

فرآیند برنامه ریزی در اقتصاد خانه با تاکید بر

شیوه‌های مناسب تولید و مصرف

■ محمد رضا محبوبی

● قسمت دوم



■ نظارت و ارزشیابی برنامه

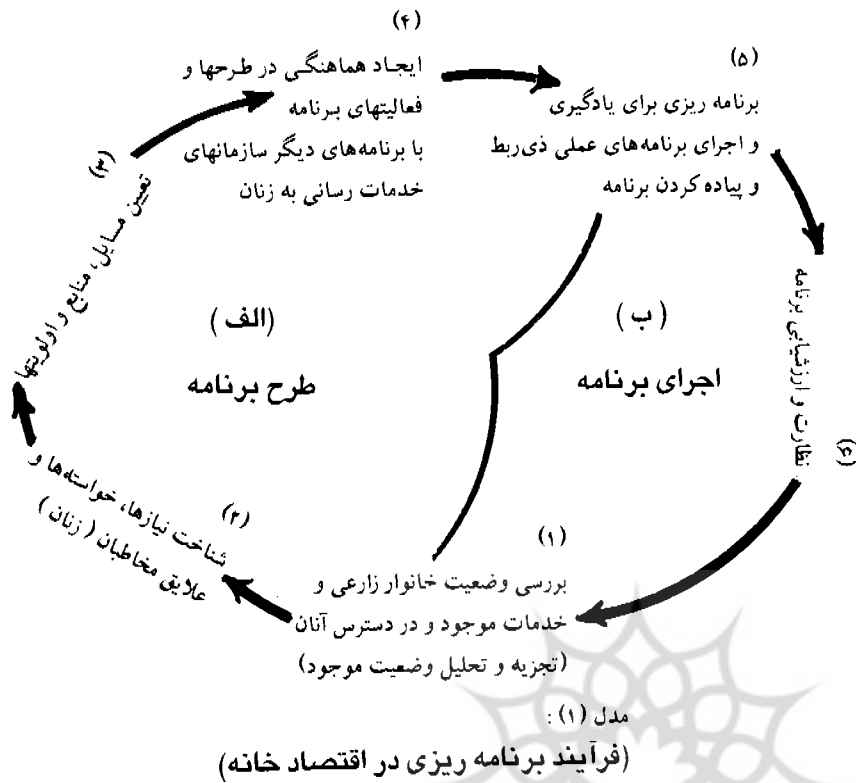
یکی از مراحل مهم در فرآیند برنامه ریزی اقتصاد خانه، "مرحله نظارت و ارزشیابی" است. "ارزشیابی" عبارت از، فرآیندی منظم در ارزیابی اهمیت و ارزش بالفعل و بالقوه برنامه‌های ترویجی است. فرآیند مزبور شامل موارد زیر می‌شود:

الف - تعیین معیارهای لازم با توجه به نقطه نظرهای مخاطبان ترویج برای ارزشیابی
ب - مشاهده و جمع آوری داده‌های مرتبط با معیارهای مزبور

ج - تدارک اطلاعات لازم و کافی به نحوی که پاسخگوی مقاصد مورد نظر از ارزشیابی باشد.
(۲، ص ۵۲۶)

"نظارت" عبارت است از مشاهده و جمع‌آوری اطلاعات مورد نظر پیرامون نحوه استفاده از نهاده‌های طرح، روشن کردن فعالیت‌های طرح، پیدایش به موقع ستانده‌های طرح و شرایطی که برای اجرای موثر طرح لازم و مهم است. شاخص‌های مورد استفاده در زمینه نظارت عبارت است از تعداد کشاورزان طرف تماس مروج کشاورزی در روستا، تعداد دیدارهای به عمل آمده توسط مروجین و غیره.
(۲، ص ۵۲۹)

همانگونه که از تعاریف برمی‌آید، ارزشیابی و نظارت، در حقیقت ضامن تداوم هر طرح و برنامه‌ای است. در بحث ارزشیابی برنامه‌های اقتصاد خانه، یکی از فعالیت‌هایی که ابتدا می‌باید توسط



مجریان و برنامه ریزان مد نظر قرار گیرد، تعیین "شاخص"ها یا "معیار"هاست. به عنوان مثال معیارهای ارزشیابی در فعالیتهای اقتصاد خانه می‌تواند شامل مواردی چون، تعداد زنان روستایی که روش خاصی را در انجام فعالیتهای داخل منزل خود برگزیده‌اند، تغییر در کیفیت زندگی و استانداردهای زندگی خانواده روستایی، تغییر و تحول در معلومات، گرایشها، مهارتها و سطح آرزوهای مخاطبان برنامه (زنان)، درصد مخاطبین "هدف" که در برنامه مشارکت دارند، نوع و میزان آموزشهای ارائه شده، تعداد دیدارها و ملاقاتها و مواردی از این قبیل باشد.

