



Strategic plan for the development of marine culture

Javad dadashzade¹

Abstract

Purpose:

The vast studies on social identity (SI) have made it necessary to conduct a systematic review such studies. An evaluation of these studies in terms of their approaches, methodologies, results and the way they measure SI can provide a more comprehensive picture of such studies. Hence, the objectives of this study are twofold. It aims to provide an applied and comprehensive way of SI investigation by reviewing and classifying the past studies and to see on what bases SI was defined and investigated in past studies.

Method:

This study follow a qualitative meta-analytic approach based on Sandelowski and Barroso's seven-step strategy. After a general analysis and comparison of the pertinent studies on the basis of their qualities, methodologies and results, a general analysis about all of them are provided.

Findings:

While achieving the three parameters of "reductionist attitude of SI to collective identity, replacement with national and SI parameters", this study revealed that no organized and integrated investigations have addressed SI based on a comprehensive and applied scientific approach so far. Therefore, some kind of theoretical and methodological dispersions and multiplicities are seen in such studies.

Discussion:

There is no conceptual consensus among the studies conducted on SI and they mostly suffer from some type of scholastic reductionism and conceptual complexity in their definitions and assessments due to lack of a general and cohesive analytic, theoretical, and methodological bases. To compensate for the present shortcomings and provide an inclusive theory, conducting meta-scholastic studies on the process of SI construction is suggested.

Keywords: Identity; Social Identity; Meta-synthesis

1. PhD in Strategic Management, Faculty of Management, Higher National Defense University, Tehran, Iran. **Email:** dadashzadejavad@gmail.com

Received: October, 11, 2021; **Accepted:** December 8, 2021

Journal of maritime management studies, 2020, vol. 5, No.3 pp.45-75

Doi: <https://doi.org/10.22034/mmr.2022.316481.1058>

Article Type: Research-based Published by Faculty of Management and Marine Commissary





طرح راهبردی توسعه فرهنگ دریایی

جواد داداش زاده^۱

چکیده

هدف: از فرهنگ به عنوان سرمایه ذهنی جامعه، برای حل مسائل و غلبه بر مشکلات یاد می‌شود و بر همین مبنا توسعه فرهنگ، گسترش کمی و کیفی سرمایه ذهنی جامعه، شامل عناصری چون اندیشه‌ها، دانش، عرف، باورها و اعتقادات تعریف شده است. با این رویکرد، توسعه فرهنگ دریایی، به مفهوم گسترش کمی و کیفی اندیشه، باور و دانش بهره‌برداری از ارزش‌های بالقوه محیط‌های ساحلی و دریایی به منظور تأمین منافع ملی کشور قلمداد می‌شود. تحقیق حاضر با هدف ارائه طرح راهبردی برای توسعه فرهنگ دریایی کشور انجام شده است.

روش: این تحقیق از نظر هدف، توسعه‌ای- کاربردی و از نظر روش توصیفی- تحلیلی و از نظر رویکرد آمیخته است. جامعه آماری این تحقیق در بخش کیفی، ۱۵ نفر از خبرگان دریایی که به روش نمونه‌گیری هدفمند تعیین شده‌اند و در بخش کمی، ۵۵ نفر از کارشناسان دریایی که به صورت تمام شمار انتخاب شده‌اند. داده‌های این تحقیق از طریق محیط شناسی راهبردی و با استفاده از پرسش‌نامه‌های محقق‌ساخته، مصاحبه نیمه ساختاریافته، نشست خبری، بررسی مقایسه‌ای مؤلفه‌های قدرت دریایی در ایران و جهان و مطالعه سیاست‌های توسعه دریامحور کشورهای منتخب جمع‌آوری شده‌اند.

یافته‌ها: در این تحقیق ارکان جهت‌ساز فرهنگ دریایی کشور و موانع و چالش‌های توسعه فرهنگ دریایی بررسی و با انجام محیط شناسی راهبردی، عوامل تاثیرگذار در توسعه فرهنگ دریایی استخراج و با استفاده از جداول ارزیابی درونی و بیرونی (EFE و IFE) نقش‌های چهارگانه این عوامل در قالب نقاط ضعف، قوت، تهدید و فرصت احصاء و بر اساس این نقش‌ها، موقعیت راهبردی کشور در توسعه فرهنگ دریایی مشخص و راهبردهای کلان با روش تدوین راهبرد SOWT، استخراج و به کمک ماتریس QSPM، اولویت‌بندی و الزامات تحقق راهبردها، با استفاده از نشست خبری، مشخص شده‌اند.

نتیجه‌گیری: نتیجه این تحقیق ارائه ده راهبرد به همراه الزامات تحقق راهبردهاست که مهم‌ترین آن راهبرد برنامه‌ریزی برای تغییر سبک زندگی مردم با تأکید بر فرهنگ عمومی جامعه، از طریق تغییر در رژیم غذایی مردم به مصرف آبزیان، توسعه محصولات فرهنگی دریایی، توسعه گردشگری دریایی، ترویج شبکه‌های اجتماعی فعال در حوزه دریا، استفاده از نمادهای دریایی در گسترش فضاهای شهرها و الگوسازی فرهنگ مقاومت در دفاع دریامحور به منظور حمایت از سیاست‌های توسعه دریامحور کشور است.

واژگان کلیدی: طرح راهبردی، فرهنگ دریایی، توسعه فرهنگ

استناد: داداش زاده، جواد. (۱۴۰۰). طرح راهبردی توسعه فرهنگ دریایی. مطالعات مدیریتی دریامحور، ۲(۳)، ۴۵-۷۰.

