

نشانگرهای دست‌آورد موفقیت در ترویج ارزشیابی اثرات طرح‌های یادگیری متحول‌کننده*

ابوالقاسم شریف‌زاده - دانشجوی دکتری ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه تهران
آصف کریمی - دانشجوی دکتری ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه تهران
روح اله رضائی - دانشجوی دکتری ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه تهران

چکیده

کارگزاران ترویج کشاورزی به فرایندی نظام‌مند و پویا مشتمل بر نیازسنجی، اولویت‌بندی، برنامه‌ریزی و توسعه طرح‌های آموزشی ترویجی در جهت برآوردن نیازهای مخاطبین خویش البته با همکاری و همگامی آنها اقدام می‌نمایند. در این فضای کاری، آنها نیازمندان ارزشیابی مستمر از فعالیت‌های خویش هستند؛ تا ضمن سنجش دست‌آوردها، موفقیت‌ها و پیامدها و شناخت اصلاحات مورد نیاز در برنامه‌های آتی بتوانند در قبال منابع مصرف شده و کشاورزان پاسخگو باشند. بنابراین ارزشیابی جزء جدایی‌ناپذیر و مؤلفه یکپارچه و پیوسته کارکردهای ترویجی است. براین اساس عوامل ترویج نیازمند طراحی یک نظام ارزشیابی، مشتمل بر طرح‌ها و معیارهای قابل فهم و سنجش می‌باشند؛ تا بتوانند دستیابی مستمر به اهداف تعیین شده را به صورت اثربخش و کارآمد تسهیل نمایند. در ارتباط با ارزشیابی، عوامل ترویج ضمن شناخت موضوع مورد ارزشیابی از طرق مناسب (همانند مطالعه، مشاهده، گردآوری شواهد و اطلاعات لازم و اقدام پژوهی)، می‌بایست شاخص‌ها، معیارها و ضوابط مناسبی را برای سنجش و ارزشیابی تدوین نمایند و سپس به داور و قضاوت بپردازند. در این راستا باید اهداف و میزان پیشروی طرح‌ها براساس برنامه تنظیم شده و کارایی و اثربخشی فعالیت‌ها در نظر گرفته شود و نیز میزان برآورده شدن نیازهای مخاطبین و جامعه و نیز رضامندی کنشگران ذیربط اعم از عوامل ترویج یا کشاورزان و سازمان‌های همکار به عنوان عامل تعیین‌کننده برای تداوم فعالیت‌ها در قالب فرایند یادگیری و عمل توانمند جمعی، در ارزشیابی برنامه‌های ترویجی مورد توجه قرار گیرد. با توجه به اهمیت و جایگاه ارزشیابی در فرایند توسعه برنامه‌های ترویجی هدفمند، تلاش‌های متعددی در حیطه‌های موضوعی متفاوت که نظام ترویج با آن سر و کار دارد، صورت پذیرفته

1. Success Outcome Markers in Extension (SOME): Evaluating the Effects of Transformation Learning Programs

*□□□□ : Journal of Extension : October 2003 Volume (41) Number(5)

است؛ تا ارزشیابی ترویج به طور مؤثرتر به انجام رسد. مقاله‌ای که برگردان فارسی آن در ادامه ارائه شده است، در واقع کوششی برای ارتقای ارزشیابی در برنامه‌های ترویجی و حائز نکات در خور توجهی برای عاملان ترویج است.

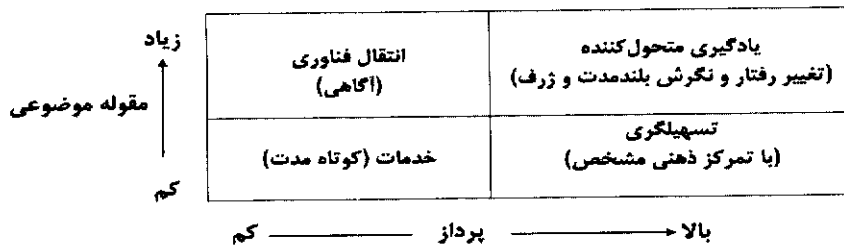
واژه‌های کلیدی: ارزشیابی برنامه‌های ترویجی، عاملان ترویج، کارگزاران ترویج کشاورزی، نشانگرهای دست‌آورد موفقیت در ترویج

مقدمه

طرح‌های ترویجی متحول‌کننده: طرح‌های آموزشی که زندگی سلامت و رفاه یک اجتماع محلی را متحول می‌نمایند.

