ایده خلاقانه و منحصر به فرد

"تاسیس خانه فرهنگ آب اصفهان"

آغازی بود بر پایان بحران آشفتگی

و بی نظمی آموزش مدیریت بهینه مصرف آب

مقدمه:

ایده خلاقانه تاسیس خانه فرهنگ آب اقدامی مبتکرانه و منحصر به فرد در سطح کشور در زمینه آموزش همگانی مدیریت مصرف آب است. ساز و کار هوشمندانه و خلاقی که در پیکربندی و بنیانگذاری این واحد فرهنگی دنبال می شود بر مبنای اصل بنیادین در برگیرندگی آموزشها استوار است . دامنه نفوذ فعالیت های فرهنگی در بین تمام اقشار و گروه های اجتماعی می باشد و شیوه کار و تنظیم قواعد مبتنی بر هنجارها و آداب محلی و دینی منظور شده و گستره فعالیت ها از کودکان مهد های کودک تا دانش آموزان ، دانشجویان ، خانم های خانه دار ، فعالین صنعتی ، تجاری ، صنوف و .... در یک کلام کلیت جامعه به عنوان مخاطبان و جامعه هدف در نظر گرفته شده اند. رویکرد و راهبرد این ایده بر بر گروه های مهم و درگیر با مسایل آب و فرهنگ مصرف است بنابراین الگو و خط مشی مورد توافق ، تمرکز بر آموزش های علمی و رفتاری به کودکان و خانم های خانه دار است. خانه فرهنگ آب با ویژگی تعاملی ، ارتباط چهره به چهره ، سیاستگذاری مدون و برنامه ریزی شده یک ابزار کارآمد، منعطف و تخصص محور است که در راستای کاهش مصرف آب و تغییر رفتارهای مصرف گام های بلندی را در استان اصفهان بر داشته است.

اهمیت تاریخی آب

آب همواره در تمامی ادیان و قریب به اتفاق فرهنگ ها عنصری مقدس و پاک کننده از پلیدی ها شناخته می شود. اما در تمدن ایران زمین با پشتوانه قرنها فرهنگ غنی ، شکوفا و زایا، آب جایگاهی فراتر از بسیاری از تمدن های گذشته و حال دارد . به دلیل موقعیت جغرافیایی و اقلیمی فلات ایران و تقدس فوق العاده آب درتعابیر مذهبی و همچنین در نظر گاه عامه مردم این عنصر علاوه بر ماهیت زندگی بخشی، در فرهنگ مادی ، عینی وذهنی به طور گسترده ای کاربرد دارد.

شیوه کاربرد و کاربری آب نیز جنبه دیگری از هنر استفاده از آب است که ایرانیان را به اولین تمدنی که اقدام به انتقال آب به فضاها و مکانهای دیگر در گستره سرزمینی ، ساخت آب بند و احداث سد، حفر قنات ، ساخت آب انبار ، سقاخانه و... کرده است در طول تاریخ و اعصار می شناسند.

فرهنگ

تلقی انسان شناسان و مردم شناسان ازفرهنگ سرمایه های انباشته اجتماعی ، فکری ، رفتاری ،عینی و ذهنی است که در یک پروسه تاریخی ماهیت و شکل اصلی خود را باز می یابد .

عناصر فرهنگی و گفتمان های ذهنی در واقع تصویر و نگاه ساخت یافته از فرهنگ های عامیانه (فولکلور) ، المان های فرهنگی رایج در ارتباطات روزانه و رسوم و سنن آیینی و دینی مرسوم در روابط فرهنگی جامعه است که در یک امتداد متعالی بر انباشت بیشتر فرهنگی متمرکز می گردد .

درخصوص سازمان بندی وپیکر بندی فرهنگ نیزباید گفت تعاملات درون فرهنگی ، برون فرهنگی و دگر فرهنگی در سایه کنش های اجتماعی بر آمده ازمشابهت ها و تعارضات فرهنگی شکل می گیرد و دایره وسیع رفتارهای کنشگران اجتماعی در این فضای فرهنگی معنا و مفهوم پیدا می کند.

