



مرکز بررسی و اطلاعات دریایی

سازمان بنادر و دریانوردی به عنوان تنها مرجع حاکمیتی کشور در امور بندری، دریایی و کشتی‌رانی بازرگانی به منظور ایفای نقش مرجعیت دانشی خود و در راستای تحقق راهبردهای کلان نقشه جامع علمی کشور مبنی بر "حمایت از توسعه شبکه‌های تحقیقاتی و تسهیل انتقال و انتشار دانش و سامان‌دهی علمی" از طریق "استانداردسازی و اصلاح فرایندهای تولید، ثبت، داوری و سنجش و ایجاد بانک‌های اطلاعاتی یکپارچه برای نشریات، اختراعات و اکتشافات پژوهشگران"، اقدام به ارایه این اثر در سایت SID می‌نماید.



سازمان بنادر و دریانوردی



فرهنگ دریا

ضرورتها، قابلیت ها، اقدامات، تنگناها و پیشنهادات

محسن علی گلشنی

- فوق لیسانس مدیریت ساخت و اجرا
- مدیرکل بنادر ماهیگیری سازمان شیلات ایران، عضو کمیته اشاعه فرهنگ دریایی کشور

فرهنگ دریا

ضرورت ها- اقدامات - تنگناها و پیشنهادات

جمهوری اسلامی ایران با طول ساحل بالغ بر 3000 کیلومتر در شمال و جنوب کشور موقعیت ممتازی در بین کشورهای منطقه بدست آورده است. این ظرفیت باعث شده تا در کلیه زیر بخشهای دریایی فعالیتهای مهم و درخور توجهی صورت گیرد و بخش عظیمی از فعالیتهای اقتصادی در این بخش صورت گیرد. همچنین اشتغال در بخش دریایی نیز قابل تامل بوده و قابل برنامه ریزی و افزایش میباشد از مهم ترین عوامل در پایداری این بخش تعامل بین اجزا و شناخت مسائل پیرامونی میباشد که بنظر میرسد با عنایت به پیشینه فرهنگی طولانی دریایی در جمهوری اسلامی ایران بتوان چشم انداز مناسبی را شاهد باشیم. عمده دستگاہهای حاکمیتی که در خصوص مسائل دریایی در جمهوری اسلامی به لحاظ ماهیت کاری فعالیت می کنند عبارتند از :

- 1- سازمان بنادر و کشتیرانی
 - 2- سازمان حفاظت محیط زیست
 - 3- سازمان شیلات ایران
 - 4- گمرک ایران
 - 5- نیروی دریایی ارتش و سپاه پاسداران
 - 6- نیروی انتظامی (دریابانی)
- عمده دستگاہهایی که به کار تصدی گری در خصوص دریا می پردازند.
- 1- شرکت ملی نفتکش
 - 2- کشتیرانی جمهوری اسلامی (به انضمام شرکتهای وابسته)
 - 3- شرکتهای کشتیرانی خدماتی
 - 4- کشتی سازی های مختلف نظیر صدرا- فراساحل
 - 5- مناطق آزاد تجاری

همچنین انجمن ها و کانونها ، اتحادیه ها و تشکلهای مختلفی در خصوص مسائل دریایی فعالیت می کنند. بر اساس فعالیتهای دستگاههای یادشده مشاغل قابل تعریف در اقتصاد دریا را می توان در قالب های زیر عنوان نمود:

- شرکتها، موسسات و ارگانهای دریایی دولتی - خصوصاً تعاونیها
- شرکتهای خدماتی
- مشاغل فنی - حرفه ای که در رابطه بانگهداری تجهیزات دریایی مطرح می باشد.

- صید و پرورش آبزیان و صنایع وابسته

- تجارت و حمل و نقل دریایی

- دریانوردی ، ملوانی و باراندازی و ماهیگیری

باتوجه به درگیر بودن مجموعه فوق ، اسباب رویکردهای متفاوت فرهنگی را در زمینه فرهنگ رفتاری و اجتماعی و فرهنگ فرایافتهای ذهنی بوجود آورده است که هر رویکرد خود شامل بارهای فرهنگی بسیاری است که می تواند در باروری فرهنگی و فرهنگ آفرینی نقش کارآمد داشته باشد.