نشانگرهای دست‌آورد موفقیت در ترویج: یک فرایند پنج مرحله‌ای برای ارزیابی سهم طرح‌های متحول‌کننده در کسب دست‌آوردها. طرح‌های ترویجی متحول‌کننده، برای مردمان مرتبط با یکدیگر و با محیط خویش ضروری می‌باشند. آنها فراتر از تمرکز صرف بر خدمات، انتقال فناوری و تسهیلگری، طرح‌های ژرفانگری هستند که به رشد و تکامل افراد کمک می‌کنند. این قبیل طرح‌ها مسائل پیچیده و مرتبط به هم در زمینه‌های اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و فنی را مورد توجه قرار می‌دهند. در موقعیت‌های یادگیری متحول‌کننده، رفتارها، روابط و اقدامات و یا فعالیت‌های افراد تغییر می‌یابد؛ تا زندگی آنان و همین‌طور سلامت و رفاه یک اجتماع محلی بهبود یابد. روابط میان رهیافت‌های آموزشی و محتوای موضوع (شکل ۱)، برنامه‌ریزی ترویجی را تشریح می‌نماید که دامنه‌ای از طرح‌های خدماتی کوتاه‌مدت، تا طرح‌های ژرفانگر متمرکز بر یادگیری متحول‌کننده را دربردارد (William, Dickey & Hergert, 2001). فعالیت‌های خدماتی به ارائه پاسخ‌های خاص به سؤالات متمرکز یا انتقال اطلاعات از یک آموزشگر به عامه مردم میل می‌نمایند و شامل پاسخگویی به سؤالات مخاطبین، بهبود آموزش‌های عرضه شده و ارائه اطلاعات در موقعیت‌های بحرانی نظیر سیل و خشکسالی می‌شود. طرح‌های انتقال فناوری، آگاهی‌هایی را در باب مسائل مختلف و در سطح ژرف‌تری به فراگیر، از طریق تلاش‌هایی همانند انتشارات، روزهای مزرعه، نمایشگاه‌های سلامت، جشنواره‌ها، رویدادهای آموزشی، دعوت به نمایش‌ها، اطلاعات از طریق صفحه وب سایت، خبرنامه‌ها، ستون‌های رسانه‌ای فردی و داستان‌های خبری خاص فراهم می‌آورند. تلاش‌های تسهیلگری نیز افراد مختلفی را گرد هم می‌آورد که جنبه‌های گوناگون یک مسئله را می‌بینند و به طور اساسی تفاوت‌های خویش را کشف می‌کنند و فراتر از دیدگاه محدود خویش از آنچه که امکان‌پذیر است، راه‌حل‌هایی را جستجو و اجرا

می نمایند (Taylor, Powell, Rosing & Geran, 1998). به طور ساده، هر ربع قطاع شناخته شده در شکل (۱)، یک تراشه ترویجی را نشان می دهد. بر اساس این شکل قطعات مربع مدل ارائه شده، قطعه هایی مربوط به هم هستند که در طراحی ژرفانگر در کنار هم قرار می گیرند، و در نتیجه یادگیری متحول کننده با تغییرات رفتاری به وقوع می پیوندد.