۱. دکتری مدیریت راهبردی، دانشکده مدیریت، دانشگاه عالی دفاع ملی، تهران، ایران. ایمیل: dadashzadejavad@gmail.com

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۰/۰۷/۱۹؛ تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۰/۰۹/۱۷

نوع مقاله: علمی و پژوهشی ناشر: دانشکده مدیریت و کمی‌سردریایی دانشگاه علوم دریایی امام خمینی (ره)

Doi: <https://doi.org/10.22034/mmr.2022.316481.1058>

مقدمه

فرهنگ ملی را می‌شود به‌مرور در طول زمان تغییر داد، یعنی مثل کوه‌های عالم که در قرن‌های متمادی جابه‌جا نمی‌شوند، جزو ثوابت نیست. مجموعه‌ای لازم است که این‌ها را مشخص کنیم که فرهنگ چگونه باید باشد، اشکالات و نواقصش چیست و چگونه باید رفع شود، کندی‌ها و معارضاتش کجاست، تصویر کنند و بعد مثل دست محافظی هوای این فرهنگ را داشته باشند.» (بیانات معظم رهبری در دیدار اعضای شورای عالی فرهنگی دی‌ماه ۱۳۸۳)

فرهنگ به‌عنوان عامل تعیین‌کننده رفتارهای انسانی و تبلور مجموعه عقاید، سنت‌ها، باورها، الگوهای رفتاری و در یک کلمه بینش انسان، پدیده سیالی است که همواره در حال تغییر و تحول است. از این‌رو توسعه فرهنگ به مفهوم اعمال تغییر آگاهانه در بینش‌ها، احساسات، ارزش‌ها، اندیشه‌ها، عقاید و سلوک نسبتاً پایدار، نیازمند روندی از پیش طراحی شده و زمان‌بندی شده برای رسیدن به اهداف مشخص فرهنگی است تا ضمن بهبود کمی و کیفی ساختارهای فرهنگ جامعه، سازوکار پیدایش و گسترش فرهنگ مطلوب را مهیا کند تا در بستر آن سایر ابعاد توسعه پایدار جامعه شکل بگیرد. بنابراین داشتن برنامه منسجم و جامع برای توسعه فرهنگ، همواره دارای اهمیت و مورد توجه بوده است. (قریشی، ۱۳۹۱: ۱۵۷)

یکی از شاخه‌های فرهنگ در کشورهای دریایی، فرهنگ دریایی است. فرهنگ دریایی، اشاره به شناخت دریاها و منابع آن، شناخت توانمندی‌ها و قابلیت‌های سواحل و جزایر سرزمینی و موقعیت ژئوپلیتیکی سرزمین مسکونی، آگاهی از انواع تعاملات انسان با دریا و بالاخره آگاهی از فرصت‌های تجاری، بازرگانی، صنعتی، حمل‌ونقل و جابه‌جایی کالا و مسافر، گردشگری، تأمین منابع غذایی و توسعه اقتصاد مناطق ساحلی در جهت کمک به شکوفایی اقتصادی و تقویت توان دفاعی کشور است. (گلشنی، ۱۳۹۴)

مطالعات نشان می‌دهد که فرهنگ دریایی با مضمونی که اشاره شد؛ در ایران آن‌چنان‌که باید موردتوجه قرار نگرفته است؛ گرچه بعد از پیروزی شکوهمند انقلاب اسلامی ایران و با تأکید و توجه مقام معظم رهبری و تلاش‌های ارزشمند توسعه سواحل مکران با محوریت نیروی دریایی ارتش و همکاری سایر سازمان‌های مرتبط، اقدامات ارزشمندی شروع و تداوم یافته است؛ لیکن در خصوص معرفی فرهنگ دریا و عمومی نمودن امکانات جوهری پهنه ساحل و دریا، به دلیل سیاست‌های استعمار و با هدف دور کردن مردم از دریا، برنامه‌ریزی منسجم و آگاهانه‌ای در سطح ملی وجود ندارد. بررسی‌ها اصلی‌ترین عامل عقب‌ماندگی در این حوزه را عامل فرهنگی پیونددهنده ظرفیت‌های موجود در دریا برای تجمیع و هم‌افزایی آن‌ها در جهت قدم گذاشتن به دریا و بهره‌مندی از منافع و مزایای آن برای توسعه همه‌جانبه کشور نشان می‌دهد. عاملی بنام فرهنگ دریایی که حلقه گمشده کسب قدرت دریایی ایران است. چیزی که اکثر نظریه‌پردازان قدرت دریایی جهان از آن به‌عنوان روحیه دریایی در مردم و باور آگاهانه و گرایش به دریا در دولتمردان، یاد می‌کنند.