لذا این همه تنوع و وسعت در کار و زندگی مردم وابسته به بندر و دریا و جامعه و اقتصاد و فرهنگ آن ، نیازمند شناختن و آگاهی جستن بر مبنای اندیشه فکر و خاستگاه آن است. اینها خزائن ارزشمندی از استعدادهای جوهری تمدنی بنام تمدن و فرهنگ ایران هستند که بی هیچ شکی در عرصه بین المللی حرفهای جدی برای گفتن دارند. تمدن و فرهنگ ایرانی برخوردار از فرآورده های مادی و فرامادی فرهنگی بسیاری است و هر مجموعه ای از جوامع انسانی آن ، به هر حدود جغرافیایی و اقلیمی که باشند متبادرکننده یک سازمان فرهنگی ، اجتماعی منحصر به خود هستند که ظرفیت های وسیعی را در توانایی فرهنگ آفرینی به بار خود دارند. شناخت این مجموعه ها به حد یک وظیفه ملی و فراملی از عمده وظایف ماست. مجموعه ظرفیت های تاریخی و جوهری فوق و ظرفیت استعدادهای امروزی آن بخوبی بیانگر این مهم است که دریا و مقوله آن به حد یک کوشش حاشیه ای که در کنار پدیده های نوین معاصر مطرح شده است پذیرفتنی نیست بلکه ضمن آنکه دریا از دیرباز به عنوان یکی از شرایط و زمینه های تامین توسعه اقتصادی و اجتماعی مطرح بوده است خود به عنوان یک شاخص در محاسبه و ارزیابی توسعه فراگیر به شمار می آید و میزان سرمایه گذاری در آن در سقف امکانات ناوبری دریایی وزیر ساخت های عملیات دریایی ، شاخصی در ارزیابی توسعه است ، راه داشتن به آبهای آزاد و بین المللی و ظرفیت برخوردار از استعداد حمل و نقل دریایی و همچنین زمینه صید و پرورش آبزیان و گیاهان دارویی و وجود منابع معدنی نهفته در آن و شرایط بهره گیری از سواحل گسترش زمینه های صنعت و تکنولوژی خاص صنایع دریایی در ساخت کشتی و بندرگاه و لنگر گاه و انبارها و اسکله های تخلیه و بارگیری و سایر زمینه های صنعتی پیرامونی مشاغل دریایی ، از نظر اقتصاد کلان به عنوان ملاک ها و شاخص های سنجش بخش توسعه به شماره می

آیند. و در کنار این ظرفیت های بسیار با ارزش مردمانی خوب و خونگرم که فرهنگشان به وسعت و پیشینه دریاست در این عرصه زندگی میکنند .

حیات و زندگی فرهنگ ها وابسته به درجه محافظت از آنها و نحوه پذیرش و قبول پدیده های نوین و اقدام به فرهنگ آفرینی به منظور جذب پدیده های نوین است. پیشینه های فرهنگی همه همچون اسفنجهای دریایی که لایه به لایه به خزائن خود می افزایند و قوی میگردند. بدانسان به خزائن خود می افزایند و قوی می گردند. از اینرو می توان نتیجه گرفت که نشر و انتشار فرهنگ ها و اشاعه آنها از طریق ارتباطات، برخاسته از چرخه زندگی آدمی و منشی بسیار طبیعی در تصمیم و گسترش و بسط منش های فرهنگی است .

فرهنگ ها نیز همچون یک کالا عرضه می شوند و مقبول افتادن آنها بسته به آن دارد که تاچه حد و اندازه ای قادرند مخاطبان خود را در انجام سازوگاری یاری رسانند و آنان را مجذوب کالاهای خود کنند.

حفاظت از ارزشهای فرهنگ بومی و ملی به معنی بسته نگه داشتن محیط های بومی از تعامل و تبادل و ارتباط بین فرهنگ ها نیست بلکه ارتباطات فرهنگی می تواند به باروری فرهنگهای ملی و بومی کمک رساند.

اشاعه فرهنگ را باید همچون عرضه یک کالا به بازارهای اقتصادی در نظر گرفت و از این طریق است که می توان به حفظ و باروری فرهنگ ها پرداخت .

