

«سر آمد» تحلیل می کند؛

چالش های الگوسازی فرهنگ توسعه دریایی ایران

نگاهی دیگر به مهم ترین ارکان فرهنگ دریایی ایران

گروه فرهنگ دریا پا به – ایرج گلشنی –
ارکان مهمی می توان برای فرهنگ سازی در نظر گرفت و سپس بررسی کرد که آیا در توسعه فرهنگ دریایی در ایران چه مقدار از آن کاربردی شده و چقدر فرهنگ سازی دریایی معنا پیدا کرده است. البته قصه مفصل است و نیاز به توضیح گسترده دارد، اما اینجا گذرا نگاهی به ارکان فرهنگ ساز و مقایسه آن در بستر توسعه دریایی ایران می اندازیم:

به گزارش اقتصاد سرآمد، همواره یک فرهنگ سازی صحیح و اصولی با آموزش شروع می شود. به بیانی، فرهنگ سازی بر «دانایی» استوار است. به طور کلی، یک جامعه نا آگاه، با فرهنگ مناسبیتی ندارد. حتی فرهنگ گریز است. یک جامعه که مبتنی بر «سواد عمومی» نباشد، فرهنگ پذیر نمی تواند باشد.

رکن آموزش

آموزش مهم است و مبنای فرهنگ سازی است، چه در وجه عمومی و چه در وجه اختصاصی. چه آموزش های عمومی برای همه مردم و چه آموزش های تخصصی برای گروه خاص. هر دو مهم اند و با هم دولیبه قیچی را ایجاد می کنند که ضدفرهنگ را می برد و از میان برمی دارد و کولاژی شیک و زیبا از فرهنگ می سازد. بدون این قیچی، هیچ جامعه ای نمی تواند جامه ای زیبا برای قامت فرهنگی خود بسازد.

در نگاه به فرهنگ دریایی کشور، اما به راحتی می توان متوجه شد که این رکن کار ساز و فرهنگ پرداز، تقریبا وجود ندارد. نه به معنای مطلق وجود، اما به آن معنا که در سطح وسیع و کار ساز، وجود ندارد. آموزش های تخصصی که متخصص دریایی می سازد، در حداقل است و آموزش های عمومی که باید کل جامعه را در نوردد، تقریبا نزدیک به صفر است. با این روش، قیچی فرهنگ قابل اعتنایی برای برش دادن الگوی فرهنگ دریایی کشور پدید نمی آید و نیامده است. چنین قیچی ای شبیه هاشیر بی پای ودمی است که مولانا فرمود. بنابراین، کشور ما در اولین رکن از فرهنگ سازی دریا، دچار مشکل شدید است و هر چه دیرتر اقدام شود، ساخت و پرداخت فرهنگ دریایی ایران سخت تر می شود.

رکن الگوی فرهنگی

بحث درباره رکن الگوی فرهنگ سازی، فوق العاده وسیع است و به راحتی نمی توان شمایی از آن ارائه داد. با این همه، مجبوریم گذری کنیم و بگذریم. الگو (اسطوره) وجهی است که «مانند آن شدن» ملاک جوامع است و احاد یک ملت را در برمی گیرد. ترغیب به شندن در یک جامعه با الگوسازی ممکن است و اگر الگو نباشد، «همانندسازی در جامعه دچار مشکل می شود». الگو، یک مسیر عینی و لمسی برای حرکت، تلاش و شدن است. یک مثال است که به مفاهیم غیبت واقعی یا حسی می بخشد. یک جامعه موفق، یک جامعه بزرگ و ریشه دار، جامعه ای است که الگو می سازد و آن را در مسیر رشد فکری و بدنی نسل های خود قرار می دهد و چنان مهم است که بدون آن، مسیر گم می شود.

بر اساس تصویب هیات وزیران:

۸۰ درصد نرخ سوخت کشتی ها و شناورهای تفریحی یارانه ای شد



هیات وزیران مقرر کرد که نرخ سوخت کشتی ها و شناورهای تفریحی به میزان ۸۰ درصد به صورت یارانه ای و بقیه با نرخ خدمات سوخت رسانی به کشتی ها تعیین شود.