فرهنگ سازی

زمانی که فرهنگ در یک جامعه نهادینه می شود و به صورت چتری تمامی فعالیت های فرهنگی را تحت پوشش خود قرار می دهد آنگاه است که مبحث فرهنگ سازی نیز در نظر تصمیم گیران فرهنگی ، ذی نفعان فرهنگی ، کارگزاران فرهنگی ، مراجع فرهنگی ، مجریان فرهنگی و... به یک دغدغه و مسئله تبدیل می گردد. شرط لازم و اساسی برای فرهنگ سازی بررسی و شناخت کامل فرهنگ جامعه است. درخصوص فرهنگ ملت ایران باید گفت این جامعه در بسیاری از مباحث فرهنگی انسان و انسان سازی را در مرکز وکانون هرگونه اقدام فرهنگی قرار داده است . در این فرهنگ وتاریخ ، رویکرد انسان محور با رسوخ به باطن و فطرت انسانی و با استعانت از گزاره های دینی محقق می شود. فرهنگ اجتماعی ایران تاحد بسیار زیادی وابسته به هنجارها و الگوهای دینی است و بخش اعظمی از فرهنگ جامعه ایران برگرفته از تعالیم انسان ساز و آسمانی دین مبین اسلام است .

لذا برای هرگونه فعالیت فرهنگی در ساخت جامعه و فرهنگ ایران در گام نخست باید پارادایم های دینی و عقیدتی نهادینه شده در بین نسل های اجتماعی را جستجو نمود تا به شناخت درست از تدابیر دینی و آئینهای ایمانی دست یافت و پس از آن بر شناخت انسان، نیازها ، باورها ، عقاید، عادات و رفتارهایش تمرکز کرد. در مورد بحث اصلی این مقال که به آب و فرهنگ سازی مصرف آب پرداخته است باید گفت: باورهای ایرانی و اسلامی درمورد آب ، مصرف و فرهنگ سازی مصرف آب به طور اعجاب انگیزی هم راستا و همسو با هم می باشند. متولیان فرهنگی با تکیه بر این اشتراکات می توانند به طور موثر مباحث فرهنگ سازی مصرف آب را به پیش ببرند و الگوی صحیح مصرف را در جامعه نهادینه سازند.

جغرافیای محیطی ایده :

شهره اصفهان بیشتراز آنکه مدیون سازه های معماری و سنتی اش باشد مرهون فرهنگ اصیل مردمان سرزمینش است . اصفهان از دیر باز مهد انسان های خوش فکر ، دور اندیش، دین باور و صرفه جو بوده است .خصلت ویژه صرفه جویی یکی از عناصر بارز فرهنگی جامعه اصفهان است که در بسیاری از مواقع با اغراق گویی سایرین رگه هایی از طنز و هجو را به خود گرفته است . دلایل برجسته بودن ویژگی صرفه جویی در بین اهالی اصفهان به ریشه های تاریخی و وضعیت جغرافیایی این دیار باز می گردد .فرهنگ اصفهان مملواز زایش و رویش نواندیشان فرهنگی، عاملان و مجریان فرهنگی است که پایه های تاریخی فرهنگ ایران زمین را همواره مستحکم ومترقی نگاه داشتند .

نمودهای این بالندگی فرهنگی را در مدیریت و تامین آب استان به عینه در طول اعصار شاهد بوده ایم و دوام و بقا تمدن اصفهان به واقع حاصل زحمات کارگزاران فرهنگ مدیریت آب در طول قرنهای متمادی بوده است . این پیشرو بودن در عصر و زمان حاضر نیز در جامعه اصفهان تداوم دارد و نمونه عینی از ابتکار و خلاقیت اصفهان را در پاسداشت آب و فرهنگ سازی مصرف را در تاسیس و راه اندازی خانه فرهنگ آب در شرکت آبفا استان اصفهان شاهد هستیم .