اشاعه فرهنگی نیاز مند وجود یک تصمیم جمعی و به کارگیری ابزار فنی و تخصصی و تشکیلات و نهاد مجری آن است .

در جریان توسعه و یا در درجه ای که آن را توسعه فراگیر می نامیم کلیت و عمومی از شاخص های اجتماعی در مسیر آن متحول میشوند ، رخداد توسعه سبب می شود تا علاوه بر توسعه اقتصادی ، زمینه ها و بستر های دیگری چون فرهنگ و ابزارهای عینی آن ، فضاهای اجتماعی و فضاهای شهری ، راه و جاده و اتوبان و خدمات عمومی و همچنین شاخص های مصرف و پس انداز و سرمایه گذاری هم توسعه یابند .

توسعه ، بعدی کیفی است و سطوح وسیعی از جامعه را شامل میشود و این در حالی است که رشد بعدی کمی است و فقط یک شاخص و یا یک محدوده خاص با آن مقوله خاص را ارتقاء جایگاه میدهد . بر اساسی تصویر و تعاریف فوق ، تامین توسعه ، توجه به ابعاد دیگری علاوه بر ابعاد اقتصادی را پیش روی قرار میدهد که یکی از ابعاد مقوله فرهنگ است و به همین جهت حفظ و اشاعه فرهنگ های بومی و ملی گامی به منظور توسعه فراگیر اقتصادی – اجتماعی ، محسوب میگردد .

ضرورتها:

معمولاً کوشش های فرهنگی ، چون با وزن و سیستم های متریک قابل اندازه گیری نیستند، جز با نگاههای آینده ساز ، تعالی اندیش ، روح گرا و اسلوب های

کیفیت گرایانه و جوهره ای که به تقویت سرمایه های اجتماعی بپردازد، قابل حس و دیدن و لمس کردن نیستند. فرهنگ دریا، مجموعه نگرشی است که به زندگی و کار و اقتصاد تجارت و تولید، شهرسازی و معماری و تاریخ سروکار دارد.

از طریق آن، جوانان با مشاغل اقتصاد صنعتی دریایی، اقتصاد تجارت دریایی، اقتصاد دریایی بندر و امور گمرکی دریایی، صنایع فراساحلی، مقوله صادرات و واردات، مناطق آزاد تجاری، تجارت درون و برون منطقه ای، دریانوردی و بندرداری آشنا می شوند.

همچنین از آشنایی با فرهنگ دریایی کشور با تاریخ پرفراز و نشیب کشورمان آشنا می شوند و منزلت مکانها را از طریق درک منزلت دریایی - بندری فرهنگ دریا، درمی یابند.

- توسعه گردشگری دریایی، در تکیه بر فرهنگ دریا حاصل می شود بین گردشگری دریایی و فرهنگ دریا یک ارتباط دوسویه و تعامل وجود دارد. عملاً توسعه گردشگری دریایی، مترادف با توسعه ی فرهنگی فرهنگ دریاست و دقیقاً توسعه ی فرهنگ دریایی کشور، زمینه ساز توسعه گردشگری دریایی می شود.

- شناخت فرهنگ دریا، باین دلیل که مجموعه ای از شاخص های زندگی، کار، تولید و تجارت را معرفی می کند، زمینه ساز موثری برای توسعه سرمایه گذاری ملی و فرا ملی است، مطالعات در بسیاری از کشورهای موفق در زمینه تقویت و توسعه سرمایه گذاری ها در سواحل و بنادر و شهرهای ساحلی، نشان می دهد که نخستین گام و اولین اقدام برای جلب سرمایه گذاری ها، معرفی پتانسیلها و زیر ساخت های فرهنگی اقتصاد و کار و تولید و تجارت بوده است.

- رشد صنایع دستی و تولیدات غیر کارخانه ای در سواحل و بنادر ایران، موضوعی مرتبط با صنعت گردشگری و در نهایت در ارتباط با معرفی فرهنگ دریا قرار دارد. مشاهدات و مطالعات نشان می دهد در ادواری که دامنه ی گردشگری به شهرهای شمالی و یا برخی بنادر جنوبی کشور (چابهار، بندرعباس و بوشهر و...) رو به رونق بوده است، دقیقاً فروش و در نهایت تولید صنایع دستی و تولیدات غیر کارخانه ای نیز با رونق و افزایش و در فرآیند یک اقتصاد پویا، قرار داشته است.