به گزارش اقتصاد سرآمد، هیات وزیران به پیشنهاد وزارت نفت، این وزارتخانه را مکلف کرد که سوخت مورد نیاز کشتی ها، شناورها و قایقهای تفریحی و مسافری دارای مجوز از وزارت میراث فرهنگی گردشگری و صنایع دستی را که در مسیرهای داخلی و بین المللی از مبدأ یا به مقصد بنادر ایران در خلیج فارس دریای عمان و دریای خزر تردد می نمایند را بدون در نظر گرفتن پرچم آنها بر اساس جدول زیر محاسبه کند.

بر این اساس نرخ سوخت کشتی ها و شناورهای تفریحی و مسافری مقاصد داخلی و بین المللی به نسبت ۸۰ درصد یارانه ای و ۲۰ درصد نرخ خدمات سوخت رسانی به کشتی ها (بانکرینگ) محاسبه می شود و برای قایق های تفریحی بزرین سوژی نیز نرخ بر اساس نرخ خرید از پالایشگاهها خواهد بود. همچنین تخصیص سهمیه سوخت یارانه ای کشتی ها، شناورها و قایقها اعم از مسافری و تفریحی تجاری و صیادی دارای موقعیت یاب با رعایت سایر قوانین و مقررات مرتبط مجاز است. وزارت راه و شهرسازی، سازمان بنادر و دریانوردی با همکاری وزارت جهاد کشاورزی (سازمان شیلات) و وزارت میراث فرهنگی گردشگری و صنایع دستی مکلف به تأیید عملکرد و پیمایش ناوگان دریایی مرتبط و ارسال برخط اطلاعات تردد شناور قایق از طریق تجهیزات موقعیت یاب به سامانه درخواست فرآورده های نفتی (سدف) برای تعیین سهمیه بر مبنای الگوی مصرف سوخت هستند.

مالکین کشتیها، شناورها و قایقها موظفند حداکثر ظرف یک ماه از تاریخ ابلاغ این تصویب نامه نسبت به نصب موقعیت یاب اقدام نمایند. در صورت عدم ارائه عملکرد مبتنی بر تجهیزات موقعیت یاب سوخت به نرخ خدمات سوخت رسانی به کشتیها (بانکرینگ) محاسبه خواهد شد.



سلحشوری مانند «علامعلی پابندر» دلارمرد دریایی ایران می تواند یکی از آن الگوهای برجسته باشد که چندان که باید و شاید، مورد توجه قرار نگرفته است و می توان گفت که حتی یک درصد مردم ایران این الگو را نمی شناسند. چهره های برتر دیگری هم هستند که معرفی نشده و تبدیل به الگو نشده اند.

در جنگ تحمیلی ۸ساله و سپس در جنگ تحمیلی ۲اروزه، گسره بزرگی از الگوها از دامن پاک ایران زمین با معجون فرهنگ ایرانی –اسلامی معرفی شدند. بخشی از این سلحشوران در حوزه دریایی هستند، اما آنچنان که زمین ها و هوایی ها معروف و الگو شده اند، دریایی ها عقب مانده اند. گرچه درباره سلحشوران زمینی و هوایی هم چندان که شایسته آنان است، اقدامات دلچسپی نشده و حق قهرمانان بزرگ ما کامل ادا نشده است. مثلا عباس دوران که یکی از اعجوبه های تاریخ هوایی ایران است را تا چه حد به عنوان یک الگوی برتر معرفی کرده ایم؟ کسی که باعث افتخار است. دیگران هم بهمنطور؛ مانند شهید بابایی، شهید شجاعی، شهید کشوری، شهید شیرودی و... با این همه، در بستر دریایی، وضعیت به مراتب از این ضعیف تر و نحیف تر است و این است که مارکن دوم فرهنگ سازی دریایی، یعنی «الگوسازی» را هم از دست داده ایم.

