روزنامه
سرآمد اقتصاد
سه‌شنبه-۱۱شهریور ۱۴۰۴-سال یازدهم- شماره ۲۲۸۸ - قیمت: ۵۰۰۰۰تومان
www.Eghtesadsaramad.ir
eghtesadsaramad
@Eghtesadsaramad

سرآمد از چشم‌انداز جدید ریلی در کریدور شمال-جنوب گزارش می‌دهد؛

رونمایی از برنامه جدید اتصال بنادر ریل‌پایه ایران و روسیه

گسترش حمل‌ونقل کانتینری از بندر سن‌پترزبورگ تا بندر شهیدرجایی

۲

سرآمد گزارش می‌دهد؛

رویای یک تریلیون دلاری هند برای صنایع دریایی

حرکت پرشتاب هند در محور دریانوردی جهانی

۶

سرآمد گزارش می‌دهد؛

بزرگترین کاروان دریایی جهان در راه غزه

حرکت ده‌ها کشتی از بندر بارسلون برای شکستن محاصره غزه

۳

«سرآمد» گزارش می‌دهد؛

مسکن‌سازی در سواحل مَکُران؛ یک گام به جلو

ضمانت ۱۰ساله گروه سرمایه‌گذاری مسکن برای توسعه مسکونی مکران

۴

«سرآمد» بررسی کرد؛

نقصان ششمین نمایشگاه حمل‌ونقل از نگاه غرفه‌داران و شرکت‌کنندگان

۸

«سرآمد» پرسشگری می‌کند؛

آیا «مزرعه میگو» ژئوپارک جهانی قشم را نابود می‌کند؟

یک ادعای بدون سند و منطق برای سند نابودی ژئوپارک جهانی قشم!

امید متین – در روزنامه اقتصاد سرآمد-شماره ۲۲۸۷ مورخ ۹شهریورماه جاری- مطلبی با عنوان «سند نابودی ژئوپارک جهانی قشم با امضای رئیس سازمان شیلات»، در صفحه اول منتشر شد که واکنش‌هایی را در پی داشت. لازم است چند نکته درباره آن نگاشته شود:

نخست: ویژگی‌های ادعای مطرح شده

ادعای مطرح‌شده، بدون سند و مدرک و بدون منطق است. این واضح است که اگر بخواهیم درباره چنین رویدادی چنان قضاوتی کنیم، لازم است مستند و مستدل سخن بگوییم.

ادعای نابودی ژئوپارک قشم به دلیل مزارع میگو، باید ثابت شود که «مزرعه میگو باعث تخریب غار نمکی قشم می‌شود.» در این نوشتار چنین چیزی اثبات نشده و همه نوشتار برخی ادعاست که شاید با بازی کلمه‌ها کنار هم چیده شده‌اند.

گفته است که مسئولان و محلی‌ها سکوت کرده‌اند! آیا این دلیل تخریب غار نمکی است یا دلیلی است بر پذیرش مزارع میگو؟ گفته است که فلان منطقه در آلمان و... از محیط‌زیست یونسکو اخطار گرفته‌اند، آیا این به معنی تخریب غار نمکی است؟

دوم: خطر یا اغواگری؟

تاکید نویسنده بر اخطار سازمان‌های بین‌المللی چنان است که انگار خطر غرق‌شدن قشم بیخ گوش ماست! در حالی که نه به دار است و نه به بار. نه اخطاری آمده و نه کسی معترض است. این همه توهم خطرسازی از کجا می‌آید؟

اگر مشکل سیاسی با دولت چهاردهم دارید- که شاید ما هم داریم- روش آن مقابله سیاسی، غوغاسالاری و اغواگری نیست. این نوع اعتراض آدم را یاد اینترنشنال می‌اندازد که اگر لوله فاضلاب فلان روستا هم کج شود، با بوق و کرنا آن را به نظام اسلامی و حتی خود اسلام ربط می‌دهند!

سوم: دلیل و برهان قاطع

خوب است چنین مواردی به اسناد مجهز شوند. مثلا یک پژوهش علمی صورت گرفته باشد و ثابت کند که «مزرعه میگو به غار نمکی صدمه وارد می‌کند.» آیا چنین سندی پشت این ادعاست؟ و اگر سندی نیست، برهان باید روشن، قاطع و مستقیم باشد. اینکه فلان کشور برای فلان موضوع اخطار گرفته است، دلیل می‌شود؟

پرورش میگو بی‌تردید، باعث بهبود وضعیت غذای سالم مردم می‌شود و این امری اثبات‌شده است، اما آیا مزرعه میگو که یک موجود کاملا دریایی، کاملا بومی و کاملا سازگار با محیط است، غار نمکی را تخریب می‌کند؟ با کدام دلیل و منطق و سند علمی؟