- اقدام در زمینه معرفی و اشاعه فرهنگ دریایی کشور، ضمن آنکه فراهم آورنده زمینه های توسعه یافتگی اجتماعی - اقتصادی است، به این دلیل که به حوزه فرهنگ های خاص ارتباط می جوید، زمینه ای برای تقویت زیر ساخت های اجتماعی - اقتصادی خاص همان مناطق و مکانها نیز قابل تصور و تصدیق است.

- فرهنگ مقوله ای پیچیده از موضوع های اجتماعی است و عنصری مرکب است لذا، هر اقدام فرهنگی مستلزم ایجاد هم افزایی های بهم مرتبط است

به این دلیل در خصوص اشاعه و معرفی فرهنگ دریا، ضرورت همکاریهای بسیار نزدیک اعضاء کمیته اشاعه فرهنگ دریا به اضافه جلب همکاری و تمایل نشان دادن به همکاری سایر سازمان های فرهنگی کشور، یک نیاز مبرم است.

به لحاظ وجود ظرفیت های بالا در بخش دریا و از طرفی نیاز به هماهنگی و تعامل و لزوم ظرفیت سازی در اشاعه فرهنگ دریایی، ارگانهای دریایی در دهمین همایش تشکیل کمیته اشاعه فرهنگ دریایی را در دستور کار خود داد. این موضوع یکی از مهم ترین تصمیمات ارگانهای دریایی بود که در سنوات اخیر در خصوص مسائل اجتماعی و فرهنگی و دریائیان اتخاذگردید و کمیته فوق در چند سال فعالیت بیشتر به بررسی چالشها و برنامه ریزی وقت صرف نمود که در برخی موارد توفیقاتی کسب گردید و در خصوص مسائل اجرایی و بنا بردلانی نتوانست توفیقات زیادی داشته باشد که این مسئله جای بررسی دارد. بحثهای بسیار جدی در کمیته اشاعه فرهنگ دریایی صورت گرفت که مجموعه اقدامات انجام شده در کمیته فوق را حول 3 محور میتوان جستجو کرد:

1- فعالیت های معرفی کننده فرهنگ دریا، که بطور عمده در قالب کتاب و تولیدات فرهنگی تحقق می یافت. مناسبت ویژه خاص این بخش، روز جهانی دریانوردی میباشد. در جشن این روز هدایایی فرهنگی برای کودکان و نوجوانان در نظر گرفته شده و حین اجرای مراسم، تقدیم از آنان صورت میگرفت. هدایای خاص این بخش شامل آنچه از تولیدات فرهنگی بوده است که کوشش در معرفی مشاغل دریایی، مشاغل در ارتباط با زمینه حمل و نقل چند وجهی (دریایی، زمینی، ریلی، هوایی) فعالیت های دریایی و بندری و اطلاعات عمومی در زمینه دریا دارد.

2- فعالیت های فرهنگی در زمینه عمومی جامعه، به نحوی که به اطلاع رسانی و معرفی فرهنگ دریا به سطح شهرهای کشور برساند. این دسته از فعالیتها در قالب طرحها و امان های شهری، ساخت مکانها و فضاهای خاص گردشگری الهام گرفته از فرهنگ دریا و در برخی از موارد تولید فیلم (سریال تلویزیونی) میباشد. از جمله طرحهای ارائه شده در این بخش، کوشش برای اجرایی نمودن طرح «پارک دریایی» میباشد که تمامی سوژه های خاص و ترکیب عناصری و نیازهای بصری و نمادین آن، در یک تحقیق و مطالعه پژوهشی انجام شده و در مرکز تحقیقات سازمان بنادر و کشتیرانی موجود است. همچنین ساخت « موزه دریایی» کشور که چندین جلسه نیز با سازمان میراث فرهنگی کشور برگزار شد. سازمان میراث فرهنگی کشور بر اهمیت آن تاکید نمود، اما عملاً به لحاظ مسائل خاص اجرایی که برای اجرایی شدن چنین پروژه هایی وجود دارد. اقدام خاصی نه در زمینه پارک دریایی صورت گرفت و نه در زمینه موزه دریایی، به نظر می رسد

ساخت موزه دریایی، مستلزم اتخاذ تصمیمی است که در چارچوب بودجه سازمان های دریایی و سازمان میراث فرهنگی به صورتی مشترک تعریف شود.

