحتی آنها را از هدف منحرف می‌کنند. البته نمی‌توان 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 نمی‌افتد.»

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 درون‌زا و توان‌افزایی روستایی شکل گرفته، به طوری که گروه‌هایی که کار توان‌افزایی در روستاها می‌کردند، بعد از خروج از روستا و منطقه متوجه شدند روستایی‌ها با مشکل فروش محصولات‌شان مواجه‌اند.»

او معتقد است: «انتظار زیادی است که بخواهیم صفر تا صد تولید تا فروش محصول توسط خود جامعه روستایی رخ بدهد. هرچند 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 آموزشی که در حوزه مارکتینگ و فروش ندیده‌اند و توان رقابتی آنها نسبت به افرادی که در شهر تحصیل کرده و کار می‌کنند، کمتر است.»

همین می‌شود که محصولات روستایی توان رقابتی‌شان در تولید محتوا در فضای مجازی و روایت قصه تولید محصول نسبت به شهرها کمتر می‌شود. «البته ما نمونه‌های موفقی را در روستاها داریم که فروش محصول‌شان را هم با موفقیت انجام می‌دهند. ولی اگر بخواهیم به صورت کلی نگاه کنیم این اتفاق نادر است.»

یک کارآفرینی اجتماعی که به سود بیشتر فکر نمی‌کند روستاتیش برای پر کردن این خلأها شکل گرفته؛ «گروه‌های بسیاری در روستاها هستند و دارند کار تولید انجام می‌دهند، از صنایع دستی تا محصولات کشاورزی و دامی. روستاتیش با این ایده که کنار این تولیدکننده‌ها قرار بگیرد و در حوزه مارکتینگ و تولید محتوا و بازاریابی کمک‌کننده باشد و به فرآیند فروش‌شان کمک کند، شکل گرفت. از طرف دیگر خدمات پشتیبانی و خدمات پس از فروش هم خواهند داشت.»

این تسهیلگر روستایی توضیح می‌دهد که یک درصدی از فروش محصولات روستا برای انجام کار توسعه‌ای در همان روستا اختصاص داده می‌شود. به هر حال بیشترین روستاهایی که روستاتیش با آنها کار می‌کند، این اتفاق خوب را رقم زده‌اند و نیاز دارند که با فروش محصولات خود به پیشرفت پروژه‌های روستایی کمک می‌کنند. روستاتیش هم به فروش محصول آنها کمک می‌کند و هم خود روستاییان را در توسعه روستا سهیم می‌کند.

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 بیشینه کردن سود است، تفاوت دارد. «مبنای ما بهینه کردن فعالیت‌های 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 برمی‌گردد تا صرف پروژه‌های تعریف‌شده شود.»

در حال حاضر فعالیت‌هایی مثل بازگرداندن دختران بازمانده از تحصیل و آموزش آفلاین و آنلاین دانش‌آموزان دختر در زمینه توسعه پروژه‌های اجتماعی روستایی مورد توجه این مجموعه است و در کنارش فعالیت‌های محیط‌زیستی مثل احیای قنات و کمک به حفظ جنگل.