مشکلات پیش روی فرهنگ سازی مدیریت مصرف آب:

- پیش بینی رشد مصرف آب در دهه های پیش رو و مشکل عرضه و تقاضای آب
- نبود استراتژی واحد در نحوه فعالیت های فرهنگی و آموزشی در حوزه مصرف آب در سطح شرکت
- تعارض و تلاقی فعالیت های آموزشی مدیریت مصرف آب در بین واحدهای مختلف شرکت
- وجود تمرکز بر فعالیت های زیر ساختی و تعرفه ای برای کاهش مصرف آب
- ضعف ساختاری در نحوه و شیوه عرضه آموزش ها
- عدم وجود یک ساختار تخصصی منسجم برای کارگزاری فعالیت های آموزشی مدیریت مصرف آب

به دلیل آنکه هیچ قاعده و قانون خاصی در مورد تبلیغات فرهنگی مصرف بهینه آب در شرکت وجود نداشت . برنامه ریزی و اجرای تمام فعالیت های اطلاع رسانی همیشه با وقفه، بی برنامگی و موازی کاری همراه بود. بنایراین تمام اقدامات تحت تاثیر این آشفتگی بوجود آمده غالبا اثر بخشی و نتایج مورد نظر را بدست نمی داد. از آنجاییکه ساختار شرکت بیشتر در محیط و شرایط فکری و انگیزه ای گفتمان فنی و مهندسی قرار داشت اکثر تدابیر لازم برای صرفه جویی حول راهکارهای مهندسی و تعرفه ای قرار می گرفت.مجموع این شرایط نوعی انسداد در خصوص ترسیم راهبرد یکپارچه و منسجم برای تبلیغات مدیریت مصرف آب را رقم زده بود.و آغاز یک بحران در فرایند آموزش همگانی و نهادینه سازی مدیریت مصرف آب در بین آحاد شهروندان و ذی نفعان شرکت بود.

قرار دادن اطلاعات مرتبط با هم برای دستیابی به یک تفکر واحد:

- بررسی ماهیت و چیستی فرهنگ
- بررسی نقش فرهنگ در جامعه اصفهان
- بررسی سیر تحولات فرهنگی در اصفهان
- بررسی ابعاد و مولفه های فرهنگ سنتی و مدرن در اصفهان
- بررسی متون درسی دانش آموزان به منظور یافتن عناصر آموزشی مدیریت مصرف
- افق سرانه مصرف آب در استان
- بررسی سند چشم انداز توسعه اصفهان
- بررسی سند راهبردی توسعه منابع آب استان

وقتی سیستم فشل می شود باید سریعا به سه مرحله داده ستانده و فرآورده رجوع کنیم . مشاهده کنیم آغاز مشکل از کجاست. در این بحران پیش آمده نخستین گام تشکیل تیم بررسی کننده شرایط بود. این تیم در مرحله نخست شرایط موجود شرکت در حوزه آموزش های مدیریت مصرف را مورد سنجش قرار داد .سپس اطلاعات پایه فرهنگی استان و سنن و آداب مختلف مناطق استان را بررسی کرد در این اثنا وضعیت کلی منابع آب و میزان مصرف و اسناد بالادستی در باره آب را مرور شدند.

گرد آوری اطلاعات عمومی در زمینه فرهنگ آب و باورداشت های محلی و سنتی:

- خوانش سیر مطالعات فرهنگی در حوزه آب
- چشم انداز توسعه در بخش آب استان
- بررسی قواعد و نظریه های فرهنگی
- بررسی ساختارهای سنت فرهنگی بومی و محلی استان
- بررسی نحوه اشاعه فرهنگی در استان
- بررسی نحوه نقابل با عناصر ضد فرهنگی در بخش مصرف آب
- بررسی نقش گروه های مرجع در ترغیب مردم به کاهش مصرف آب

در ادامه جلسات اتاق فکر به طور مرتب و با مشخص کردن حوزه های اندیشه ایی و تقسیم کار بین گروه آغاز شد. در فاز نخست گروه شروع به جمع آوری داده های علمی در مورد فرهنگ مصرف ، عادات رفتاری ، تئوری های فرهنگی و... نمود.