شکل ۱- مدل طراحی تعدیل شده به وسیله آلبرت دیکلی، کارگزار ارشد ترویج تعاونی ایالت نبراسکا

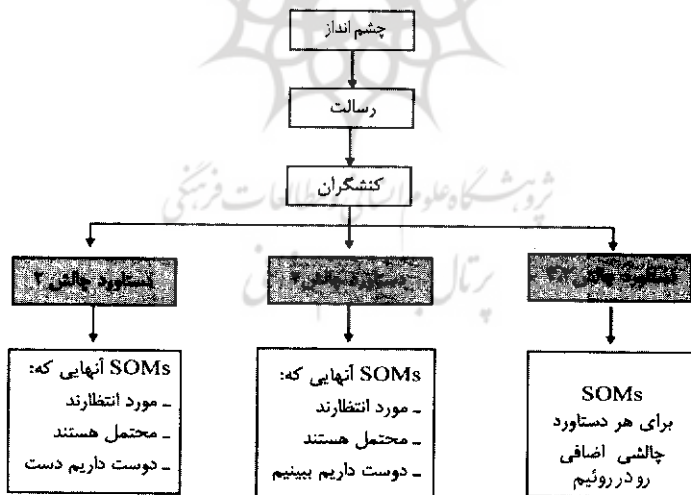
به خاطر وجود عامل مهم مردم در ربع قطاع مربع متحول کننده، ترویج با چالش های متعددی در ارزیابی و گزارش دست آوردهای متحول کننده مواجه شده است. در این حالت نظام ترویج برای نمایش تغییرات معنی دار و بادوام در مخاطبین خویش و در نتیجه طرح های متحول کننده تحت فشار است، این دست آوردها ممکن است، حاصل تلاش بنگاه های متعدد باشد و هیچ بنگاهی به تنهایی نمی تواند ادعای کسب آنها را داشته باشد؛ مادامی که ارزیابی دست آوردهای متحول کننده مسئله زاست، ترویج نیاز دارد که یاد بگیرد چگونه سهم خویش را در نتایج طرح ها اندازه گیری نماید. برای پی گیری این مسئله، پرسنل ترویج در عرصه های رفاه برای کار، ارشاد جوانان، ظرفیت سازی برای جوانان و خانواده ها، سرگرمی جوانان و ائتلاف سازی برای تشکیل گروه های کوچک برای بازگویی سوابق موفقیت ترویج (TESS) مشغول به کار هستند. آنها با رهیافت مهندسی دست آورد شروع به فعالیت کردند (Kibel, 1999) و نوعی فرایند پژوهشی را مورد استفاده قرار دادند؛ تا چگونگی کاربرد مفاهیم در طراحی متحول کننده ترویج را تبیین نمایند (Watkins & Mohr, 2000) گروه (TESS) از یک فرایند تکرار پذیر در طی دوره ای دو ساله بهره جست؛ تا اولاً به تفکر نظام مند بپردازد، ثانیاً مفروضات و مدل های ذهنی را مورد سؤال قرار دهد، ثالثاً در گفتمان هدفمند وارد شود و دیدگاه هایی را که برای اقدامات، انرژی بخش هستند، مطرح نماید. همچنین با بنگاه های مشابه همکاری نماید؛ تا مفاهیم را در گونه های تکمیلی طراحی، مورد آزمون قرار دهد و شرایط برای نشانگرهای دست آوردهای موفقیت آمیز در ترویج ظهور کنند (Jha, 2001).

1. Elbert Dickey
2. People factor
3. Outcome engineering approach

توسعه نشانگرهای دست‌آوردهای موفقیت‌آمیز

SOMS سهمی را که طرح‌های متحول‌کننده در حصول دست‌آوردها برعهده دارند، ارزیابی می‌نماید. در عین حالی که SOMS می‌تواند برای نظارت در پروژه، طرح و یا سطح سازمانی مورد استفاده قرار گیرند. همچنین می‌تواند برای ارزشیابی فعالیت‌های جاری یا تکمیل شده به کار آید. SOMS به طور قابل ملاحظه‌ای شیوه درک اهداف و ارزیابی عملکرد و نتایج یک طرح را اصلاح می‌کند. SOMS از یک مدل پنج مرحله‌ای برای تأیید یک دیدگاه در شرایط اجتماعی، اقتصادی یا محیطی که انتظار می‌رود برنامه در آنها سهیم باشد، بهره می‌گیرد (شکل شماره ۲).