ملاحظات اساسی در نظارت عبارت است از اینکه آیا ملاقات مروج خانه‌داری طبق برنامه پیش‌بینی شده انجام می‌گیرد؟ آیا از سوی او توصیه‌های مناسب به زنان روستایی ارائه می‌شود؟ آیا زنان روستایی روشهای پیشرفته را در خانه‌داری و فعالیتهای مرتبط با آن می‌پذیرند؟ و مواردی از این قبیل. اطلاعات مورد نیاز در این مرحله، از طریق مصاحبه با مخاطبان برنامه (زنان) قابل دستیابی است.

بدین ترتیب بهره‌گیری از نظارت و ارزشیابی در فرآیند برنامه ریزی اقتصاد خانه، اطلاعاتی را به مدیریت برنامه‌های اقتصاد خانه ارائه می‌دهد که وی را از کارایی عملیات سازمان ترویج در زمینه این برنامه‌ها، آگاه می‌سازد. در عین حال هرگونه کوتاهی

روستایی، به عنوان نیروهای معین مروجین خانه‌داری، قدم مثبت دیگری در ارائه این برنامه بود، به گونه‌ای که در شرایط کنونی برنامه‌های ترویج خانه‌داری منحصر به مناطق روستایی نبوده، مناطق شهری را نیز شامل می‌شود. نکته مهم دیگر در برنامه‌های اقتصاد خانه در این کشور، همگامی موضوعات آموزشی با پیشرفتهای علمی است، به گونه‌ای که موضوعات آموزشی برای اعضای خانوار، با توجه به تغییرات موجود در جوامع شهری و روستایی است. موضوعات آموزشی چون استفاده صحیح از انرژی (برق، سوخت و ...)، تعمیر وسایل خانگی، استفاده از کامپیوتر در منزل و مواردی از این قبیل، از این نمونه است. در کشور ما نیز با توجه به طرح مباحث نوینی چون بهره‌وری در منابع مادی و انسانی و بذل توجه دولت به مناطق روستایی به عنوان کانونهای تولید و لزوم ارتقای سطح معلومات و مهارت اعضای خانوار، بخصوص زنان، برنامه‌های اقتصاد خانه می‌تواند اثرات مهمی بر جای گذارد. بدیهی است زمانی این برنامه با

و نقص را که در بعضی از مناطق و حوزه‌ها مشاهده می‌شود، می‌توان با اقدامات اصلاحی از میان برداشت.

نتیجه‌گیری

برنامه‌های اقتصاد خانه، با هدف ارتقای سطح معلومات و دانش اعضای خانوار روستایی و حتی شهری، به منظور استفاده صحیح و مطلوب آنان از امکانات و منابع موجود در زندگی و هماهنگی آنان با پیشرفتهای جوامع بشری، در زمینه علم خانه‌داری است. روند تاریخی ترویج خانه‌داری نشان می‌دهد که این برنامه‌ها عمدتاً در کشور آمریکا و از مناطق روستایی و در ارتباط با دانشکده‌های کشاورزی آغاز شد، به گونه‌ای که مواد آموزشی این برنامه‌ها از طریق این دانشکده‌ها تامین می‌شد. تشکیل گروههای اقتصاد خانه و تربیت مروجین خانه‌داری از اقدامات مهمی بود که تحول عظیمی در فعالیتهای ترویج خانه‌داری در آمریکا ایجاد نمود. تاسیس انجمن‌های علوم خانه‌داری و بهره‌گیری از توان دختران

موفقیت همراه خواهد بود که انجام آن با تکیه بر یک برنامه ریزی علمی باشد.

فرآیند برنامه ریزی در اقتصاد خانه، مبتنی بر مراحل طی چون بررسی وضعیت خانوار زراعی و خدمات موجود و در دسترس آن، شناخت نیازها، خواسته‌ها و علایق مخاطبان، تعیین مسایل، منابع اولویتها، ایجاد هماهنگی در طرحها و فعالیت‌های برنامه‌های دیگر سازمان‌های خدمات رسانی به زنان، برنامه ریزی برای یادگیری و پیاده کردن برنامه و نظارت و ارزشیابی می‌باشد.