۳رکن مشارکت عمومی، رسانه و قوانین

ارکان مهم دیگر را با هم به اختصار بررسی می کنیم و سریع به سمت نتیجه حرکت می کنیم. برای فرهنگ سازی در یک جامعه، قوانین بسیار مهم و اثر گذارند، مشروط بر اینکه در زمان مناسب ارائه شوند. زمان مناسب، شروع فرایند فرهنگ سازی است نه وسط یا انتهای آن. در صورتی که زمان مناسب رعایت نشود، تضاد بزرگ رخ می دهد. برای مثال، یک پدیده مانند «خواجه عطا» در هر گان ابتدا با انرژی مردمی شکل می گیرد، حرکت می کند و سپس به دلیل نبود چارچوب های قانونی مطابق با قوانین حاکم، دچار تنش و چالش می شود و زمانی برای آن قاعده و قانون می تراشند که کار از کار گذشته است و یک باره، یک حرکت با شوک و چالش مواجه می شود.

به طور طبیعی قوانین جدید به راحتی پذیرفته نمی شوند. مثل این است که شما فرزند خود را سال ها به کشتی بفرستید و یک باره بخواهید قوانین ژئمناستیک را رعایت کند! آیا فرزند شما با شوک و شداید مواجه نمی شود؟ آیا قانون جدید شما را به راحتی درک کرده و اجرا می کند؟ اصلا آیا اگر هم بخواهد، می تواند اجرا کند؟ این است که قانون از ابتدا باید وجود داشته باشد و این زمانی ممکن است که

شما برای فرهنگ سازی، هدف معین، راهبرد مشخص و سیاست مشخص داشته باشید.

در همین رابطه، رسانه ها و تبلیغات عمومی ابزار مهم هستند. رسانه نه فقط به معنای روزنامه و پایگاه خبری و شبکه های تلویزیونی، بلکه به معنای عام و شامل همه ابزارهایی است که یک مفهوم را به ذهن مخاطب مخابره می کنند. اگر این ابزارها به خوبی مدیریت و به کار گرفته نشوند، چیزی به اسم فرهنگ سازی مقدور نخواهد بود. و در نهایت، همه این تلاش ها برای آن است که مشارکت عمومی رخ دهد. شرکت عموم (یسا حداکثر مردم) در یک برنامه به معنای فرهنگ سازی است. حضور قشری و گروهی و صنفی به معنای تحقق فرهنگ سازی نبوده و نیست. در جامعه دریایی ایران، در همه این ارکان نیز مشکل جدی داریم. اکثر رسانه ها یا صنفی هستند یا به طور جزئی به مقوله دریا می پردازند. اکثر خبرگزاری ها و... همه به صورت جزئی و معطوف به خبر درباره دریا کار می کنند که کاملا بی اثر هستند. برخی دیگر وجه صنفی دارند و متعلق به یک صنف خاص هستند که اثر آن ها هم در فرهنگ سازی نزدیک به صفر است، زیرا مطالب خاص و بریده محتوای مربوط به صنف یا انجمن خود را بیان می کنند و از بیان عمومی معطوف به اکثریت مردم خالی هستند. و نیز اضافه کنید ک اکثر اهل قلم در رسانه های ایران، سواد دریایی لازم و کافی ندارند و به شدت نیازمند آموزش هستند.

وضعیت سایر رسانه ها از این گروه بدتر است. برای مثال، در زمینه ادبیات داستانی به عنوان یک رسانه بسیار قوی و موثر، تقریبا نزدیک به صفر هستیم. درباره ادبیات کودک و نوجوان تقریبا هیچ حرفی در حوزه دریا برای گفتن نداریم. در بستر فیلم، تقریبا هیچ تولید دریایی مناسب نداریم. هر چه هست دفاعی و اتفاقی و محدود است که کمکی به فرهنگ سازی نمی کند.