توسعه نیافتگی فرهنگ دریایی در ابعاد مختلف جامعه ایرانی از جمله آموزش، اشتغال، تغذیه، گردشگری و سایر ابعاد جامعه کاملاً مشهود است. در نظام آموزش و پرورش رسمی و نظام آموزش عالی کشور، دریا و آشنایی با مزایای راهبردی

آن، جایگاه محسوسی ندارد و رشته‌های دانشگاهی مرتبط با دریا سهم کمتر از یک درصد از مجموع رشته‌های آموزش عالی را شامل می‌شود. در حوزه اقتصاد کلان، با وجود ظرفیت‌های اقتصادی بسیار مهم در حوزه دریا، تنها یک الی ۲ درصد از درآمد ناخالص ملی ایران از بخش دریایی است که این رقم در کشورهای پیشرفته بین ۷ تا ۱۰ درصد است. سهم ساخت کشتی و شناور در تولید ناخالص داخلی کشور در حال حاضر تنها ۱/۰ درصد است. این سهم اندک زمانی بیشتر جلوه می‌کند که بدانیم ۹۰ درصد از حجم واردات و صادرات کشور ما و ۶۰ درصد ارزش تجارت کشور از طریق دریا انجام می‌شود. در بخش تغذیه دریایی سهم هر ایرانی از مصرف غذاهای دریایی، به‌طور میانگین سالیانه کمتر از ۱۰ کیلوگرم است درحالی‌که متوسط سرانه مصرف دنیا هم‌اکنون حدود ۲۰ کیلوگرم است. همچنین تراکم جمعیتی ضعیف و اشتغال نامناسب در سواحل و دریا باعث شده فعالیت مردم ایران در دریا کاهش یافته و نوار ساحلی ایران در جنوب کشور، تقریباً خالی از سکنه گردیده و افراد باقیمانده نیز با مشاغلی به غیر شغل‌های دریایی روی آورده‌اند. (محمودی، ۱۳۸۹: ۱۲).

به نظر می‌رسد این یک واقعیت است که مدل توسعه و رشد اقتصادی در ایران مبتنی بر خشکی است؛ بدین معنی که برخلاف روال معمول جهان که شهرهای توسعه‌یافته عمدتاً در کنار دریا و شهرهای ساحلی و بندری هستند؛ کلان‌شهرها و شهرهای بزرگ ایران غیرآبی هستند و هفت استان ساحلی کشور ما جزو استان‌های برخوردار نیستند درحالی‌که برای توسعه دریا باید کلان‌شهرهای ما نیز در کنار دریاها در شمال و جنوب کشور شکل بگیرند. بر همین اساس هم می‌بینیم که در همه برنامه‌های پنج‌ساله توسعه کشور تا قبل از برنامه ششم، دریا در اولویت نبوده است.

بنابراین این سؤال مطرح می‌شود که چرا دریا و سواحل با این همه موهبت الهی و منفعت ذاتی مورد توجه دولتمردان و مردم ایران واقع نشده و استقبال مردم از مشارکت در طرح‌ها و فعالیت‌های دریایی کم‌رنگ و حمایت‌های مسئولین نظام از توسعه دریامحور ناچیز و غیرمحسوس است و ایران نتوانسته از منابع و منافع دریایی در جهت توسعه دریاپایه کشور آن‌چنان‌که شایسته جمهوری اسلامی ایران باشد؛ بهره‌برداری نماید؟

خلاً موجود در فرهنگ دریایی کشور، ضرورت تلاش برای هدف‌گذاری منسجم و علمی و ترسیم اهداف در ابعاد زمانی بلندتر اما با چشم‌اندازی نه‌چندان دور و اخذ تصمیمات عاقلانه و تغییر در نظام‌های طرح‌ریزی و برنامه‌ریزی در حوزه دریا را کاملاً نمایان ساخته است و کامل‌ترین راه و شیوه انجام وظایف و توفیق مدیران، با توجه به سرعت تغییرات محیط و پیش‌بینی هوشمندانه آینده، تبیین نظام طرح‌ریزی و برنامه‌ریزی راهبردی است. (بخش‌میدانی ۱۳۹۵: ۴۳)

بنابراین ارائه طرح راهبردی در سطح ملی به‌عنوان دغدغه اصلی تحقیق حاضر بوده است. اهمیت این تحقیق در کمک به زمینه‌های نظری و فکری لازم را برای توسعه فرهنگ دریایی جامعه و شناخت مؤلفه‌های محیطی فرهنگ دریایی کشور (نقاط قوت و ضعف، تهدید و فرصت) و زمینه‌سازی برای آشنایی بیشتر نخبگان کشور برای بهره‌گیری از آن‌ها در جهت توسعه و هم‌افزایی در اقدامات متولیان فرهنگی کشور در جهت توسعه فرهنگ دریایی و از ضروریات انجام این تحقیق اینکه، عدم انجام این تحقیق و نبود راهبردهای توسعه فرهنگ دریایی کشور، زمینه‌ساز استمرار وضعیت

موجود و عدم استفاده از مواهب دریایی و اتخاذ تصمیمات راهبردی نادرست در حوزه فرهنگ دریایی و در نهایت هدررفت هزینه‌ها و منابع در این حوزه و عدم بهره‌برداری از ظرفیت‌های دریایی کشور می‌باشد.