یافتن ترکیبات و شیوه اتخاذ عمل در خلق ایده:

- مرور شیوه های اجرای فعالیت های فرهنگی
- نحوه جمع آوری و انباشت داده ها و مضامین فرهنگی مدیریت مصرف
- استفاده از نظریات مختلف در حوزه های جامعه شناسی و روابط عمومی برای تلفیق و تنظیم یک قاعده مشترک برای هر گونه فعالیت فرهنگی مصرف آب
- استمداد از صاحبنظران عرصه فرهنگ و متولیان آب در جهت ارایه نقطه نظرات کاربردی در بخش آموزش مدیریت مصرف آب

- برگزاری جلسات مشترک با سایر سازمان های آموزشی استان برای دریافت نظرات آنان جهت ایجاد ساز و کار و خط می مشخص برای آموزش های ترغیبگرانه برای کاهش مصرف
- بررسی گزینه های مختلف برای فعالیت های آموزشی مدیریت مصرف آب از طریق واگذاری به بخش خصوصی یا مدیریت و تمرکز بر نهادهای داخلی شرکت

بذر تراوش ایده خلاق در این مرحله ریخته شد. اندیشه های گروه ایده پرداز در اینجا حالت کاملا خلاقانه به خود گرفته صدها راهکار برای عبور از بحران مدیریت آموزش مصرف آب در اذهانشان مرور شده و هر تفکر ذهنی ، جنبه های مثبت و منفی اش را با یکدیگر در میان گذاشتند و به سبک و سنگین کردن آنها پرداختند . در این موقعیت جرقه ایده های خلاق زده شد و پازل فکری کم کم شکل واقعی خود را نشان داد.

خلق ایده با استفاده از تراوش اندیشه های گروهی:

- اندیشه ورزی و استفاده از خرد جمعی در سازمان دهی فعالیت های فرهنگی مصرف
- تمرکز بر بعد رفتاری تغییر شیوه مصرف آب در بین شهروندان
- بررسی نحوه عمل و کارگزاری فرهنگی در شرکت
- انسجام بخشی فعالیت ها از طریق یک بخش حرفه ای و متخصص در زمینه فرهنگ سازی
- گنجانیدن یک بخش ویژه آموزشی در چارت سازمانی
- نامگذاری این واحد آموزشی با انجام فراخوان عمومی در سطح شرکت و مشارکت فعال مدیران ارشد
- تعیین چشم انداز و سیاست های راهبردی برای فعالیت این واحد آموزشی
- اجماع عمومی برای نامگذاری این واحدآموزشی به نام " خانه فرهنگ آب "

- تاسیس و بنیان گذاری خانه فرهنگ آب به عنوان یک طرح خلاقانه برای نخستین بار در سطح شرکت های آب کشور
- تدوین و تخصیص بودجه برای این واحد آموزشی
- تاکید ویژه بر تخصصی شدن این قسمت
- استفاده از تمامی ابزارهای اطلاع رسانی و به کارگیری شیوه های رایج آموزشی بر اساس آخرین متدهای نظری و تئوریک علمی در سطح جهان
- بنیان گذاری زیر مجموعه های تخصصی در این واحد همچون راه اندازی کتابخانه تخصصی صنعت آب و فاضلاب در خانه فرهنگ آب
- راه اندازی کتابخانه دیجیتال با هزاران عنوان کتاب برای استفاده عموم شهروندان در کشور و استان

مهمترین مرحله در طراحی و عملیاتی نمودن یک ایده خلاق تمرکز بر افکار مختلف و تمشیت از قاعده افکار ناب مبدعانه نو و تا حدی غیر منتظره است. بنابراین پس از جمع آوری داده های مختلف فرهنگی ، مشاوره های زیاد با صاحبنظران فرهنگی و برگزاری جلسات مختلف با گروه های فرهنگی و بررسی برنامه های فرهنگی مشابه ، وارد فاز بارش اندیشه ای و ثبت نظریات و افکار مختلف شدیم.با رجوع به روش دلفی بارزترین تفکر مورد نظر و با بیشترین اجماع را تعیین نمودیم. اولین نکته در این بخش که مورد نظر قرار گرفت این مطلب بود که رویکردهای فنی و تعرفه ای به تنهایی توان اصلاح الگوی مصرف را ندارند. چون ما در اینجا با انسان ها روبرو هستیم.پس تمام اعضای گروه به این نتیجه رسیدند قطعا راهکار برون رفت از این بحران در رویکردهای علوم انسانی و مطالعات اجتماعی نهفته است.