چهارم: شانتاژ خبری

همانطور که اشاره شد، مخالفت هم قواعدی دارد که اگر رعایت نشود، موجب تمسخر دیگران می‌شود. این‌گونه ادعاها بیشتر بوق و کرناست. بر مخاطب اثر نمی‌گذارد. مخاطب می‌پرسد: چرا مزارع پرورش میگو به بافت و زیست‌بوم دریایی ضرر می‌زند؟ چگونه؟ آیا میگو مانند گاو، گاز گلخانه‌ای تولید می‌کند و لایه‌های ازن دریایی را منفجر می‌کند؟ آیا سم، گاز یا رسوب خاصی ایجاد می‌کند که به مرور زمان دهانه بزرگ‌ترین غار نمکی جهان را پر می‌کند؟ خلاصه به چه دلیل؟ این سوالی است که من و امثال من می‌پرسند و این نوشتار آشفته از ادعا، هیچ جوابی برای آن ندارد و فقط مدعی است که پرورش میگو غار خراب‌کن است! چگونه؟ چطور؟ ژئوپارک جهانی قشم باید در این رابطه اطلاع‌رسانی کند، موضع خود را اعلام کند. نگارنده ادعای نابودی ژئوپارک جهانی قشم! دقیق حرف بزنید تا بفهمیم چه می‌گویی؟!

پنجم: چرانشر؟

مخاطب از من پرسید با این توضیحاتی که دادی، پس چرا مطلب را منتشر کرده‌اید؟ پاسخ من روشن است و امیدوارم منطقی و قانع کننده باشد: ما یک رسانه هستیم. یک رسانه دریایی و وظیفه داریم به نظر مخاطب خود احترام بگذاریم و نظرش را منتشر کنیم، حتی اگر مانند این دیدگاه، با آن موافق نباشیم. ما یک رسانه‌ایم، نه یک مرکز پژوهش دریایی که بتوانیم ادعا را راستی‌آزمایی کنیم. ما یک رسانه‌ایم و باید در چارچوب آزادی بیان منتشر کرده و جوابیه‌ها را نیز منتشر کنیم، در چارچوب قانون و کرسی آزاداندیشی.

همه این‌ها به آن معناست که مخاطب آگاه است و قرار نیست هرچه هر رسانه‌ای منتشر می‌کند را کامل بپذیرد. مخاطب می‌تواند درباره آن پرسشگری کند و پاسخ مطالبه کند. این فرایند آزاداندیشی و تضارب اندیشه‌هاست که رسانه وظیفه دارد انجام دهد.

به‌طور کلی آیا ما به عنوان یک رسانه با این نوشتار- و نوشتارها و دیدگاه‌های شبیه این- که در روزنامه به چاپ می‌رسانیم، موافق هستیم؟ جواب به روشنی منفی است و موافق نیستیم چون منطقی و مستدل و قانع کننده نیست و فقط مشتی ادعاست.

حال سوال برای بیننده پیش می‌آید که چرا منتشر می‌کنید؟ چون وظیفه رسانه‌ای ما حکم می‌کند تا به نظرها و دیدگاه‌ها حرمت بگذاریم، اما جلوی پاسخ دادن به امثال این‌گونه نوشتارها را نیز نگرفته و نمی‌گیریم.

باشما هستیم با تحلیل‌های دریایی
روزنامه اقتصاد سرآمد
www.eghtesadsaramad.ir
تلفن: ۸۸۷۶۹۲۲۷ - ۰۲۱ همراه: ۰۹۱۹۸۵۴۳۹۹۶

اینفوگرافیک- اقتصاد سرآمد

مقاله

تجارت دریایی ایران با کاهش کربن سوخت همسو است؟

پدرام علی‌زاده

۵

یادداشت

سرآمد تحلیل می‌کند؛

بایکوت خبری ششمین نمایشگاه حمل‌ونقل و لجستیک

فیروز اسماعیلی – ششمین نمایشگاه حمل‌ونقل و لجستیک در حالی برگزار شد که به طرز عجیبی مورد بی‌توجهی رسانه‌ها قرار گرفته بود و جست‌وجو در گوگل نیز در یافتن نام و نشانی از این نمایشگاه، بی‌نتیجه بود! به روشنی می‌توان گفت که هیچ‌کدام از رسانه‌های مطرح کشور، این رویداد را پوشش خبری نداده‌اند. به‌راستی دلیل این بایکوت خبری و رسانه‌ای چیست؟

جدل داخلی برگزارکنندگان

یکی از مهم‌ترین دلایل را باید در جنگ‌وجدل داخلی برگزارکنندگان نمایشگاه‌های حوزه حمل‌ونقل و لجستیک جست‌وجو کرد. نمایشگاه حمل‌ونقل و لجستیک گذشته به وسیله یک شرکتی در مصلی برگزار شد، اما نمایشگاه ششم توسط یک شرکت دیگر در خیابان سئول برگزار می‌شود. تقابل این شرکت برای کسب مجوز و برگزاری نمایشگاه حمل‌ونقل، مدت‌ها طول کشید و در نهایت، به ظاهر شرکتی با نام میلاد نور، گوی سبقت را از رقبا ربود و برای اولین‌بار این نمایشگاه را برگزار کرده است.