2-1- انجام تحقیق با عنوان آرایه و چشم اندازها در منظر پارک دریایی به همت کمیته اشاعه فرهنگ دریایی و توسط آقای دکتر ودادی در سال 1384-1383 انجام گردید.

2-2- با هدف توسعه ی فضاهای شناختی اور، اقدام دیگری که از سوی کمیته اشاعه فرهنگ دریا صورت گرفت، بازنگری در کتابهای درسی دبستان، راهنمایی و دبیرستان بود که به منظور افزایش مطالب دریایی و مطالب در زمینه ی معرفی دریا و همچنین روزآمد سازی مطالب موجود در آن بود. در ظرفیتی معادل چهارده عنوان، به ظرفیت قبلی افزوده شد و کتابهایی مثل کتابهای پایه اول و دوم دبستان شامل مطالبی در خصوص دریا و واژه های در رابطه با آن شدند.

اجرای طرحها در زمینه بازدید از بنادر و شناورها که در شهرهای ساحلی کشور انجام شد، جزئی از این اقدام ها به شمار می رود که معمولاً در روزهای خاص و ویژه دریایی (مثل روز جهانی دریانوردی) صورت گرفته است.

چاپ کتاب در زمینه ایجاد آشنایی با مصرف آبزیان، خاصه برای کودکان که از سوی سازمان شیلات ایران و در چندین عنوان به چاپ رسیده و تهیه کتاب آشپزی در زمینه طبخ ماهیان و همچنین برگزاری کلاس های طبخ آبزیان، از جمله ی این اقدام هاست.

ایجاد سخنرانی در مدارس به مناسبت روز جهانی دریانوردی و آشنا نمودن دانش آموزان با مشاغل و صنایع دریایی، از دیگر اقدام های کمیته بوده که به پیشنهاد کانون دریا نوردان خبره که عضو کمیته میباشد و به توسط کانون انجام شده است و انتظار میرود تا به صورت نهادینه، همه ساله اجرا گردد.

ارائه طرحها که در قالب تندیس، دیوار نقاشی، مجسمه و... به معرفی المان های دریایی بپردازد که گفتگو ها و مذاکراتی نیز با شهرداری تهران صورت گرفته است که نتیجه مذاکرات نیز ناشی از همان مسائل و مشکلات نگرش های اجرایی به موضوع های خاص فرهنگی، منتهی به اثری نشده است.

3-2- اقدام های تحقیقی _ پژوهشی با هدف شناخت بنیادی فرهنگ دریا، آسیب شناسی بر این موضوع که چرا با وجود این طول قابل توجه ساحل در جنوب و شمال کشور و وجود مهم ترین شریان های تجاری کالاها و مواد اولیه صادراتی و وارداتی و فعال بودن بنادر بزرگ و کوچک، با شناخت های قابل توجهی از ارزشهای فرهنگ دریایی کشور آشنایی نسبی وجود ندارد.

نمونه این تحقیق، تحقیقی است تحت عنوان:

بررسی و تحلیل ویژگی های فرهنگ دریا که در سال 1382-1381 به پایان رسیده که از جمله فعالیت های ماندگار کمیته اشاعه فرهنگ دریا را نشان می دهد. (این

تحقیق، یک تحقیق 5 جلدی است که 4 جلد آن اختصاص به ارائه سیمای فرهنگی فرهنگ دریا در نوار ساحلی جنوب دارد و مجله پنجم آن به آسیب شناسی می پردازد)

فعالیت تحقیقی - پژوهشی دوم، مربوط به شناخت «پارک دریایی» و مظاهر و جلوه ها و عناصر تشکیل دهنده آن است که دارای دو بحث نظری و اجرایی است. با مطالعه چند نمونه از پارک های دریایی دیگر کشورها، اطلاعات این مجموعه پژوهشی که در دو جلد می باشد، به صورت عینی و مشاهداتی کامل شده است. قرار است تا این مجموعه توسط مرکز تحقیقات سازمان بنادر و کشتیرانی به چاپ برسد.