پس از این توافق جمعی تمامی نظرات و راهکارهای غیر از مباحث علوم اجتماعی و انسانی به کناری نهاده شدند وهمه متمرکز بر تفکرات انسان محور شدند.در ادامه جلسات بعدی با فاصله زمانی کمتر و با صرف ساعات تفکری بیشتر دنبال شدند . ماحصل تمامی این اندیشه ورز ی ها بالاخره در بارقه و زایش ایده خانه فرهنگ آب تجلی یافت.

تمرکز بر فهرست کنترلی و هدایت و تصمیم سازی ایده خلاق

- آغاز فعالیت خانه فرهنگ آب به صورت آزمایشی جهت شناسایی و شناخت مزایا و معایب نهفته در این طرح
- تمرکز بر چینش و به کارگیری نیروهای انسانی همراستا و متخصص در زمینه فعالیت های فرهنگی
- کنترل و نظارت بر فعالیت ها خانه فرهنگ آب از طریق دفتر روابط عمومی به عنوان بخش بالادستی و هدایتگر و تصمیم ساز در فعالیت های اطلاع رسانی و آموزشی برون و درون سازمانی
- تاسیس و بنیان ساختمان خانه فرهنگ آب در بطن بافت تاریخی اصفهان و در مرکز شهر برای امکان استفاده عموم شهروندان از امکانات این واحد

پس از آنکه این ایده خلاق متولد گردید. افکار و ذهنیات به سمت پایداری و ثبات و تجلی یافتن عینی این ایده خلاق معطوف شد. بار دیگر تفکر سلسه وار به سمت و سوی شیوه های عینیت بخشی و عملیاتی شدن ایده خلاقانه "خانه فرهنگ آب " رهنمون شد.

در این وضعیت ما به هدف کلی خود یعنی تاسیس یک سازمان فرهنگ محور متخصص انسان مدار دست یافتیم اما باز هم دغدغه این اندیشه خلاق منحصر به فرد نوپا در گروه و تیم فکری وجود دارد.نهایتا دوباره یک سیر مرحله به مرحله برای ثبات پذیری این ایده خلاق انجام شد. و ظرف خلاقانه "خانه فرهنگ آب " در مظروف خلاقانه " ساختمان خانه فرهنگ آب " در قلب اصفهان و در مجاورت بافت تاریخی مذهبی اصفهان جا نمایی شد. حالا ایده خلاق خانه فرهنگ آبی داریم با ایده خلاق ساختمانی خاص . بار دیگر تیم فکری و اندیشه ای گرد هم می آیند و این بار نگاه ها به ترکیب نیروهای انسانی این واحد است.مشابه دفعات قبل جلسات پیرامون ساختار سازمانی و چارت برگزار شد و در این راستا نیروها متخصص فرهنگی با تحصیلات مرتبط چینش شدند. در تداوم تکمیل این ایده ، کتابخانه تخصصی آب و فاضلاب ، کارگاه دایمی مدیریت مصرف ، کتابخانه دیجیتال ، واحد آموزش های ترکیبی با حضور هنرمندان اصفهان و...

وارد ساختار تشکیلاتی این واحد شدند. آنچه در کلیت کار در پایه گذاری تفکر خلاق شکل گرفت تثلیث ۳ گانه" ۱.خلق ایده خانه فرهنگ آب ۲.ساختمان خانه فرهنگ ۳. محتوا خانه فرهنگ " در شرکت آب و فاضلاب استان اصفهان بود.