این شرکت سه‌ماه قبل با دعوت از رسانه‌ها، نشست خبری برگزار کرد که در نوع خود، نوآوری محسوب می‌شد و نشان می‌داد نمایشگاه ششم با جلال و جبروت بیشتری برگزار خواهد شد، اما در عمل معلوم شد که این شرکت توانایی لازم برای اجرای چنین رویداد مهم صنعتی و تجاری را ندارد. دلیلش هم روشن بود؛ نمایشگاهی که میلیاردها تومان هزینه آن شده، کم‌ترین برد رسانه‌ای نداشته و کم‌ترین توجهی نیز به افکار عمومی نکرده است.

این چه معنایی دارد؟ در نهایت نتیجه حاصله سکون و سکوت رسانه‌ها در این نمایشگاه است. علاوه‌بر این شنیده‌ها حاکی است که رقبای این شرکت در تدارک برگزاری یک نمایشگاه عظیم هستند!

دورهمی صنفی

در نمایشگاه، به جز کسانی که غرفه‌دار هستند یا کسانی که از این و آن درباره نمایشگاه شنیده‌اند، افراد دیگری نیست. بُعد تبلیغی و اطلاع‌رسانی بسیاربسیار ضعیف برگزارکننده نمایشگاه فوق، باعث شده کسی از این نمایشگاه باخبر نباشد. لذا در این نمایشگاه بی‌رمق، تنها غرفه‌داران هستند که به یکدیگر سر می‌زنند و با هم خوش‌وبش دارند تا ساعت کاری نمایشگاه تمام شود و وقتی از آن‌ها سوال می‌شود که در این مدت چندتا قرارداد تجاری امضا کرده‌اید؟! با تعجب و تاثر فقط به شما نگاه می‌کنند. این است که نمایشگاه ششم تبدیل شده به دورهمی صنفی جمعی از فعالان حوزه حمل‌ونقل!

نمایشگاه منهای دولت؛ نقص بزرگ

در نمایشگاه، هیچ رکنی از ارکان دولتی حضور نداشتند؛ مثل وزارت راه و شهرسازی و زیرمجموعه‌های عریض و طویل آن ازجمله حمل‌ونقل جاده‌ای، دریایی، هوایی، ریلی. ارکانی که نقش اصلی برنامه‌ریزی، هماهنگی و لجستیک کل را برعهده دارند. ارکانی که نظارت و فرماندهی حاکمیتی دارند. این را می‌شود به نوعی به فال نیک گرفت که بخش خصوصی خود مستقل و منهای دولت عمل کرده است، اما از آنجا که کار بخش خصوصی جدای از بخش دولتی نیست، می‌تواند نقص بزرگی هم باشد. به هر ترتیب، نمایشگاه با یک بال قصد پرواز داشت که گویا به در و دیوار خورده است.

دوران کم‌تجربه‌گری

برخی بر این باورند که شرکت برگزارکننده، برای اولین‌بار است که چنین تجربه سنگینی در حوزه حمل‌ونقل و لجستیک را به دوش می‌کشد و به‌طور روشن از عهده آن برنیامده است. بی‌توجهی مفرط برگزارکننده به بُعد رسانه‌ای و روابط عمومی گسترده در سطح ملی و بین‌المللی، این نمایشگاه را با خروجی نسبتا صفر مواجه کرده است. چند ماه پیش که نشست خبری برگزار کردند، این امید و تجلی پیدا شد که این نمایشگاه نگاه عمیق و معناداری به افکار عمومی دارد و در نمایشگاه، می‌توانیم شاهد انعکاس باشکوه آن باشیم؛ اما همان بود و دیگر خبری رسانه‌ای نشد و نمایشگاه در سکوت و غربت افتتاح شد و به جز ادمیرال و دات‌وان، الباقی در بی‌کسی و تنهایی وقت گذراندند. این نمایشگاه نهم ماه‌جاری در محل نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران برقرار بود، سه روز را پشت سر گذاشت و بی‌خبر و چراغ خاموش پیش رفت. این به چه معناست و در قاموس بازاریابی داخلی و جهانی چه اهمیت و ارزشی دارد!

نمایشگاه دات‌وان

با توجه به اشغال بخش مهمی از نمایشگاه به وسیله شرکت دات‌وان، نمایشگاه ششم را باید نمایشگاه دات‌وان بنامیم. حضور گسترده شرکت و گروه بابک زنجانی در این نمایشگاه یکی از نکات قابل‌توجه نمایشگاه ششم است.

نمایشگاه حمل‌ونقل بعدی

با این اوضاع و احول، باید نگران نمایشگاه بعدی حمل‌ونقل بود. آیا برگزار می‌شود؟ چگونه؟ به وسیله چه کسی و کجا؟