چالشها:

از مهم ترین عواملی که در راه رسیدن به فرهنگ پایدار دریایی وجود دارد به موارد زیر اشاره میشود:

- 1- عدم درک یکسان در بین نهادها و ارگانهای دریایی از مقوله اشاعه فرهنگ دریایی
- 2- پیچیدگی مفهوم اشاعه فرهنگ دریایی و نیاز به انجام پژوهشی در زمینه های مختلف و تعامل و پیوند بین اجزاء مختلف زیر بخشهای دریایی
- 3- عدم وجود متولی در خصوص اشاعه فرهنگ دریایی
- 4- عدم وجود اعتبارات تعریف شده در خصوص اشاعه فرهنگ دریایی
- 5- ارائه فرهنگهای مختلف از خارج از کشور و ایجاد جاذبه در مناطق ساحلی

پیشنهادات:

- * تشویق در تشکیل تشکلهای و NGO ها در خصوص اشاعه فرهنگ دریایی
- * حضور سازمان میراث فرهنگی و گردشگری و صدا و سیمای جمهوری اسلامی در جمع نهادهای اشاعه فرهنگ دریایی
- * باتوجه به اهمیت خاص اشاعه فرهنگ دریایی در کلیه نهادها اعتبار مالی خاص در این خصوص پیش بینی شود و همچنین شرکتهای دولتی و خصوصی همکاری تعریف شده مالی در این خصوص بنمایند.
- * تدوین بانک اطلاعات فرهنگ دریایی
- * تشکیل سایت اینترنتی فرهنگ دریایی
- * اطلاع رسانی عمومی فرهنگ دریایی در قالب روزنامه فرهنگ دریا
- * انتشار مجله کودکان و نوجوانان در خصوص آشنایی با فرهنگ دریا
- * تهیه سریالها و فیلم های کوتاه و بلند در خصوص فرهنگ دریا و همچنین تهیه فیلم های کارتون برای کودکان و نوجوانان
- * آموزش های دریایی در تلویزیون
- * فرهنگ سازی تورهای دریایی
- * ساخت آکواریومهای دریایی در شهرهای مختلف

- * به تصویب رساندن پارکهای دریایی در شهرهای بزرگ و کمک در اجرای آن در جهت اشاعه فرهنگ دریایی
- * تشویق بخش خصوصی در راه اندازی رستورانهای دریایی در کشور
- * هماهنگی با شوراهای اسلامی شهرها و شهرداریها در راه اندازی بازارها ارائه محصولات دریایی
- * راه اندازی موزه های دریایی در کشور
- * برگزاری همایش سمینار و کارگاه آموزشی در زمینه اشاعه فرهنگ دریایی
- * اجرایی نمودن مصوبه همایش سیزدهم در خصوص تخصیص بخشی از اعتبارات هر دستگاه به مقوله اشاعه فرهنگ دریایی
- * هماهنگی با وزارت مسکن و شهرسازی و شهرداریها در خصوص معماری مکانها و شهرها متناسب با شاخص های فرهنگ دریایی
- * برگزاری جشنواره های دریایی
- * تهیه کتب داستان برای کودکان و نوجوانان جهت آشنایی با مفاهیم دریا و دریا بیان
- * برگزاری نمایشگاههای دائمی عرضه محصولات دریایی در شهرهای بزرگ و خصوصاً در مکانهایی نظیر فرودگاهها، پایانه های مسافری، مترو، راه آهن و مکانهای پرتردد و فروشگاههای بزرگ نظیر شهروند، قدس، اتکا و...
- * هماهنگی با کارخانجات تولیدی البسه جهت ثبت نقش های دریایی روی البسه
- * ترغیب ذائقه مردم به مصرف آبزیان از طریق رسانه های گروهی خصوصاً صدا و سیما (ملی و استانی)
- * ترغیب جهت مصرف آبزیان در وعده های غذایی پادگانها، ادارات، وزارتخانه و شرکتهای تعاونی مصرف این دستگاهها
- * تنوع بخشی در صنایع تبدیلی آبزیان با توجه به ذائقه مصرف کنندگان و استفاده از تجارب دنیا در این خصوص
- * ارائه پوسترهایی از نمادهای دریایی در جامعه
- * حمایت مالی و معنوی از شاعران، ترانه سرایان، محققین و پژوهشگران فرهنگی اجتماعی که در خصوص مسائل دریایی فعالیت می کنند.
- * جهت دهی صداوسیما استانها و روزنامه های محلی استانهای ساحلی بمنظور توسعه فرهنگ دریایی در مقابله با فرهنگ دریایی بیگانه
- * تهیه تمبرهایی با نمادهای دریایی
- * هماهنگی با شهرداریها جهت ایجاد یادمانها و نمادهای دریایی در سطح شهرها
- * هماهنگی با سازمان مناطق آزاد تجاری در خصوص اشاعه فرهنگ دریایی
- * ایجاد پیوند مالی بین درآمدهای حاصله در مناطق دریایی با اشاعه فرهنگ دریایی و هماهنگی با سازمانهای متولی خصوصاً سازمان مدیریت و برنامه ریزی
- * تشکیل بانکهای اقتصادی دریایی به منظور ارائه خدمات به دریانیان
- * فعال شدن شرکتهای مسافری دریایی و حمایت مالی و معنوی از این خدمات