مبانی نظری

مفهوم شناسی توسعه فرهنگ

از آنجاکه فرهنگ را «سرمایه ذهنی جامعه برای حل مسائل و غلبه بر مشکلات خویش» تلقی کرده‌اند؛ بنابراین می‌توان توسعه فرهنگ را هم با مفهوم «گسترش کمی و کیفی سرمایه ذهنی جامعه» تعریف کرد. این سرمایه شامل عناصری چون اندیشه‌ها، دانش، عرف، باورها و اعتقادات است. مقصود از رشد کمی فرهنگ، افزایش اندیشه‌های تولیدشده، آشنایی با افکار جدید و شیوه‌های نوین زندگی است و منظور از رشد کیفی آن، پیشرفت در عرصه صحت و سنجیدگی آموزه‌های فرهنگی است که از آن با عنوان تکامل اجتماعی-فرهنگی یاد می‌شود. (قریشی، ۱۳۹۱: ۶۴)

فرهنگ دریایی

فرهنگ دریایی همان راه و روش زندگی انسان با دریا و در کنار دریا است؛ یعنی انسان از زمانی که با دریا آشنا می‌شود سعی در استفاده از آن را داشت. زندگی کردن در کنار دریا، استفاده از نعمت‌های دریا، مسیریابی از طریق دریا یا همان کرانه نوردی و...؛ که این مسئله منجر به راه و روش‌ها، ابداعات و ابتکارات، تولیدات و اختراعات تمدنی جدید در زندگی انسان با دریا شد. امروزه در مجموع با توجه به تعریف فرهنگ، به آداب‌ورسوم، آیین‌ها، رفتارها، جشن‌ها، سنت‌ها، ابداعات و اختراعات انسان که در جغرافیای دریا و دریانوردی به وجود آمده و شکل گرفته‌اند، فرهنگ دریایی گفته می‌شود. (کریمی، ۱۳۹۶: ۳۹)

در این تحقیق، فرهنگ دریایی بخشی از فرهنگ عمومی کشور در نظر گرفته شده و به آداب‌ورسوم، آیین‌ها، رفتارها، جشن‌ها، سنت‌ها، ابداعات و اختراعات انسان که در جغرافیای دریا و دریانوردی به وجود آمده و شکل گرفته‌اند، فرهنگ دریایی گفته می‌شود و فرهنگ دریایی همان راه و روش زندگی انسان با دریا و در کنار دریا می‌باشد.

پیشینه تحقیق

ثقفی نیا (۱۳۹۴) در مقاله‌ای با عنوان فرهنگ دریا و دریانوردی، چالش‌ها و راهکارها که حاصل مصاحبه با کارشناسان و مسئولین مختلف حوزه دریایی و دریانوردی است، در خصوص موانع و راهکارها و همچنین چالش‌ها و مشکلات کاری دریانوردان و فرهنگ دریایی آورده است:

مطالعاتی که در اوضاع مردم نواحی ساحلی کشور انجام گرفته است؛ نشان می‌دهد که سرمایه‌گذاری‌های اقتصادی با جنبه‌های توسعه فرهنگی همراه نشده است و متأسفانه مجموعه آنچه در طول سال‌ها و حتی قرن‌ها در فضای بنادر و شهرهای ساحلی کشور پرورش داده شده است، قادر به تحقق اهداف زیر نبوده است:

- آدمی را در فضای فرهنگی خاص اقتصاد و زندگی ساحلی قرار دهد،
- زمینه اعتلای شخصیت مکانی، محیطی و فرهنگی برای جامعه و فرهنگ جنوب به وجود آورد،

- آگاهی‌های فرهنگی دیگر نقاط کشور را نسبت به فضای جامعه و فرهنگ جنوب افزایش دهد،
 - فضای شهرها را متناسب با محورهای ارزشی و فرهنگ ساحلی و دریایی قرار دهد.
- و در تحقیق دیگری با عنوان فرهنگ دریا ضرورت‌ها، قابلیت‌ها، اقدامات، تنگناها و پیشنهادات گلشنی (۱۳۹۴) به مهم‌ترین موانعی که در راه رسیدن به فرهنگ دریایی پایدار وجود دارد به شرح زیر اشاره کرده است:
- عدم درک یکسان در بین نهادها و ارگان‌های دریایی از مقوله اشاعه فرهنگ دریایی و پیچیدگی مفهوم اشاره فرهنگ دریایی و نیاز به انجام پژوهشی در زمینه‌های مختلف و تعامل و پیوند بین اجزا مختلف زیر بخش‌های دریایی
 - نبود متولی در خصوص اشاعه فرهنگ دریایی
 - نبود اعتبارات تعریف شده در خصوص اجرای فرهنگ دریایی
- همچنین کتاب راهبردهای قدرت دریایی به قلم سیاری و همکاران (۱۳۹۱) برخی از عللی که توجهی بعضی حکومت‌ها در ایران به دریا را به‌طور خلاصه موارد زیر اعلام کرده‌اند:
- فقدان راهبرد مدون توسعه نفوذ ملی در عرصه‌های گوناگون سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، علمی و صنعتی در سایر ممالک
 - جهت تهاجمات خارجی که اغلب از سوی خشکی بوده که در نتیجه، توجه حکام وقت را بدان سو جلب می‌نموده است.
 - مناطق دریایی شمال و جنوب اغلب به‌عنوان مناطق دریایی داخلی و دور از صحنه رقابت‌های نظامی قرار داشته است.
 - درگیری حکومت‌ها در مسائل داخلی
 - عدم استقلال در فناوری دریایی
 - نامساعد بودن اقلیم و ضعف پوشش گیاهی در مناطق ساحلی به‌ویژه خلیج فارس و دریای عمان
 - عدم شناخت نخبگان کشور از پتانسیل‌های بالقوه دریایی در حوزه‌های گوناگون سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، علمی و صنعتی
 - ناآشنایی عامه مردم نسبت به دریا و فرهنگ دریا
 - تمرکزگرایی شدید نظام‌های حکومتی در ایران و اتکا آن‌ها به اقتصادهای تک‌محصولی
- و در مقاله‌ای که ودادی (۱۳۹۰) با عنوان فرهنگ دریایی، زیرساخت و رویکردها به توسعه دریامحور انجام شده، آمده است؛ ترویج فرهنگ دریایی کشور، بازتعریف فصلی جدید در چارچوب صنعت فرهنگ است که ما را با منزلت بخشی به استعدادهای نهفته در تاریخ طولانی دریانوردی ایرانیان آشنا می‌سازد. نکته قابل تأکید در این تحقیق این است که مجموعه دکترین نظری ما، درباره آنچه فرهنگ دریایی کشور می‌نامیم، بسیار فراتر از آنچه که در فضای فیزیکی امور

دریایی و بندری و دریانوردی می‌بینیم، باید اندیشه کند و ضمن آن و همراه با آن، در پی و به دنبال جاری ساختن آن معانی به جریان زندگی باشد.

