

به نام خدا

پیشنهاد:

مشارکت اجتماعی بانوان در مهار بحران آب شهری (بانوی آب)

ج- ضرورت و اهداف طرح مسئله

مقدمه

تأمین آب شرب و بهداشتی علی رغم تلاشهای انجام شده، در آینده با چالشها و تهدیدهای جدی روبرو است. نظر به شرایط بحرانی آب و مرتبط بودن بخش عمدهای از این مشکلات با عدم مشارکت گرداران، رویکرد مدیریت مشارکتی مد نظر مدیران است. لذا مدیریت و برنامه ریزی برای آب نیازمند مداخله جدی گرداران جهت دستیابی به بهره برداری مداوم و پایا از منابع آب می باشد. به عبارت دیگر، راه مواجهه با تنش کم آبی، نیازمند مشارکت شهروندان به خصوص مشارکت بانوان در مدیریت مصرف آب است. تحقیقات گذشته نشان داده است، نقش محوری زنان در مدیریت مصرف آب و محافظت از محیط زندگی در تدابیر سازمانی برای توسعه و مدیریت منابع آب تأثیر داشته است. کاملاً مشخص شده است که زنان نقش کلیدی در تأمین و محافظت از آب برای مصارف عمومی دارند ولی آنها تأثیر بسیار کمتری به نسبت مردان در مدیریت، تحلیل مسایل و فرآیند تصمیم گیری مربوط به آب دارند. در هنگام بسط مشارکت زنان باید به مواردی از جمله تقسیم وظایف اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی بین زنان و مردان در جوامع مختلف توجه کرد. در مجموع بانوان از طرق مختلف همچون رعایت اصلاح الگوی مصرف قادر خواهند بود از پس بحران آب شهری برآیند. در حقیقت بانوان می توانند با آگاهسازی خانواده نقش مهمی در صرفه جویی آب داشته باشند.

ضرورت طرح

در رویکرد کنونی مدیریت آب که بیشتر تمرکز بر مدیریت تقاضای و مدیریت مشارکتی آب است. نگاه متفاوتی که مبتنی بر رویکرد حکمرانی خوب آب بنا شده است. این رویکرد بر پایه اصول حکمرانی خوب، مشارکت گرداران را در فرآیند تصمیم گیری و اجرای تصمیمات لازم و ضروری میداند. از این رو شناسایی پتانسیلها و الگوهای اجتماعی مشارکت بانوان در مدیریت مصرف آب شهری اهمیت بسزایی پیدا می کند؛ زیرا براساس آن میتوان رفتار افراد شهروندان را در جهت منفعت یا خیر عموم

هدایت نمود. در این میان شناسائی و تحلیل سرمایه‌های نهفته و جاری اجتماعی و چگونگی استفاده از این سرمایه برای جلب مشارکت بانوان در فرایند مدیریت مصرف آب در این حوزه در صدر توجه مطالعه پیشنهادی حاضر قرار می‌گیرد. بطوری که گزارش بانک جهانی که از بررسی 121 پروژه آبی به دست آمده است نشان می‌دهد که مشارکت زنان در تصمیم‌گیری تأثیر مثبتی بر کیفیت و پایداری پروژه‌ها داشته است.

دولت‌ها می‌بایست به خلق فرصت و ظرفیت در میان زنان و سایر گروه‌های حاشیه‌ای جامعه برای مشارکت بپردازند. ایجاد فرصت مشارکت برای این گروه‌های به حاشیه رانده شده هدف نیست، بلکه باید ظرفیت و توانایی آنها در مشارکت افزایش یابد. شواهد متعدد نشان می‌دهد نظام متمرکز کنونی مدیریت آب، به تنهایی قادر به مهار بحران آب نیست و در طی سه دهه گذشته نیز این بحران رو به تزايد بوده و از سوئی ادله متعددی وجود دارد که ریشه این بحران را در نظام تصمیم‌گیری و رفتار گروداران آب جستجو میکند، چارهای جز اصلاح مشارکت بانوان و استفاده از همه ظرفیتهای اجتماعی برای حل بحران آب وجود ندارد. تجارب عدیده بینالمللی در حل بحران آبی مشابه، بر اتخاذ رویکرد حکمرانی خوب تأکید داشته که مهمترین ویژگی آن مشارکت بانوان در فرایند مدیریت مصرف است. این مشارکت جز از طریق آگاهی بانوان قابل پایه‌ریزی نیست. در شرایطی که هیچ ساختار در این زمینه وجود ندارد، یا ساختار منسجمی فعال نشده است، پیشنهاد حاضر نخستین تلاش منظم علمی برای رسیدن به این آگاهی ضروری است.