- * ایجاد شهرکهای آموزشی دریایی جهت کودکان ونوجوانان بمنظور آشنایی با فرهنگ دریایی (نظیر شهرک ترافیک)
- * ایجاد سیمپلاتور دریایی (شبیه ساز) در شهرهای بزرگ بمنظور آشنایی عامه مردم با مسائل دریایی
- * جمع آوری وپردازش و طبقه بندی سنن فرهنگ شفاهی (سینه به سینه) غیر کلامی ،دیداری ،مراسم آئینی ،موسیقایی ،فولکلوریک ونشر اشاعه آنها با وسایل از طریق رسانه ها سمعی وبصری
- * بازگو نمودن نقش ساحل نشینان در دفاع مقدس وحمايت آنها از طریق رسانه صدا وسیما
- * حمايت از پيش كسوتان دریایی وحضور آنها در عرصه اجتماعي بمنظور اشاعه فرهنگ دریایی

جمع بندی :

با عنایت به مطالب مطرح شده ونگاه مثبت جامعه به مسائل دریایی ونوگرایی دریا برای جامعه و ظرفیت های بالای این بخش می طلبد تا برنامه فرهنگی منسجمی توسط دستگاههای مربوطه در این خصوص تهیه گردد (کوتاه مدت ،میان مدت ،بلند مدت)
در این خصوص نقش دستگاههای حاکمیتی بخش دریا خصوصاً سازمان بنادر وكشتیرانی بسیار حائز اهمیت است .
در پایان از پژوهشگر ارجمند جناب آقای دکتر حمید ودادی که از راهنمایی ها وتوصیه های شان بهره بردم قدردانی نموده وبرای شان آرزوی توفیق دارم.

محسن علی گلشنی

مدیرکل بنادر ماهیگیری سازمان شیلات ایران وعضو کمیته اشاعه فرهنگ دریایی کشور

Sea Culture: Necessities, Capabilities, Actions, Impasses, and Suggestions

M A Golshani

Master of Science in construction management

Abstract:

The Islamic Republic of Iran with more than 300 km coastline in north and south has achieved a privileged position in the region. This capacity has resulted in many important and noteworthy actions in all the maritime sub-sectors and the major part of economic actions are done in these sub-sections. The employment in maritime section is also considerable and can be planned and enhanced in future. The most important factors in keeping the stability of this section are the interaction between parts and recognizing the periphery issues. So, it seems to be able to witness an appropriate perspective regarding the long maritime cultural background in Islamic Republic of Iran. Considering the engagement of various organizations, various cultural viewpoints are created in the field of social and behavioral culture which each culture includes cultural loads. Hence, all these varieties in people's work and life, which is dependent on sea and its culture and economic, need to be understood and known.

Key words: culture, economic, people, employment

ICOPMAS