چارچوب نظری تحقیق

در این تحقیق تعریف مختار برای طرح راهبردی تعریف بیک و طهماسبی (۱۳۹۷) مدنظر قرار گرفته است که مطابق این تعریف طرح راهبردی، طرحی است که در آن جهت‌گیری، اهداف، سیاست‌ها و سایر ارکان اصلی و مؤلفه‌های اساسی و زنجیره‌های عملیاتی یک سازمان را در قالب کل به هم پیوسته، با یکدیگر ترکیب می‌کند. (بیک و همکاران، ۱۳۹۷: ۶) همچنین اجزاء طرح راهبردی برگرفته از تعریف اعرابی (۱۳۹۶) موارد زیر در نظر گرفته شده است:

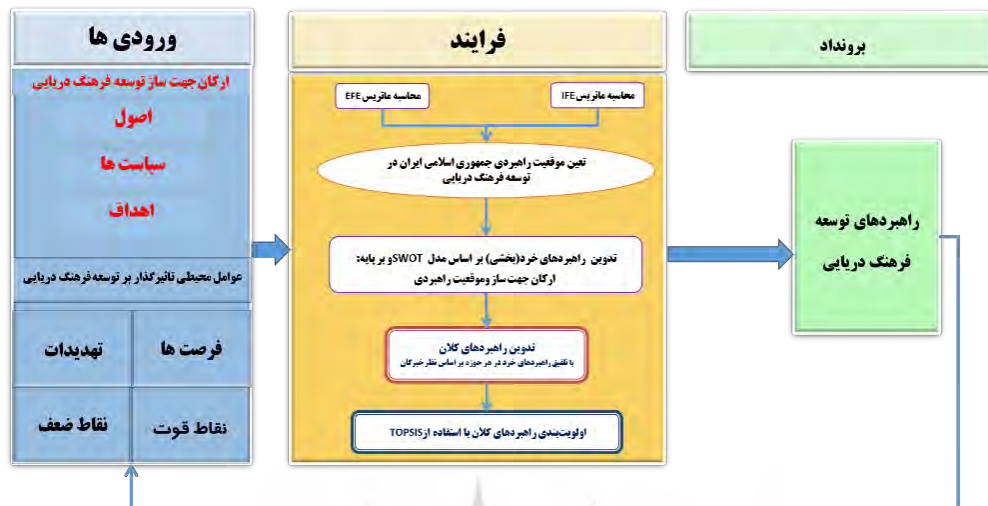
- مطالعات پایه (اسناد کتابخانه‌ای، مصاحبه با خبرگان و ...)
- ارکان جهت‌ساز (اهداف، سیاست‌ها و داکترین)
- تحلیل محیط بیرونی و داخلی از طریق SWOT
- تعیین موقعیت راهبردی از طریق فرمول‌های زیرمجموعه و دنباله SWOT
- تدوین راهبرد
- الزامات تحقق راهبردها

در این تحقیق ارکان جهت‌ساز، از منظر منابع مبانی اعتقادی و ارزشی از جمله آیات و روایات و احادیث، اندیشه، تدابیر و رهنمودهای دفاعی امامین انقلاب، آرمان ملی، منافع ملی، اهداف ملی، دکترین ملی، دکترین نظامی، قانون اساسی، چشم انداز، مأموریت/ رسالت، سیاست‌های کلی نظام، سیاست‌های دفاعی و امنیتی در نظر گرفته شده و هر کدام از این منابع که در خصوص توسعه فرهنگ دریایی دارای محتوای جهت‌دهنده است مورد مطالعه قرار گرفته است و در خصوص قالب‌های خروجی ارکان جهت‌ساز، مطابق تعریف توحیدی و فاضلی (۱۳۹۷) اهداف، سیاست‌ها و دکترین‌ها مدنظر قرار گرفته است. بنابراین همه موارد به دست آمده از منابع مورد مطالعه در سه قالب، اصول یا دکترین، سیاست و اهداف تقسیم شده‌اند.

در بخش محیط‌شناسی راهبردی این تحقیق، برای به دست آوردن عوامل محیطی تأثیرگذار در فرهنگ دریایی، با محور قرار دادن روش محیط‌شناسی SWOT و با هدف به دست آوردن نقاط قوت، ضعف، تهدید و فرصت‌های فرهنگ دریایی جمهوری اسلامی ایران، از ابزارهای زیر برای به دست آوردن عوامل تأثیرگذار استفاده شده است:

- مقایسه توسعه دریا محور در ایران و جهان
- مطالعه سیاست‌های توسعه دریامحور کشورهای منتخب
- بررسی چالش‌ها و موانع توسعه فرهنگ دریایی کشور
- مطالعه نتایج و یافته‌های تحقیقات انجام شده در خصوص فرهنگ و فرهنگ دریایی

بنابراین چارچوب نظری این تحقیق به شرح شکل زیر ارائه گردیده است.