برای کنشگران در محدوده تأثیر طرح، SOMS در وهله نخست، دیدگاه رهبران را در مورد طرح مشخص و تعیین می‌نماید که چگونه این دیدگاه اجرا خواهد شد شرکای طرح و همین‌طور ذینفعان فهرست می‌شوند. چالش‌های دست‌آورد برای هر عاملی نوشته می‌شود و نشانگرهای دست‌آوردهای موفق اقدامات مشخص یا رفتارهایی را که مبین حصول موفق دست‌آورد می‌باشند، تدوین و تنظیم می‌شوند. تحول از طریق تغییرات رفتاری اساسی در مخاطبین محقق می‌شود. بنابراین تغییر رفتار، مفهوم محوری SOMS می‌باشد (Williams & Thyayer, 2000).



شکل ۲- فرایند پنج مرحله‌ای برای شناخت نشانگرهای دست‌آورد موفقیت‌آمیز (SOMS)

1. Success Outcome Markers
2. Vision
3. Mission

مرحله اول: ایجاد چشم انداز تغییر

چشم انداز تغییر، توصیفی روشن و کامل از یک واقعیت تحول یابنده است در حال حاضر از چشم انداز برای توصیف شرایط اجتماعی، اقتصادی و زیست محیطی بهینه در طرح هایی استفاده می کنند که امیدوار هستند، تا به مشارکت جوانان درگردهمایی ها و همین طور تغییر رفتاری گسترده در مخاطبین اولیه کمک کند. چشم انداز ژرف تر از اهداف طرح است؛ از نظر حیطه گسترده تر است و در طی یک دوره طولانی دوام می یابد. چشم انداز مبین شرایط مطلوب اجتماعی یا اقتصادی و محیطی است که طرح برای حمایت و پشتیبانی می طلبد. و می بایست به اندازه کافی غایی و گسترده باشد، تا بتواند در طول زمان مناسب باقی بماند. بیانیه چشم انداز در طی چرخه طراحی مورد استفاده قرار می گیرد تا اطمینان حاصل شود که فعالیت ها با هدف مربوطه تناسب دارند (Kibel, 2000). در حالی که چشم انداز معمولاً فراتر از پتانسیل طرح واقع است. فعالیت های طرح در واقعیت متحول شونده، سهیم هستند و آن را تسهیل می کنند. ارزشیابی، سهم طرح را در چشم انداز، نه در کسب دیدگاه واقع بینانه، مورد سنجش قرار می دهد.

نمونه ای از یک بیانیه چشم انداز

با قید این که، جوانانی که در طرح ارشاد جوانان مشارکت می کنند، در وهله اول یک طرح جامعه محور برای بازگردان متخلفین از نظام دادگاه بوده و این جوانان در مدرسه موفق بوده و مجدداً مرتکب خلاف نمی شوند و در جامعه خویش سهمی به عهده می گیرند

مرحله دوم: توصیف رسالت

بیانیه رسالت بیانگر این است که چگونه طرح، دیدگاه را عملی می سازد و عرصه ای را که طرح از این دیدگاه به جای فعالیت های مشخص محاط در طرح مورد حمایت قرار می دهد، توصیف می نماید. بیانیه ایده آلی آن است که چگونگی سهیم شدن طرح در حمایت از چشم انداز را توصیف می کند (Kibel, 2001).

نمونه ای از یک بیانیه رسالت

طرح ارشاد جوانان، از طریق ایجاد ارتباط بین بزهکاران با والدینشان در یک تیم حرفه ای چند رشته ای از بنگاه های اجتماعی مختلف، حمایت می کند. این طرح بر اطلاعات تحقیق مدار و مناسبی که فعالیت های مطلوب را برای اصلاح رفتار جوانان روستایی به نحوی که بتوانند انتخاب های مثبتی را در زندگی به عمل آورند، استوار است.

نمونه‌ای از یک بیانیه رسالت طرح ارشاد جوانان، از طریق ایجاد ارتباط بین بزهکاران با والدینشان در یک تیم حرفه‌ای چندرشته‌ای از بنگاه‌های اجتماعی مختلف، حمایت می‌کند. این طرح بر اطلاعات تحقیق مدار و مناسبی که فعالیت‌های مطلوب را برای اصلاح رفتار جوانان به نحوی که بتوانند انتخاب‌های مثبتی را در زندگی به عمل آورند، استوار است.