جمع بندی و نتیجه گیری

می دانیم که «توسعه منهای فرهنگ، یک مجموعه میان تهی است». می دانیم که «توسعه بدون فرهنگ در هیچ جای دنیا رخ نداده است که در توسعه دریایی ایران رخ بدهد.» و می دانیم که «به طور کلی ارکان فرهنگ سازی برای توسعه فرهنگ دریایی ایران بسیار ضعیف هستند و نیازمند توجه ویژه و برنامه ریزی شده و مستمر با مشارکت همه دستگاه های دریایی و غیردریایی کشور دارد. همچنین می دانیم که «زمان زیادی از دست داده ایم.» آیا نباید در سطح وسیع و مبتنی بر فکر و برنامه یک حرکت گسترده و هماهنگ در سطح ملی آغاز کنیم؟

استاندار بوشهر:

نمایشگاه صنایع دریایی فرصت های سرمایه گذاری در استان های جنوبی را فراهم می کند



استاندار بوشهر گفت: سومین نمایشگاه تخصصی صنایع دریایی و دریانوردی ایران فرصتی مغتنم برای معرفی

دستاوردها و فناوری های دریایی، تقویت همکاری بخش خصوصی و دولتی و شناسایی فرصت های سرمایه گذاری در حوزه اقتصاد دریامحور

استان و دیگر استان های جنوبی است.

به گزارش اقتصاد سرآمد، ارسلان زارع در آیین گشایش سومین

نمایشگاه تخصصی صنایع دریایی و دریانوردی ایران در بوشهر اظهار

کرد: خوشحالم در این رویداد بار دیگر میزبان فعالان بخش خصوصی،

کارشناسان حوزه دریایی و شرکت های فعال در صنایع مرتبط هستیم.

وی بیان کرد: این نمایشگاه فرصتی مناسب برای معرفی جدیدترین دستاوردها، فناوری ها و ظرفیت های دریایی کشور و شناسایی فرصت های سرمایه گذاری در این بخش به ویژه در استان های جنوبی فراهم می کند. زارع افزود: استان های جنوبی کشور به دلیل بهره مندی از آب های آزاد، ظرفیت های قابل توجهی در صنایع دریایی دارند و با استفاده صحیح و هوشمندانه از این پتانسیل ها می توان رشد اقتصاد منطقه ای و اشتغال پایدار را تقویت کرد. استاندار بوشهر گفت: اقتصاد دریامحور یکی از مولفه های اصلی دستیابی به توسعه پایدار است و دولت سیزدهم و رئیس جمهور بر این موضوع به عنوان عاملی برای افزایش تولید ناخالص ملی، رونق اشتغال و بهبود معیشت مردم تأکید دارند. استاندار بوشهر: پروژه های راهداری شهرستان دشتی با جدیت در حال اجراست. زارع با بیان اهمیت توسعه صنایع دریایی تصریح کرد: این بخش نقش کلیدی در افزایش سهم کشورمان از تجارت دریایی منطقه ای و جهانی دارد و مستلزم حمایت از صنایع مرتبط با آب و دریاست و برگزاری نمایشگاه های تخصصی می تواند زمینه تحقق این هدف را فراهم کند.

وی اضافه کرد: توسعه همکاری های تجاری، تقویت ظرفیت های صنعتی و علمی مرتبط با دریا و صنایع دریایی و فراهم سازی فرصت های سرمایه گذاری از جمله رویکردهای است که باید با برپایی نمایشگاه های تخصصی پیگیری شود. استاندار بوشهر تأکید کرد: این نمایشگاه فرصت مناسبی برای هم افزایی میان بخش خصوصی و دولتی، تعامل شرکت های داخلی با سرمایه گذاران خارجی و شکل گیری درک مشترک تجاری است تا سهم اقتصاد دریایی در نظام اقتصادی کشور افزایش یابد.

اقتصاد سرآمد

پنج شنبه- ۱۱ دی ۱۴۰۴- سال یازدهم- شماره ۲۳۹۰

دریاپایه

بنادر

جزیره خارگو: نخستین جزیره هدف گردشگری دریایی کشور

مدیرکل اداره میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی استان بوشهر گفت: جزیره خارگو نخستین جزیره ای است که به صورت رسمی در قالب برنامه توسعه گردشگری دریایی کشور معرفی شده و در مرحله نخست، توسعه اسکله های گردشگری، بهبود وضعیت شناورها و فراهم سازی امکانات مورد نیاز گردشگران در دستور کار قرار گرفته است.

