



صاحب امتیاز و مدیر مسئول: فیروز اسماعیلی نژاد
قائم مقام مدیر مسئول: امید عباسی
سردبیر: شورای سردبیری
دبیر تحریریه: سعید قلیچی
دبیر عکس: اصغر بشارتی
طرح و کاریکاتور: فریبا عزیزی

چاپ: صمیم

توزیع: موسسه نشریات جراری

تلفن دفتر مرکزی: ۰۲۱-۸۸۷۶۹۲۳۷

تلفن دفتر شهرستان ها: ۰۲۱-۸۶-۴۷۵۹۶

سازمان آگهی ها: ۰۹۱۹۸۵۴۳۹۹۶

پست الکترونیکی: Eghtesadsaramad@gmail.com

نشانی سایت: eghtesadsaramad.ir

عضو انجمن روزنامه های غیردولتی

نشانی دفتر مرکزی: تهران - خیابان سپهرودی شمالی مابین هویزه و بهشتی -

پلاک ۵۵۶ طبقه سوم - واحد ۳

ویژه

نمایشگاه صنایع دریایی

بوشهر



نظر قرار بگیرد، فاجعه تایتانیک می‌رود در راس خبرها. از سوی دیگر، در ضد فرهنگ ما، دریا یک تنگ است و زندگی یک ماهی که در درون این تنگ زندانی شده است. ضد فرهنگی که از چپن آمده و در دل فرهنگ سنتی و اصیل ما رسوخ کرده است. همچنین است فرهنگی که در اغلب برنامه‌ها و نمایش‌های تلویزیونی‌اش، کباب مرغ در اوج غذاهای ایرانی قرار می‌گیرد و کمتر فیلمی نشان داده می‌شود که ماهی روز میز هنرپیشه‌هایش باشند. به هر حال، از هر سو نگاه کنید، ضد فرهنگ دریایی می‌بینید. شمارگان مجله «بندر و دریا» وابسته به سازمان بنادر و دریانوردی - یک کابوس دریایی است. هر نوجوان یا جوانی این مجله را ورق بزند، حالش از دریا به هم می‌خورد. در بخش مصاحبه با دریانوردان نمونه، هیچ حرفی جز این نیست که دریا خطرناک است و ما ماه‌ها از خانواده به دور هستیم. این دو نکته برجسته‌ترین بخش‌های مصاحبه‌های این مجله است. معلوم است هر کس بخواند از دریا فرار می‌کند. برای فرهنگ‌سازی برای دریا، دو گام اساسی باید برداشت: اول، تغییر ذهن و تصورات مسئولان فرهنگی و سپس بهسازی و بازسازی فرهنگ دریا در افکار عمومی. جای تاسف است که اکنون مسئولان فرهنگی ما دچار کج‌فهمی فرهنگی در بساره دریا هستند. تا این بخش از ضایعه رفع نشود، فرهنگ عمومی ما همچنان از دریا گریزان خواهد بود. بیش از ۹۰ درصد خبرها و گزارش‌ها صدا و سیما - و دیگر رسانه‌ها - در حوزه خشکی صورت می‌گیرد و درصد کمی به پیاد دریا می‌افتند تا ظرفیت‌های دریا همچنان خالی بماند و مردم همچنان از دریا و اهمه داشته باشند.

سمت فرهنگ سازی و یعنی ایجاد زمینه‌های ضد فرهنگ. ماهی چینی قرمز را در تنگ‌های می‌اندازند و به جای سنت «ماهی خوری شب عید ایرانی» جا می‌زنند و سیمای جمهوری اسلامی هم تبلیغش را می‌کند. در شبکه‌های ملی و سراسری، سفره هفت سین می‌چینند با تنگ ماهی قرمز! ترویج ضد فرهنگ.

چونیک نظر کرد، پر خویش در آن دید

گفتاز که نالیم که از ماست که بر ماست

ضد فرهنگ دریایی

در کشور ما، فرهنگ‌سازی برای گرایش به دریا تقریباً وجود ندارد؛ اما فاجعه به این جا ختم نمی‌شود و ما به طور جدی در معرض ضد فرهنگ دریایی هستیم و همچنان، تبلیغات ناصحیح، نسل‌ها را از دریا گریزان می‌کنند. برای مثال، پخش مکرر فیلم‌های سینمایی که معمولاً همراه با خشونت دریایی و صحنه‌های خشن از غرق یک کشتی است و چنان به مخاطب القاء می‌کند که دریا چیزی جز موج‌های کوبنده و کشتی‌های شکننده نیست و اگر کشتی در دریا بشکند، غرق برای کشتی و مرگ برای سر نشینان حتمی است. خبرهای دریایی هم اغلب با خاطرات تلخ ماندگار می‌شوند. فاجعه کشتی سانچی یکی از آن‌هاست که رسانه‌های شد و همچنان مورد سوال است. اصولاً کمتر یافت می‌شود که رسانه‌ای از خبرهای خوش دریایی خبری مخابره کند. انگار فقط فجایع دریایی ارزش خبر دارند. غرق یک کشتی یک خبر خوب به حساب می‌آید. این روزها خبر غرق کشتی‌هایی که پناهجویان را به این سو و آن سوی اروپا می‌برند، تیر یک است. اما خبری از لذت و شادی مردم در کشتی‌های کروز نیست. اگر تفریح دریایی هم مد