مرحله سوم: فهرست کردن تمامی فعالین

فعالین، افراد، گروه‌ها و سازمان‌هایی می‌باشند که برای دستیابی به موفقیت طرح با یکدیگر کار می‌کنند. فعالین (قابل مقایسه با اصطلاح دست‌اندرکاران) تمام کسانی را که می‌توانند بر یک طرح تأثیر بگذارند و همین‌طور آنهایی که به طور مستقیم مورد نظر و مخاطب طرح هستند را در بر می‌گیرد. اگر طرح مستقیماً با فعالین در تعامل نباشد، فعالین افرادی را تعیین می‌کنند که طرح می‌تواند در تعامل با فعالین، بر آنان تأثیر بگذارد. به این ترتیب، طرح در محدوده تأثیرگذاری خویش، اما با یک دیدگاه گسترده‌تر تداوم می‌یابد (Kibel, ۲۰۰۰). برای مثال: یک طرح ارشاد جوانان ممکن است قادر نباشد که به طور مستقیم با نیروی پلیس در تعامل باشد، اما می‌تواند با رئیس پلیس که بر نیروی پلیس تأثیر می‌گذارد، در تعامل باشد. بنابراین، رئیس پلیس در فهرست فعالین قرار خواهد گرفت، ولی نیروی پلیس در این فهرست گنجانده نخواهد شد. هنگام فهرست کردن فعالین، طرح، همکاران شریک و همین‌طور ذینفعان را هم در بر دارد. فعالین طرح در چهار طبقه قرار می‌گیرند:

۱- **ذینفعان اولیه:** جمعیت مورد هدف طرح، برای کسانی که طرح برای بهبود شرایط اجتماعی، اقتصادی و محیطی‌شان کار می‌کند؛

۲- **همکاران شریک:** افراد، بنگاه‌ها یا سازمان‌هایی که با ذینفعان مزبور مشارکت دارند یا خدمات به هم پیوسته‌ای را به آنها ارائه می‌دهند. شرکای ترویج می‌تواند آموزشگران، متخصصان، دستیاران طرح و داوطلبان را شامل شود. سایر شرکای اجتماعی ممکن است از سازمان‌ها یا بنگاه‌های آموزشی، نیز باشند؛

۳- **تسهیلگران و ناظران:** افراد، گروه‌ها یا سازمان‌هایی که از قدرت لازم برای تأثیرگذاری‌های دیگر بر چگونگی ارائه خدمات و اثرگذاری بر ذینفعان برخوردارند در دسته سوم فعالین طرح قرار می‌گیرند. این گروه، تأمین‌کنندگان طرح، هیئت‌های مشاوره و همین‌طور سایر عاملین تغییر را شامل می‌شود؛

۴- **عاملین تغییر:** افرادی که بهترین اقدامات را توسعه داده یا اجرا می‌نمایند. در این فهرست کسانی وارد می‌شوند که طرح‌های تحقیق محور را برای ذینفعان اولیه در پاسخ به نیازهای شناخته شده، طراحی یا تدریس می‌نمایند.

نمونه‌ای از فعالین برای طرح ارشاد جوانان روستایی
 بزهکاران جوان در اولین بار،
 والدین، قیمن و ناصحین بزهکاران جوان در اولین بار،
 مدیران و معلمین مدارس،
 هماهنگ‌کننده طرح ارشاد جوانان،
 بنگاه تضمین دهنده تامین‌کننده منابع مالی،
 دادستان (وکیل) شهرستان،
 پلیس و کلانتری محلی،
 شورای مواد مخدر و الکل،
 آموزشگران ترویج شهرستان،
 قاضی شهرستان،
 تجار در جامعه محلی.