شکل ۱: چارچوب نظری تحقیق محقق ساخته

روش‌شناسی

تحقیق حاضر از نوع هدف «توسعه‌ای- کاربردی» است. از نظر رویکرد آمیخته^۱ و از نظر روش تحقیق توصیفی-تحلیلی است. در این تحقیق برای تدوین راهبرد از مدل تدوین راهبرد دعاء، برای محیط‌شناسی از روش SWOT و برای احصاء گزینه‌های راهبردی، تعیین و اولویت‌بندی راهبردها، از روش QSPM استفاده شده است. جامعه آماری کمی این تحقیق شامل کارشناسان مشغول به خدمت در بخش دریایی سازمان‌های مرتبط مانند نیروهای دریایی ارتش و سپاه، ارگان‌های دریایی و سازمان‌های متولی فرهنگ با شرایط زیر می‌باشد:

❖ افراد شاغل در مشاغل جایگاه ۱۷ در سازمان‌های کشوری و حداقل ۱۰ سال سابقه خدمت مرتبط موضوع فرهنگ دریایی

❖ دارای مدرک کارشناسی ارشد یا دکتری در رشته‌های دریایی

❖ داشتن حداقل یک مقاله یا اثر علمی مرتبط با موضوع تحقیق

با توجه به ویژگی‌های برشماری شده برای جامعه آماری کمی تحقیق، برآورد حجم این جامعه حدود ۵۵ نفر می‌باشد که به صورت تمار شمار انتخاب و مطابق جدول زیر طبقه‌بندی شدند.

جدول ۱. جامعه نمونه کمی

ردیف	جدول جامعه نمونه کمی	تعداد
۱	افراد شاغل در نیروهای مسلح (سپاه، ارتش، ناجا، وزارت دفاع و ...)	۲۵
۲	افراد صاحب‌نظر در ارگان‌های دریایی	۱۵
۳	افراد شاغل در سازمان‌های کشوری متولی فرهنگ	۱۵
	جمع کل	۵۵

در بخش کیفی با توجه به تخصصی بودن موضوع تحقیق و محدودیت افراد خبره مرتبط با این موضوع، افراد با ویژگی‌های زیر با انتخاب شده‌اند.

- ❖ جامعه علمی کشور از جمله اساتید و اعضای هیات علمی دانشگاه‌های نیروهای مسلح فعال در حوزه‌های دفاعی و دریایی (با مرتبه علمی حداقل دانشجویی) و دارنده تالیفات و آثار علمی مرتبط با مدرک تحصیلی دکترا یا فوق لیسانس مرتبط با موضوع پژوهش
 - ❖ شاغلین نیروهای مسلح دارای جایگاه راهبردی ۱۸ و بالاتر و شاغلین بخش کشوری با جایگاه معادل، مرتبط با موضوع پژوهش
- با توجه به ویژگی‌های برشماری شده برای جامعه آماری کیفی تحقیق، برآورد حجم این جامعه حدود ۳۰ نفر می‌باشد که همچنین برای انجام مصاحبه‌های خبرگی از بین جامعه آماری تعداد ۱۵ نفر به صورت گلوله برفی و هدفمند انتخاب خواهند شد.

جدول ۲. تقسیم‌بندی نمونه جامعه کیفی آماری پژوهش

ردیف	جامعه کیفی آماری پژوهش	تعداد
۱	افراد خبره و صاحب‌نظر شاغل در نیروهای مسلح (سپاه ارتش، ناجا، وزارت دفاع و ...)	۷
۲	افراد صاحب‌نظر بخش‌های کشوری (ارگان‌های دریایی و سازمان‌های کشوری)	۴
۳	اساتید و محققان مراکز علمی و تحقیقاتی	۴
	جمع کل	۱۵

به منظور جمع آوری داده‌ها، پرسش‌نامه‌ای برای احصاء عوامل محیطی تأثیرگذار در توسعه فرهنگ دریایی و تعیین نقش‌های چهارگانه هر کدام از این عوامل و در نهایت تعیین میزان تأثیرگذاری عوامل در توسعه فرهنگ دریایی در قالب طیف لیکرت با پنج گزینه از خیلی زیاد، زیاد، متوسط، کم و خیلی کم و با ۶۵ گزینه طراحی و داده‌های مربوطه گردآوری شد؛ و در نهایت نتایج حاصله با تشکیل ماتریس کمی ارزیابی عوامل داخلی^۱ و خارجی^۲ مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار گرفت. سپس به منظور کشف گزینه‌های راهبردی و دستیابی به میزان جذابیت آن‌ها، از طریق پرسشنامه شماره سه و با استفاده از فرایند تدوین راهبرد بر مبنای روش SWOT و تشکیل ماتریس کمی برنامه‌ریزی راهبردی QSPM راهبردها استخراج و اولویت‌بندی آن‌ها انجام گردید.