سر آمد تحلیل می‌دهد:

ضرورت فرهنگ‌سازی دریایی در ایران

انجام نشود، یک جهتش به ضد فرهنگ منجر می‌شود. به طور اساسی، فرهنگ زیربناست؛ اگر به بخش فرهنگ توجه کردیم، باقی سازه‌های ما معنا پیدا می‌کند و در غیر این صورت، همان سازه‌ها که با هزینه گزاف و تلاش زیاد حاصل شده است، خود تبدیل می‌شود به ضد فرهنگ. اجازه بدهید چند مثال از سازه‌هایی که تبدیل می‌شوند به ضد فرهنگ بیاوریم. این سازه‌ها که اغلب هم از سر دل‌سوزی و عنایت به توسعه ساخته می‌شوند، گاهی جواب عکس می‌دهند. نمونه بزرگ و بارز آن در تهران، مسیرهای دوچرخه‌سواری است که در سراسر برخی خیابان‌های مهم کشیده شده‌اند؛ بی آن که حتی یک دوچرخه‌سوار از آن‌جا بگذرد! آن همه طراحی و تعمیر و بازسازی و رنگ و ... نتیجه‌اش شده هیچ و حتا زیر هیچ. وقتی مردم نگاه می‌کنند که مثلاً در طول پلوار کشاورز، این همه خط دوچرخه کشیده شده و دوچرخه‌سواری از آن استفاده نمی‌کنند، از درون و برون ریشخند می‌کنند. این یک ضد فرهنگ. بدتر این که مسیر دوچرخه سواری تبدیل شده

اهمیت پرداختن به موضوع فرهنگ‌سازی عرصه دریا بخصوص بهسره‌وری و بهره برداری از اقتصاد دریامحور که به توسعه همه جانبه کشور کمک وافر و شایانی می‌کند ما را در روزنامه دریایی اقتصادسرآمد بر آن داشته است که مکرر به مبحث ضرورت فرهنگ‌سازی دریایی در ایران بپردازیم. هر پدیده‌ای، فرهنگ خاص خودش را دارد که مختص خود اوست. همانند اثر انگشت که خاص هر انسان است و مشابه آن وجود ندارد. فرهنگ دریایی هم خاص خود دریاست و مشابه ندارد. شناسنامه دریاست که با آن شناخته می‌شود و با دیگر پدیده‌ها متمایز می‌شود. ما در روزنامه دریایی اقتصادسرآمد بارها به مقوله فرهنگ دریایی مردم ایران به عنوان یک کشور دریایی پرداخته‌ایم. اینکه ایران یک کشور دریایی است یا مدیرانی از جنس کوری و نگاه خشک محور نگاهی که خود نیازمند تغییر است. فرهنگ چیست؟ فرهنگ‌سازی کدام است؟ چرا رهبر انقلاب اسلامی این همه به فرهنگ تاکید می‌کند؟ چرا می‌گوید: فرهنگ آن قدر مهم است که من حاضرم جانم را برای آن بدهم! این مهم چیست و چگونه تحقق می‌یابد؟ سخن در این باره، بسیار گفته‌اند و البته کمتر عمل شده است. می‌توان ساعت‌ها در این باره سخن گفت و به پایان نرسید. اما در این نوشتار کوتاه، با گرایش همیشگی خود به دریا، چند نکته را به اشاره می‌گذریم:

چگونه فرهنگ‌سازی نکیم

«ضد فرهنگ» بسیار آسان‌تر از «فرهنگ‌سازی» است؛ زیرا در فرهنگ‌سازی باید کار کرد، برنامه داشت و باظرافت و زیبایی آن برنامه را اجرا کرد. اما برای این که فرهنگ‌سازی نکیم، کافی است که هیچ کاری نکنیم. چیزی که الان اغلب - و شاید تمامی - بخش‌های حوزه دریا دارند انجامش می‌دهند؛ یعنی هیچ کاری. «ضد فرهنگ» زمانی ایجاد می‌شود که به رغم تمامی تلاش‌ها در توسعه فیزیکی، به توسعه فرهنگی توجه نکنیم. زمانی که افکار عمومی بی‌اعتنا بود و در گستره ملی برای ترویج فرهنگ تلاش نکنیم، هر کاری که