به گزارش اقتصاد سرآمد، نصرالله ابراهیمی با اشاره به اینکه جزیره خارگو به عنوان یکی از مقاصد هدف گردشگری دریایی استان بوشهر و منطقه خلیج فارس شناخته شده است، به مانا اظهار داشت: به همین منظور قصد داریم زیرساختهای گردشگری در این جزیره را افزایش دهیم.

مدیرکل اداره میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی استان بوشهر، افزود: موضوع توسعه گردشگری دریایی و امکانات گردشگری در جزیره خارگو در نشست اخیر شورای سیاست گذاری گردشگری ساحلی و دریایی کشور مطرح شد.

به گفته وی، بر اساس مصوبات این نشست، با توسعه زیرساخت های گردشگری و اجرای طرح های مصوب، این جزیره در آینده ای نزدیک می تواند به قطب گردشگری دریایی استان بوشهر تبدیل شود و علاوه بر رونق گردشگری منطقه، رونق اقتصادی جامعه محلی را به دنبال داشته باشد.

ابراهیمی خاطر نشان ساخت: جزیره خارگو نخستین جزیره ای است که به صورت رسمی در قالب برنامه توسعه گردشگری دریایی کشور معرفی شده و در مرحله نخست، توسعه اسکله های گردشگری، بهبود وضعیت شناورها و فراهم سازی امکانات مورد نیاز گردشگران در دستور کار قرار گرفته است.

مدیرکل اداره میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی استان بوشهر، تصریح کرد: جزیره خارگو پس از طی مراحل و ضوابط قانونی و با مشارکت بخش خصوصی، به عنوان نخستین جزیره گردشگری استان بوشهر فعالیت خود را آغاز خواهد کرد که این اقدام، گامی موثر در جهت رونق گردشگری دریایی، ارتقای جایگاه بوشهر در عرصه ملی گردشگری و بهره مندی از ظرفیت های طبیعی و فرهنگی سواحل استان است.

ضرورت اعطای وام تخصصی دریایی به سرمایه گذاران تور بیسم دریایی



مدیرکل سرمایه گذاری، زیر ساخت و مناطق نمونه گردشگری وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی از ضرورت اعطای تسهیلات مالی به سرمایه گذاران بخش خصوصی در صنعت توریسم دریایی از جمله راه اندازی خطوط لیزینگ، اعطای وام تخصصی دریایی با تضمین دولت یا صندوق توسعه گردشگری و مشوق های مالیاتی و ارزشی خبر داد.

به گزارش اقتصاد سرآمد، احمد تجری با اشاره به بدوام اقدامات موثر وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی به منظور توسعه گردشگری دریایی کشور و جذب سرمایه گذاران بخش خصوصی در این صنعت به مانا اظهار داشت: تسریع در پیشبرد اهداف تعیین شده در این راستا نیازمند ابزارهای مالی و مشوق ها برای جذب هر چه بیشتر سرمایه گذاران است.

مدیرکل سرمایه گذاری، زیر ساخت و مناطق نمونه گردشگری وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی، افزود: این ابزار های مالی می تواند اقداماتی از جمله راه اندازی خطوط لیزینگ، اعطای وام تخصصی دریایی با تضمین دولت یا صندوق توسعه گردشگری و مشوق های مالیاتی و ارزشی باشد. به گفته این مقام مسئول در وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی، اجرای برخی پروژه های گردشگری دریایی از جمله پروژه های مارینا، کلوپ های دریایی و اکو توریسم دریایی در اولویت نخست جذب ابزارها و تسهیلات مالی مذکور هستند.

تجری خاطر نشان ساخت: استفاده از الگوی BOT و PPP برای ساخت مارینا، اسکله گردشگری و ترنیمال های مسافری و نیز پرداخت بخشی از سرمایه به طور مثال تا ۷۵ درصد کمک یا ضمانت برای طرح های اولویت دار از دیگر اقداماتی است که دولت نسبت به انجام آنها باید اهتمام کند.

وی یادآور شد: در صورت انجام موارد مذکور می توان با جذب سرمایه گذاران بخش خصوصی بیشتر با هدف یجاد زیر ساخت های گردشگری در آبها و سواحل جنوبی و شمالی کشور، بیش از پیش به توسعه توریسم دریایی کشور امیدوار بود.