مرحله چهار: نوشتن چالش های دست‌آوردی برای هر عضو فعال در طرح

چالش‌های دست‌آورد، پیامدهای دلخواه برای همکاران اصلی طرح را توصیف می‌کنند. چالش‌های دست‌آورد چگونگی تغییر انگاره‌های رفتاری، رویه‌ها یا اقدامات افراد، گروه‌ها یا نهادها را در صورت موفقیت غایی طرح توصیف می‌نمایند. آنها می‌باید بر تغییر رفتار متمرکز باشند و در عین حال، ایده‌آل‌گرا و واقع‌گرایانیز باشند. آنها طوری بیان می‌شوند که چگونگی رفتار و ارتباط کنشگر را با سایرین، در صورتی که طرح، او را به پتانسیل کامل خویش، به عنوان تسهیلگر تغییر دهد، بازگو می‌کند. چالش‌های دست‌آورد نوعاً سه بخش مجزا دارند: (Kibel, 2000b)

الف) شناسایی همکاران طرح؛

ب) توصیف مشروط دست‌آورد موفقیت‌آمیز یک تغییر مطلوب (برای مثال: چیزی که ذینفعان از طرح به دست می‌آورند)؛

ج) هدف رفتاری، که نتایج معنی‌دار را برای فرد یا گروه هدف بازگو می‌کند.

نمونه‌ای از چالش دست‌آورد برای یک جوان در طرح ارشاد جوانان روستایی

چه کسی: ما تمایل داریم جوانی را ببینیم که

چه کسی: ما تمایل داریم جوانی را ببینیم که

تغییر توصیفی مشروط: ما تمایل داریم جوانی را ببینیم که در کلاس‌های طرح ارشاد جوانان حاضر شده و مراحل ضروری برای اخذ گزینه‌های زندگی بهتر را گذرانده است ...

هدف رفتاری: ما انتظار داریم جوانی را ببینیم که در کلاس‌های طرح ارشاد جوانان حضور یافته و مراحل ضروری برای اخذ گزینه‌های ضروری زندگی بهتر را گذرانده و به شهروند اجتماعی مسئولیت‌پذیر (پاسخگو) تبدیل شده است.

مرحله پنجم: نوشتن نشانگرهای دست‌آورد موفقیت برای هر فعال (کنشگر)

نشانگرهای دست‌آورد موفقیت (SOMS) مشابه معرفی‌ها هستند، زیرا آنها اقدامات یا رفتارهای

قابل شناسایی هستند که به حصول موفقیت‌آمیز چالش دست‌آوردی، کمک می‌کنند. درجه آنها از فعالیت‌های ساده مشارکتی، تا انواع پیچیده رفتارهای در حال تغییر زندگی، ارتقاء می‌یابد. (SOME) نشانگرهای دست‌آورد موفقیت در ترویج در سه سطح فهرست می‌شود: انتظار برای دیدن، تمایل به دیدن و دوست داشتن برای دیدن (Kibel, 1999). در واقع، نشانگرهای دست‌آورد موفقیت ترویج (SOME) مورد انتظار برای دیدن، معرف رفتارهایی است که می‌بایست قبل از فعالیت‌های مشارکتی به وقوع بپیوندد، چرا که نیاز است فعالین قبل از این که بتوانند شروع به واکنش نسبت به موضوع و تغییر انگاره‌های رفتاریشان نمایند، در فعالیت طرح درگیر شوند تا با دانش، ایستار، مهارت‌ها و با آرمان‌های ارتقاء یافته طرح، هماهنگ شوند.

نشانگرهای دست‌آورد SOMEهایی که تمایل به دیدنشان است، معرف رفتارهایی می‌باشند که بعد از موفقیت‌های مورد انتظار برای دیدن، یا با شروع ظهور آنها، مطرح می‌شوند. آنها اقدامات بلافصل یا اقدامات جدیدی می‌باشند؛ ذینفعان طرح موقعی که آنها شروع به کاربرد دانش و مهارت‌های جدید می‌کنند، پذیرفته می‌شوند و یا نگرش‌ها و آمال خویش را در موقعیت‌های کاری و زندگی خویش اصلاح می‌نمایند. نوعاً یک تغییر در این مرحله نیاز است که برای حداقل شش ماه ثبات یابد. SOMSهایی که تمایل به دیدنشان وجود دارد، ممکن است برترین سطحی باشند که بسیاری از مشارکت‌کنندگان طرح، به آن نائل می‌شوند. SOMSهایی که دوست داریم آنها را ببینیم، تغییرات رفتاری بلندمدت‌تر یا منظم‌تر هستند که پس از SOMS نوع دوم مطرح می‌شوند. آنها اقدامات جدیدی هستند که شرکای طرح، هنگامی که از مهارت‌های جدیدی که بر زندگی یا محیط زندگی، ایفای نقش آنها، تأثیر می‌گذارد، می‌پذیرند. آنها در طی دوره‌های زمانی گسترده‌تر دوام می‌آورند و به معرف‌های متحول‌کننده، بدل می‌شوند. اگر چه بسیاری از مشارکت‌کنندگان در طرح ممکن است هرگز به این سطح از SOMS دست پیدا نکنند، این امر نباید به عنوان ناکامی طرح تلقی گردد (Rockwell, 2001).