بررسی وضعیت خانوار زارعی مبتنی بر شناخت ویژگی‌های فیزیکی و تکنولوژیکی، ویژگی‌های اقتصادی و اجتماعی، و نقش خدمات ترویج می‌باشد. نوع وسایل و تجهیزات مورد استفاده در منزل و میزان کارایی آنها، محدودیتهای تولید در منزل، روشها و فنون تولید و مصرف، سطوح تحصیلی و سواد اعضای خانوار، تمایل اعضای خانوار به پذیرش ایده‌های نو، تعداد کارکنان ترویج، سطح آموزش مروجین و امکانات ترویج از مواردی است که در این مرحله مورد بررسی قرار می‌گیرد.

بررسی نیازها و علایق مخاطبان برنامه - خصوصاً زنان و دختران - مرحله بعدی در فرآیند برنامه ریزی اقتصاد خانه است. اهمیت این شناخت از آنجا ناشی می‌شود که زمانی می‌توان به استقبال مخاطبان از برنامه‌ها امیدوار بود که برنامه آموزشی براساس علایق و نیازهای آنان تدارک دیده شود. علاوه بر این ویژگی‌های روحی و روانی، نوع مشاغل و وظایف هر فرد بر روی نوع نیازمندیها و علایق وی اثر می‌گذارد که لازم است در این مرحله توجه کافی بدان مبذول شود.

در مرحله بعد مهمترین مسائل مخاطبان مشخص می‌شود و بعد از شناخت منابع موجود و در دسترس، با توجه به اولویت بندی موضوعات آموزشی اقدام می‌شود. سپس جهت حصول به نتایج مثبت، ضروری است هماهنگی با سایر سازمان‌های فعال و مرتبط در امر فعالیت‌های داخل منزل به عمل آید. تنوع فعالیت‌های داخل منزل، آن را با سازمانها و ارگان‌های مختلفی مرتبط می‌سازد. اگر مسائل

بهداشتی منزل با سازمان‌های بهداشتی است، تولید محصولات باغی در داخل منزل، به سازمان‌های کشاورزی مرتبط است. بدیهی است جهت انجام یک فعالیت آموزشی در خصوص این دو موضوع، بهره‌گیری از نظر متخصصان آن، می‌تواند نتایج مثبتی به بار آورد.

در مرحله پنجم از فرآیند برنامه ریزی، مساله مهم توجه به نیازهای آموزشی مخاطبان، توجه به تفاوت‌های فردی و تدارک مواد و وسایل آموزشی و انتخاب روش‌های آموزشی مناسب مطرح می‌شود. در این مرحله توجه به ارزش‌های حاکم بر جوامع روستایی، شناسایی رهبران محلی خصوصاً در بین زنان و بهره‌گیری از رهبران داوطلب - خصوصاً از بین دختران روستایی - حائز اهمیت زیادی است. همچنین در این مرحله می‌توان از تشکلهای سنتی زنان - نظیر تعاونی‌های سنتی، گروه‌های مذهبی و فرهنگی - به نحو مطلوبی در اجرای برنامه استفاده کرد.

آخرین بخش از این فرآیند، نظارت و ارزشیابی است که یکی از مهمترین مراحل فرآیند مذکور به حساب می‌آید. ارزشیابی با توجه به ملاکها و شاخصهای معتبر و قابل سنجش باید انجام گیرد و نظارت به عنوان فعالیتی در جهت چگونگی استفاده از نهادهای طرح، روشن کردن فعالیت‌های طرح و مواردی از این قبیل مطرح است. زمانی می‌توان به موفقیت یک برنامه اقتصاد خانه امیدوار بود که مراحل برنامه ریزی آن با توجه به ارتباط و هماهنگی این مراحل و توجیه کادر برنامه ریز و مجری (مروجین خانه‌داری) همراه باشد. علاوه بر این، با توجه به بحث شیوه‌های مناسب تولید و مصرف، لازم است برنامه ریزان با شناخت روش‌های تولید و مصرف، در درون خانواده و فرهنگ تولید و مصرف حاکم بر آن، محتوای برنامه‌های آموزشی را با جهت‌گیری به سوی شیوه‌های مناسب در تولید و مصرف تنظیم نمایند. در این روند توجه به منابع انسانی (نیروی جسم و فکر آن) و منابع مادی (مواد اولیه و منابع مالی) در درون خانوار حائز اهمیت است تا مشخص شود نسبت منابع تولید شده به منابع مصرف شده در چه حدی است.