اهداف طرح در فاز تحقیقاتی

- شناسائی زمینه‌ها و بسترهای اجتماعی مشارکت بانوان برای مهار بحران آب
- افزایش آگاهی بانوان در ارائه آموزش‌ها و مدیریت مصرف آب
- کاهش مقاومت در اصلاح الگوی مصرف آب در خانواده
- ایجاد احساس تعلق به آب
- کاهش حجم هزینه‌های عمومی

اهداف طرح در فاز اجرایی

- آموزش‌های مرتبط با بهبود الگوی مصرف آب خانگی
- ترویج فرهنگ بهینه
- فرهنگسازی و تولید محتوای فاخر

فرضیه طرح

- آگاهی لازم و همکاری بانوان، کنترل کننده مصرف آب خواهد بود.

روش‌شناسی طرح

الف بخش مرتبط با تحقیقات طرح

- 1-1 بررسی شیوه‌های نوین اصلاح الگوی مصرف با تمرکز بر مشارکت بانوان
- 2-1 بررسی شیوه‌های انگیزش بانوان جهت مشارکت در طرح
- 3-1 انتخاب روش مشارکت بانوان (تبلیغات سرد و گرم)
- 4-1 انتخاب روش تسهیلگری در میان بانوان جهت کنترل مصرف آب شهری

ب بخش مرتبط با اجرای طرح

- 1-2 تهیه و چاپ محتوا
- 2-2 هماهنگی با مرکز خرید
- 3-2 تعیین برنامه اجرایی طرح در مرکز خرید

- تهیه و طراحی انواع:
- بروشور
- پیکسل
- تیزر
- موشن گرافیک
- اینفوگرافیک
- کانالهای مجازی اینترنتی
- کیسهای متنوع خرید (سازگار با محیط زیست و پارچهای، نانو و ...)

4-2 اجرای طرح

- شناسایی مراکز خرید عمده جمعیتی
- تهیه و تنظیم محتوای آموزشی و ترویجی مناسب با سلیقه بانوان
- هماهنگی با مدیران مراکز خرید و صاحبان مشاغل مربوطه (بنگاههای اقتصادی کوچک)
- چاپ، نشر و تحویل بستههای آموزشی و ترویجی

پ ارزیابی طرح

- 1-3 ارزیابی و ارائه گزارش
- ارزیابی طرح و روند اجرای آن
- تهیه گزارش طرح

محتوای آموزشی طرح

- تشویق بانوان به اقدام برای اصلاح الگوی مصارف در خانواده
- ترویج فرهنگ استفاده صحیح از آب در مراکز خرید
- شفافسازی مبحث آب مجازی و مصارف پنهان آب

شیوه جذب مخاطب طرح

- روشهای موثر جذب مخاطب در مراکز خرید:
- نصب بنر و فضا سازی در مجتمعهای خرید
- لباس فرم مشخص
- اهداء تندیس یادبود به صاحبان مشاغل همکار
- برگزاری مسابقههای غیر حضوری و اهدا جوایز
- معرفی مجتمعهای همکار و همراه و واحدهای فعال در رویداد اختتامیه، تقدیر و تشکر از ایشان

جزئیات پیشبرد طرح

- اجرای طرح به مدت هفت هفته در یک مرکز خرید (چندین غرفه مرتبط با بانوان) پیشنهاد میشود (3 حضور در هر هفته) که تشریح آن به شرح زیر است:
- هفته اول: حضور در مرکز خرید، انتخاب واحدهای تجاری همکار و اجرای فضا سازی و توجیه صاحبان مشاغل
- هفته دوم: پخش تیزرها و موشن گرافیک در مرکز خرید
- هفته سوم: پخش کیسهای خرید با طرح « آب برای همه»
- هفته چهارم: برگزاری مسابقه اینترنتی « یک روز متفاوت»

- هفته پنجم: پخش کیسه‌های خرید با طرح « آب و بانوان»
- هفته ششم: جمع‌بندی طرح و تهیه گزارش میدانی
- هفته هفتم: برگزاری اختتامیه، اهداء تندیسهای یادبود و تقدیر و تشکر از صاحبان مشاغل همکار