نمونه‌های ارزشیابی دست‌آورد موفقیت ترویج SOMS که از یک چالش دست‌آوردی، از یک طرح ارشاد جوانان نشأت می‌گیرند:
 چالش دست‌آورد: ما انتظار داریم جوانانی را ببینیم که در کلاس‌های ارشاد حضور یابند، مراحل ضروری برای انتخاب گزینه‌های بهتر زندگی را بگذرانند و به شهروندان اجتماعی مسئولیت‌پذیر بدل شوند.
 انتظار داریم جوانانی را ببینیم که (SOMs سطح اول):
 ۱- از تمام قوانین پیروی کنند.
 ۲- در فعالیت‌ها و دست‌یابی به اهداف تدوین شده به وسیله طرح، مشارکت نمایند.
 ۳- افراد را با عناوین (اسامی) صحیح خطاب کنند.
 ۴- می‌گویند، لطفاً، متشکرم، متأسفم، ببخشید.
 انتظار داریم جوانانی را ببینیم که (SOMs سطح دوم):
 ۱- گوش دادن به دیگران توأم با احترام،
 ۲- مسئولیت‌پذیری برای اقدامات و عواقب رفتارهایشان،
 ۳- تکامل مهارت‌های ارتباطاتی با خانواده و جامعه محلی،
 ۴- راستگویی (گفتن حقیقت)
 ۵- استفاده از بیانیه‌های (اول شخص) «من» برای بیان احساسات،
 ۶- حل تضاد بدون عصبانیت،
 ۷- افزایش عزت نفس.
 دوست داریم جوانانی را ببینیم (SOMs سطح سوم):
 ۱- تدوین اهداف برای آینده شخصی،
 ۲- تمرین تصمیم‌گیری مطلوب،
 ۳- تمرین مهارت‌های ارتباطاتی با والدین،
 ۴- داوطلب بودن برای خدمات اجتماعی،
 ۵- کمک به دیگر جوانان برای گزینش‌های مطلوب،
 ۶- کسب افتخار در عملکرد تحصیلی و توسعه آمال آموزش عالی.

نمونه‌هایی از SOMs که از یک چالش دست‌آوردی، از یک طرح ارشاد جوانان نشأت می‌گیرند: چالش دست‌آورد: ما انتظار داریم جوانانی را ببینیم که در کلاس‌های ارشاد حضور یابند، مراحل ضروری برای انتخاب گزینه‌های بهتر زندگی را بگذرانند و به شهروندان اجتماعی مسئولیت‌پذیر بدل شوند. انتظار داریم جوانانی را ببینیم که (SOMs سطح اول):

- ۱- از تمام قوانین پیروی کنند.
 - ۲- در فعالیت‌ها و دستیابی به اهداف تدوین شده به وسیله طرح، مشارکت نمایند.
 - ۳- افراد را با عناوین (اسامی) صحیح خطاب کنند.
 - ۴- می‌گویند، لطفاً، متشکرم، متأسفم، ببخشید.
- انتظار داریم جوانانی را ببینیم که (SOMs سطح دوم):
- ۱- گوش دادن به دیگران توأم با احترام.
 - ۲- مسئولیت‌پذیری برای اقدامات و عواقب رفتارهایشان.
 - ۳- تکامل مهارت‌های ارتباطی با خانواده و جامعه محلی.
 - ۴- راستگویی (گفتن حقیقت)
 - ۵- استفاده از بیانیه‌های (اول شخص) «من» برای بیان احساسات.
 - ۶- حل تضاد بدون عصبانیت.
 - ۷- افزایش عزت نفس.