■ پیشنهادهای

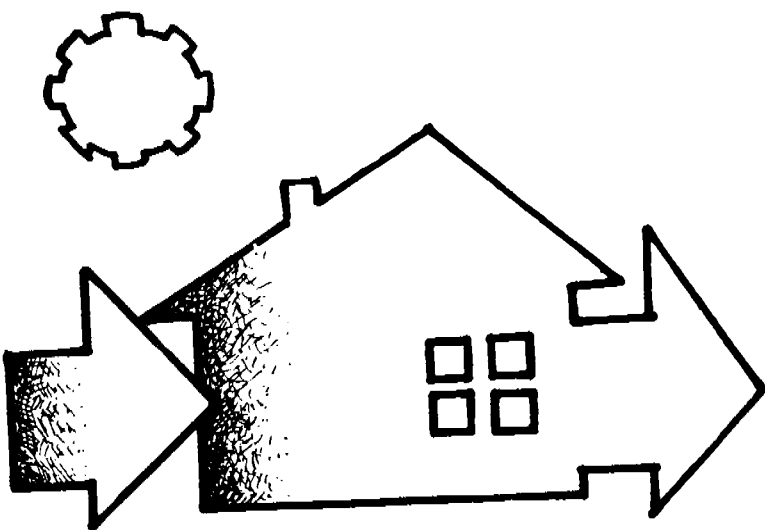
انجام فعالیتهای اقتصاد خانه با تاکید بر شیوه‌های مناسب تولید و مصرف، مستلزم تمهیداتی است که بدانها اشاره می‌شود:

۱ - پروژه‌های توسعه روستایی معمولاً باعث طرح موضوعات جدید در برنامه‌های اقتصاد خانه می‌شود. اگر روستاییان از نعمت آب آشامیدنی سالم برخوردار شوند، اگر انرژی گاز به روستا آورده شود، اگر خانواده‌ها به تلفن دست یابند اینها همه نیازمند آموزش‌های جدید است. بنابراین لازم است برنامه‌ریزان و مجریان برنامه‌های ترویج خانه‌داری، آمادگی لازم جهت ارائه آموزش‌هایی را که ناشی از فعالیتهای توسعه روستایی است، داشته باشند. از جمله آموزش زنان و دختران جهت استفاده صحیح از انرژی، آموزش نحوه صحیح استفاده از وسایل ارتباط جمعی و آموزش نحوه صرفه جویی در آب آشامیدنی منزل.

۲ - در انجام فعالیتهای اقتصاد خانه نمی‌توان مردان خانواده را نادیده انگاشت، ایجاد درک صحیحی در آنان نسبت به اهمیت برنامه‌های اقتصاد خانه، می‌تواند موفقیت دوره‌های آموزشی را تضمین نماید. همچنین زمانی پیش می‌آید که به دلیل اشتراک وظایف دو جنس (زن و مرد) در یک فعالیت داخل منزل، چاره‌ای جز آموزش مردان در کنار زنان نیست.

۳ - تنوع فعالیت‌های داخل منزل، باعث وابستگی هر فعالیت به سازمان یا وزارتخانه می‌شود. به منظور تهیه محتوای آموزشی مناسب و بهره‌گیری هر چه بهتر از امکانات موجود لازم است هماهنگی و همکاری لازم بین سازمان‌های مرتبط با موضوعات آموزشی انجام پذیرد. تشکیل شورایی از متخصصان هر موضوع آموزشی و ارائه نقطه نظرات آنها می‌تواند مفید باشد. علاوه بر این شورای تخصصی می‌تواند پاسخگوی سؤالات مروجین خانه‌داری و نیازهای آموزشی آنان باشد.

۴ - برنامه‌های اقتصاد خانه باید در ارتباط نزدیک با دانشگاهها و موسسات تحقیقی باشد. گروه‌های صنایع غذایی، تغذیه، اقتصاد، بهداشت، کشاورزی و... در سطح دانشگاهها از این نمونه است



که لازم است نظام ترویج با آنها ارتباط برقرار نماید.
۵ - برنامه‌های اقتصاد خانه باید در ارتباط نزدیک با تشکیلات سنتی زنان روستایی باشد، تا از طریق آن موفقیت برنامه‌ها در مدت زمان کمتری به دست آید. در این بین مروجین خانه داری باید تشکیلات سنتی زنان روستایی را شناسایی کنند و جهت انجام فعالیتهای آموزشی خود از نفوذ رهبران محلی زن استفاده کنند.

۶ - دختران جوان روستایی - بخصوص تحصیل کرده‌ها - پتانسیلهای ارزشمندی جهت اجرای هر چه بهتر برنامه‌های اقتصاد خانه هستند نظام آموزشی ترویج می‌تواند با پرورش این گروه، از آنان به عنوان نیروهای معین فعالیتهای ترویج خانه‌داری استفاده کند. اهمیت این موضوع هنگامی روشن می‌شود که بدانیم دختران روستایی در کنار مادران خود مستقیماً درگیر فعالیتهای تولیدی و مصرفی درون خانواده هستند.