بازخورد و دریافت فید بک از ایده خلاق

- رصد و پایش مداوم فعالیت های فرهنگی خانه فرهنگ آب
- بررسی، تجدید نظر و انجام اقدامات اصلاحی برای تسریع در فعالیت ها
- بررسی متون و محتواهای آموزشی و به روز رسانی آنها
- استفاده از نظریات و اندیشه های مشورتی صاحبنظران عرصه فرهنگ و هنر برای ارتقا اثر بخشی فعالیت ها
- بررسی و بازخورد فعالیت های آموزشی از طریق کنترل و نظارت بر نحوه مصرف آب در نواحی و مناطق اجرای برنامه های فرهنگی
- پایش و نظرسنجی از مدیران و آموزشیاران مدارس در خصوص نحوه اثر بخشی فعالیت های آموزشی مدیریت مصرف آب

زایش ایده خلاق خانه فرهنگ آب با انجام فعالیت های آموزشی در تمام سطوح سنی و جنسیتی آغاز شد .بیلان کاری به لحاظ کمی و کیفی روند توسعه را نشان می داد. اما در آن روی سکه برای توفیق طرح نیاز به پایش ضروری بود . پایش درون ساختاری و پایش از آموزش گیرندگان و استفاده کنندگان خدمات خانه فرهنگ آب در بستر یک طرح مطالعاتی و تحقیاتی آغاز شد. نتایج صحت مدعای موفقیت ایده خلاق خانه فرهنگ آب را به ثبوت رساند. ایده و نهال خلاق خانه فرهنگ آب به بار نشست.

نتایج نشان داد بحران ناهماهنگی فعالیت های مدیریت مصرف، عدم کاهش و اصلاح الگوی مصرف که بر ساختار شرکت سنگینی کرده بود با این ایده خلاقانه منحصر بفرد کاملا از بین رفت . **ایده**

خلاق و منحصر به فرد خانه فرهنگ آب آغازی بود بر پایان بحران آشفتگی و بی نظمی آموزش مدیریت بهینه مصرف آب در شرکت آبفا استان اصفهان

عناصر دخیل در کارگروهی برای ایده پروری

- برگزاری جلسات بارش اندیشه برای نحوه ایجاد یک سیستم مشترک اطلاع بخشی فرهنگی
- دریافت آرا و نظرات اساتید مبرز فرهنگی کشور و استان برای بدست آوردن یک رویکرد مشترک فرهنگی
- برگزاری صدها نفر ساعت جلسات متوالی در سطوح مدیریتی کلان شرکت
- برگزاری جلسات متعدد در دفتر روابط عمومی به عنوان سکاندار و متولی اصلی فعالیت های فرهنگی شرکت برای گزینش نیروها ، جانمایی ساختمان، نحوه تعامل با نهادهای اموزشی همچون آموزش و پرورش ، صدا وسیما ، مطبوعات و....
- تشکیل تیم های تخصصی در بخش های مختلف خانه فرهنگ آب
- به کارگیری و همکاری با هنرمندان و آموزشیاران صاحب سبک در عرصه های مختلف هنری
- نظارت بر فعالیت مروجین مصرف آب از طریق راهبری خانه فرهنگ آب
- حضور کارشناسان خانه فرهنگ آب در سطح مدارس استان برای ارایه آموزش های چهره به چهره مدیریت مصرف آب
- حضور ویژه در برنامه های آموزشی صدا و سیما همچون برنامه جاری حیات، لبخند آب ، قند و عسل ، صدای پای آب و....

ایده خلاق خانه فرهنگ آب توسط تیم ایده پرداز روابط عمومی و با مشاوره و همکاری کارشناسان درون سازمانی ، فرهیختگان فرهنگی و گروهی از هنرمندان شکل گرفت. بار اصلی

این طرح بر دوش گروه ایده پرداز بود که با تجربیات سازمانی ، داشته های فرهنگی و نگاهی نو توانستند این ایده خلاق را بپرورانند.