سومین نمایشگاه تخصصی صنایع دریایی و دریانوردی ایران



از ایده تا آب‌اندازی

روایت یک سرمایه‌گذاری مشارکتی موفق در کشتی‌سازی

با حضور

مهدی بندری | مدیر عامل شرکت نوینکس

ایوب رضوی | حامی و سرمایه‌گذار شرکت نوینکس

حسن حمید اوای | مدیرعامل کشتی‌سازی مینوبار اروند

۱۲ دی ماه ۱۴۰۴ | ساعت ۱۰:۳۰ | محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی بوشهر



maritimexpo.ir

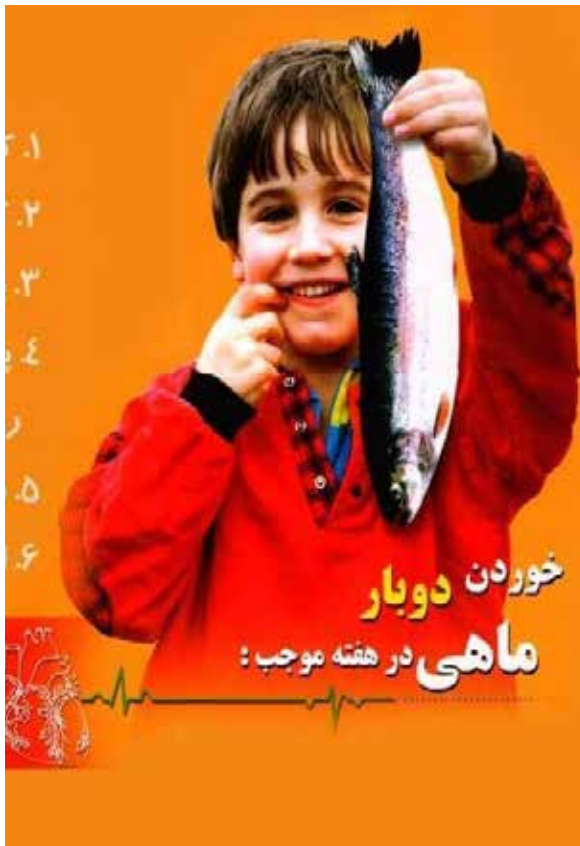
نوبت دوم

آگهی



بنا به درخواست شرکت OCEAN GLORY GIANT مالک کشتی تانکر ماسال به شماره ثبت ۱۳۴۲ قشتم مبنی بر لغو تابعیت کشتی مذکور، گواهینامه ابطال ثبت و لغو تابعیت بر اساس ماده ۷ قانون دریایی ایران در تاریخ ۱۴۰۴/۸/۲۴ برای آن صادر شد. مراتب به موجب ماده ۵ آئین‌نامه اجرایی ماده ۷ قانون دریایی ایران آگهی می‌گردد. شناسه آگهی: ۲۰۵۴۷۷۲۲ میم الف: ۳۱۷۵

سازمان بنادر و دریانوردی



خوردن دوبار ماهی در هفته موجب :

نوبت دوم

فراخوان ارزیابی کیفی جهت برگزاری مناقصه عمومی تأمین لامپ و اقلام روشنایی منطقه ۵ عملیات انتقال گاز



مناطق پنج عملیات انتقال گاز ایران در نظر دارد فراخوان ارزیابی کیفی جهت برگزاری مناقصه عمومی «فوق» به شماره ۰۴۰۰۴۰۱۶۹ را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید. کلیه مراحل برگزاری فراخوان ارزیابی کیفی از دریافت تا تحویل اسناد اعلام ارزیابی کیفی تا ارسال دعوتنامه جهت سایر مراحل مناقصه از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت ستاد به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد. لازم است مناقصه گران در صورت عدم عضویت قبلی، مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند. تاریخ انتشار فراخوان در سامانه ستاد تاریخ ۱۴۰۴/۱۰/۷ می باشد. دعوتنامه و اسناد مناقصه پس از برگزاری فرایند ارزیابی کیفی از طریق سامانه ستاد در اختیار مناقصه گران قرار خواهد شد. تذکر: در صورت تولید اقلام مورد تقاضا در داخل کشور ارائه پیشنهاد از تولیدات داخلی الزامی بوده و سایر پیشنهادات (کالای خارجی) قابل بررسی نیستند. مهلت دریافت اسناد اعلام ارزیابی کیفی از طریق سامانه ستاد: ساعت ۱۹:۰۰ روز یکشنبه ۱۴۰۴/۱۰/۱۴ مهلت ارسال پاسخ اعلام ارزیابی کیفی از طریق سامانه ستاد: ساعت ۱۹:۰۰ روز یکشنبه ۱۴۰۴/۱۰/۲۸

روابط عمومی منطقه پنج عملیات انتقال گاز (۸۷۲۰۰۴۴۸)