۷ - تابعی نمودن فعالیتهای سواد آموزی روستایی با جهت‌گیری به سوی فعالیتهای داخل منزل، به خصوص شیوه‌های مناسب تولید و مصرف می‌تواند اثرات مفیدی بر جای گذارد که مستلزم همکاری نظام آموزشی ترویج با ارگانی چون نهضت سواد آموزی است.

۸ - نظام آموزشی ترویج باید زمینه انجام تحقیقات در زمینه‌های مرتبط با علوم خانه‌داری را فراهم آورد. نتایج این تحقیقات می‌تواند تضمین کننده موفقیت برنامه‌های ترویج خانه‌داری باشد.

۹ - به منظور پرورش مروجین خانه‌داری، تاسیس آموزشگاه‌های علوم خانه‌داری و انتخاب دانشجویان آن از بین دختران روستایی و عشایر می‌تواند مثمرتر واقع شود. محل استقرار این آموزشگاه‌ها باید در جوار مناطق روستایی و مدرک اعطایی آن فوق دیپلم باشد. محتوای مطالب آموزشی در زمینه‌هایی چون آماده سازی و نگهداری غذا، شیوه‌های پس انداز و استفاده از پول، استفاده صحیح از انرژی و آب آشامیدنی و زراعی، نگهداری و تعمیر لوازم منزل، تزئین منزل، بهداشت خانواده، کشاورزی و باغداری داخل منزل و مواردی از این قبیل می‌باشد.

۱۰ - فرهنگ غنی اسلام، حاروی نکات برجسته‌ای از چگونگی تولید و مصرف محصولات گوناگون است. با توجه به ریشه‌دار بودن مذهب در جوامع روستایی، می‌توان محتوای مطالب آموزشی را با احادیث و آیات الهی تلفیق کرد و از اثر پذیری آن استفاده نمود. بدیهی است رهبران مذهبی نظیر روحانیون می‌توانند با طرح موضوعاتی در زمینه فرهنگ صحیح تولید و مصرف در دین مبین اسلام، کمک زیادی به برنامه‌های اقتصاد خانه نمایند.

۱۱ - نظام آموزشی ترویج، به منظور اشاعه شیوه‌های مناسب تولید و مصرف لازم است با توجه به شناسایی کلیه روشهای آموزشی و ترویجی، زمینه استفاده از آنها را فراهم آورد. تهیه تک برگهای ترویجی، تهیه پوسته‌های آموزشی و نصب آن در اماکن حضور زنان و دختران روستایی، تهیه فیلمهای آموزشی، تهیه برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی و مواردی از آن جمله است.

۱۲ - به دلیل توان پاسخگویی محتوای دروس مدارس به نیازهای دانش آموزان - به ویژه دختران روستایی - لازم است محتوای کتب مدارس روستایی به گونه‌ای تنظیم شود که با وظایف و نقش آنان مطابقت داشته باشد و در عین حال اشاعه دهنده

شیوه‌های مناسب در تولید و مصرف باشد.

۱۳ - توفیق برنامه‌های اقتصاد خانه بدون مشارکت مردم روستایی و بویژه زنان و دختران در مراحل گوناگون اجرای برنامه ممکن نخواهد بود، نظام آموزشی ترویج باید زمینه حضور زنان روستایی یا نمایندگان آنها را در کلیه مراحل طرح، اجرا و ارزشیابی برنامه فراهم آورد.

۱۴ - نظام آموزشی ترویج باید به منظور ایجاد جاذبه هر چه بیشتر در برنامه‌های اقتصاد خانه، روشهای گوناگون آموزشی را به کارگیرد. انتخاب این روشها با توجه به ویژگیهای مخاطبان امری مهم است. به عنوان مثال دختران جوان روستایی معمولاً برگزاری گردشهای علمی، برگزاری مسابقات و جلسات بحث را ترجیح می‌دهند.

۱۵ - کانونهای ارتباطی روستا، نظیر خانه‌های ترویج، کتابخانه‌های روستایی، شوراها، اسلامی، بسیج روستایی و ... می‌تواند کمک زیادی به انجام فعالیتهای اقتصاد خانه کند. ایجاد تشکلهایی از زنان و دختران روستایی در این اماکن با توجه به نوع فعالیتهای آنها، می‌تواند توفیق فعالیتهای اقتصاد خانه را تسریع بخشد.

● بقیه در صفحه ۷۲