دوست داریم جوانانی را ببینیم (SOMs سطح سوم):

- ۱- تدوین اهداف برای آینده شخصی.
- ۲- تمرین تصمیم‌گیری مطلوب.
- ۳- تمرین مهارت‌های ارتباطی با والدین.
- ۴- داوطلب بودن برای خدمات اجتماعی.
- ۵- کمک به دیگر جوانان برای گزینش‌های مطلوب.
- ۶- کسب افتخار در عملکرد تحصیلی و توسعه آمال آموزش عالی.

نظارت بر نشانگرهای دست‌آورد موفقیت آمیز SOMs

تغییر متحول‌کننده در استفاده غایی طرح، هدف طرح است و SOMs شیوه‌ای برای نظارت بر دست‌آوردهایی است که در پیامد متحول‌کننده سهیم هستند. هر SOMs به طور اختصاصی مجزا است و می‌تواند به عنوان یک مصرف ساده برای تغییر رفتاری دیده شود؛ اما این قدرت تجمعی SOMs است که تغییر متحول‌کننده تعریف شده، در چالش دست‌آورد را خلاصه می‌نماید. تدوین شیوه‌ای برای پیشرفت، مرحله مهمی در فرایند SOMs است. چگونگی اندازه‌گیری SOMs، محاسبات ساده، مشاهده، پیمایش‌ها، مصاحبه‌ها، گروه‌های متمرکز، ابزارهای خاص و چگونگی پاسخگویی برای گردآوری اطلاعات، ملاحظات مهمی به شمار می‌روند. شناخت SOMs برای توصیف دست‌آوردهای طرح مناسب‌ترین هستند و تمرکز بر روش‌های نظارت و ارزشیابی مناسب برای اعمال آنها، بخشی ضروری از نظارت بر موفقیت از طریق راهبرد SOMs در ترویج می‌باشد.

خلاصه

با استفاده از نظریه مهندسی دست‌آورد اصل کیبل (Kibel, 1999) شماری از بنگاه‌ها و سازمان‌ها، دست‌آوردهای مورد هدف در طراحی پیچیده را مورد بازاندیشی قرار دادند. برخی ارزشیاب‌ها، همانند کسانی که در مرکز تحقیق توسعه بین‌المللی هستند، این نظریه را در

زمینه ترسیم دست‌آوردها برای توسعه بین‌المللی پیچیده به کار گرفته‌اند (Eral, 2001). سایرین، همانند کسانی که در ترویج تعاونی مشغول‌اند، نظریه یا بخش‌هایی از آن را در پروژه، طرح یا سطح سازمانی برای ارزشیابی طرح‌های متحول‌کننده جاری یا تکمیل شده به کار بسته‌اند. برای ترویج SOMS و فرایند خلق آنها، رهیافت جدیدی را برای طرح، نظارت و ارزشیابی برنامه‌ها ارائه می‌دهد. ایجاد SOMS به تعیین دقیق تمام شرکاء (از جمله ذینفعان) کمک می‌کند که ممکن است نیاز به تغییر برای اجرای اهداف برنامه‌ها و شناخت مراحل موفقیت فزاینده و مداوم داشته باشند. رفتارهای انسانی که به لحاظ اندازه‌گیری دشوار هستند، هنگام فهرست شدن SOMS عینی‌تر می‌شوند. برای استفاده موفق از SOMS لازم است که:

الف) یک دیدگاه شفاف و اجمالی (مفید و مختصر) ایجاد شود؛

ب) فعالین (کنشگران) فهرست شوند؛

ج) برای هر فعال، چالش دست‌آوردی نوشته شود؛

د) SOME تعیین شوند.

سپس پیرامون چگونگی نظارت (از جمله محاسبات ساده، مشاهدات، پیمایش‌ها، گروه‌های متمرکز و ...) و گزارش هر SOMS تصمیم بگیرند.