به منظور تعیین روایی پرسشنامه‌های این تحقیق از طیف ترستون تعداد ۱۵ نفر از خبرگان دریایی استفاده شده و با نظر هیئت مشورتی از متخصصان و خبرگان و مشورت و اخذ نظرات اساتید راهنما و مشاور و نظرات افراد صاحب‌نظر و خبره اصلاح و در نهایت در قالب ۶۵ سؤال بسته و یک سؤال باز طراحی گردید و با نگرش به تخصصی بودن موضوع تحقیق و محدودیت وجود افراد صاحب‌نظر و خبره مرتبط با موضوع و حوزه مورد مطالعه و نیز تمام شمار بودن جامعه آماری می‌توان با اطمینان بالایی نتیجه‌گیری نمود که سؤالات پرسش‌نامه‌های این پژوهش به نحو مطلوب و قابل قبولی، اطلاعات علمی مورد نیاز این تحقیق را جمع‌آوری نموده است. لذا پرسش‌نامه‌های مزبور از روایی برخوردار می‌باشد.

1. IFE :Internal Factors Evaluation

2. EFE:External Factors Evaluation

برای پایایی پرسشنامه نیز از روش آلفای کرونباخ استفاده شده است. در این تحقیق شاخص آلفای کرونباخ «۰/۸۸» محاسبه شده است. با توجه به اینکه مقدار ضریب آلفای کرونباخ به دست آمده بیشتر از ۰/۷۰ است، بنابراین گویه‌های پرسش‌نامه مورد استفاده از قابلیت اطمینان لازم برای ادامه تحقیق برخوردار است. پس از طی مراحل بالا، پرسش‌نامه به تعداد ۵۵ نسخه تهیه و در اختیار خبرگان قرار گرفت.

تجزیه و تحلیل داده‌ها

ارکان جهت ساز فرهنگ دریایی کشور

برابر تعریف انجام شده از ارکان جهت ساز در چارچوب نظری، کلیه اسناد بالادستی در خصوص فرهنگ و فرهنگ دریایی مطالعه شده و طی نشست‌های خبرگی، اصول، اهداف و سیاست‌های حوزه فرهنگ دریایی استخراج شده است که خلاصه آن به شرح زیر و در قالب شکل در طرح راهبردی ارائه گردیده است.

اصول فرهنگ دریایی جمهوری اسلامی ایران

- کار فرهنگی برای دریا بسیار با ارزش است.
- فرهنگ دریایی بالاترین و والاترین عنصر موجودیت هر جامعه دریایی است.
- قدرت اقتصادی، سیاسی و صنعتی و نظامی دریایی منوط به توسعه فرهنگ دریایی است.
- اصلاح فرهنگ دریایی رأس همه اصلاحات حوزه دریا است.
- اصلاح فرهنگ دریایی نیاز به زمانی طولانی دارد.
- مراد از فرهنگ دریایی، همان ذهنیت‌ها در مورد دریاست.
- ایجاد فرهنگ و اندیشه صحیح در جامعه در خصوص دریا جهاد است.
- از تأثیر تعیین کننده فرهنگ دریایی غفلت شده است.
- فرهنگ دریایی نیازمند حمایت است.
- فرهنگ دریایی اقدام اجتماعی است.
- کار فرهنگ دریایی، نیازمند عزم ملی است.
- فرهنگ دریایی، وظیفه مسئولان است.

سیاست‌های فرهنگ دریایی جمهوری اسلامی ایران

- کار فرهنگ دریایی باید با شیوه‌ای ساده و صریح و روشن و برای عموم قابل فهم باشد.
- در اصلاح فرهنگ دریایی باید مردم را دخالت داد و از نقش و وجود آن‌ها استفاده کرد.
- رادیو تلویزیون، دانشگاه و مطبوعات در اصلاح فرهنگ دریایی نقش اساسی دارند.
- در کار فرهنگی دریایی باید به ارتقاء شاخص‌های توسعه فرهنگی دریایی (مثل اماکن و مجموعه‌های فرهنگی دریایی) توجه شود.
- در کار فرهنگی دریایی باید به مصرف فرهنگی و اوقات فراغت توجه شود.
- در کار فرهنگی دریایی باید به خلاقیت‌های هنری کمک شود.
- در کار فرهنگ دریایی باید تعاملات بین‌المللی مورد توجه قرار گیرد.
- فرهنگ دریایی باید همگانی شود.

- باید به مسئله فرهنگ دریایی نگاه مدبرانه داشت.
- بالا بردن فرهنگ عمومی جامعه در خصوص دریا لازمه استحکام کارهاست.
- ما در زمینه فرهنگ دریایی تکلیف و مسئولیت داریم.
- کشور کلاً به یک نظم و جهت‌گیری و جهت‌یابی و انسجام بخش‌های گوناگون دولتی و غیردولتی در باب فرهنگ دریایی احتیاج دارد.
- آنچه در مقوله فرهنگ دریایی بر عهده حکومت است، عبارت است از نظارت هوشمندانه، متفکرانه، آگاهانه، ... کمک به رشد و ترقی فرهنگی افراد جامعه در خصوص دریا.
- فرهنگ دریایی یک ملت را می‌شود با عوامل تأثیرگذار به تدریج عوض کرد.
- آب‌های آزاد دنیا متعلق به همه و بستری برای انتقال فرهنگ دریایی است.
- بخصوص در نیروی دریایی. از لحاظ تسلط فرهنگ بیگانه مغلوبیت فرهنگ از همه مغلوبیت‌ها بالاتر است، از مغلوبیت سیاسی بالاتر است
- قوانین و مقررات فرهنگی در خصوص دریا باید بر اساس موازین اسلامی باشد.
- صداوسیما، آموزش و پرورش، سازمان تبلیغات اسلامی، سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی معاونت امور فرهنگی و یا اداره کل فرهنگی وزارتخانه‌ها و سازمان‌ها متولیان فرهنگ دریایی کشور هستند.
- در کار فرهنگ دریایی باید ارزش‌ها و هویت حوزه عمومی و روابط بین فردی حفظ شود.

اهداف فرهنگ دریایی جمهوری اسلامی ایران

- اگر ما بخواهیم توسعه اقتصادی در خصوص دریا و سواحل را به معنای صحیح کلمه در جامعه راه بیندازیم، احتیاج به تلاش فرهنگی در خصوص دریا داریم.
- هدف فرهنگ دریایی تربیت عمومی و اجتماعی کردن مردم در بهره برداری از دریا است.
- هدف فرهنگ دریایی بالا بردن سطح آگاهی‌های عمومی در خصوص دریاست.

چالش‌ها و موانع توسعه فرهنگ دریایی کشور

راهبردهای تدوین شده و الزامات اجرایی راهبردها بایستی در نهایت تأثیر خود را در رفع موانع و چالش‌های موجود در توسعه فرهنگ دریایی کشور نشان دهند. بنابراین به منظور احصاء موانع و چالش‌های توسعه فرهنگ دریایی با طراحی فرم مصاحبه نیمه ساختار یافته با ۱۵ نفر از خبرگان و پیشکسوتان حوزه دریا و دریانوردی به شرح اشاره شده در بخش جامعه آماری مصاحبه انجام شد که چالش‌های این حوزه را در ابعاد اقتصادی، فرهنگی- اجتماعی، سیاسی، علمی و فناوری، دفاعی - امنیتی و جغرافیایی استخراج و نتیجه به شرح زیر و شکل طرح راهبردی ارائه شده در انتهای این مقاله جمع‌بندی گردید.

جدول ۳. جمع‌بندی چالش‌ها و موانع توسعه فرهنگ دریایی

احساس نبود امنیت در میان سرمایه‌گذاران حوزه اقتصادی در دریا.	اقتصادی
اختصاص ندادن اعتبارات موردنیاز جهت توسعه بندرهای بزرگ و امکانات بندری.	
استقرار صنایع مرتبط با دریا در شهرهای دور از ساحل	
نبود زیرساخت‌های لازم، پراکندگی جمعیت، ضعف فرهنگی و محرومیت‌ها	
پایین بودن سرانه درآمد در سواحل جنوب	

پایین بودن مهارت دریایی در مردم سواحل	
پشتیبانی ضعیف دستگاه‌های حاکمیتی از فعالان اقتصادی فرهنگ دریایی.	
تأثیرگذاری شرایط تحریم‌های اقتصادی	
توزیع نامناسب امکانات کشور و زیرساخت‌های اقتصادی مناطق دریایی.	
توسعه ضعیف زیرساخت‌های ارتباطی، مخابراتی و اینترنتی و رفاهی	
صادرات و واردات قاچاق از طریق دریا	
طولانی بودن بازده سرمایه‌گذاری در حوزه دریا	
آشنا نبودن با دانش اقتصاد دریا محور	
توسعه‌نیافتگی زیرساخت‌های صنایع و خدمات دریایی در سواحل	
توسعه‌نیافتگی ناوگان تجاری (بومی، صیادی، گردشگری، تجاری و نفت‌کش)	
توسعه‌نیافتگی اقتصادی در شهرهای ساحلی به‌ویژه نوار ساحلی خلیج فارس و دریای عمان	
نبود مشوق‌های اقتصادی	
فعال نبود اقتصاد بانکی در حوزه فرهنگ دریایی.	
کم‌توجهی به اقتصاد گردشگری دریایی.	
نبود امنیت اقتصادی برای سرمایه‌گذاران خارجی.	
نبود کارخانجات بزرگ در سواحل دریا به‌منظور اشتغال مردم	
تصور مردم و بخش خصوصی بر اینکه توسعه اقتصادی سواحل از وظایف حاکمیت است	
نبود تعادل در توسعه و استقرار جمعیتی در سواحل کشور بخصوص در سواحل جنوب شرقی،	
نبود برنامه‌ریزی امن و کلان در کوتاه‌مدت برای توسعه مناطق دریایی.	
آشنا نبودن مردم با منابع غنی غذایی در دریا	
برتری دادن منافع فردی بر منافع ملی و سازمانی.	
بهره‌گیری دشمنان از اختلافات فرهنگی	
بیگانه بودن اکثر مردم با دریا	
پایین بودن سطح رفاه عمومی مناطق نیروی دریایی در سواحل جنوبی	
پایین بودن نرخ سواد و توسعه آموزش عالی در سواحل جنوبی	
پدیده‌هایی مانند بیکاری و... و معضلات اجتماعی فرهنگی.	
توزیع نامناسب درآمدهای ملی از بهره‌برداری دریاها و عدم بهره‌مندی مناطق دریایی.	
ضعف در تقویت ارزش‌های مشترک بین سازمان‌های دریایی کشور.	
ضعف در تقویت روحیه اعتماد و عزت‌نفس، خودباوری و عزم ملی.	
ضعف در تکریم و تجلیل از افراد شایسته جهت ارتقاء انگیزه.	
ضعف شبکه‌های زیربنایی شامل حمل‌ونقل و تأمین و توزیع انرژی به‌ویژه در مناطق دریایی و سواحل.	
نداشتن اهتمام نظام آموزشی کشور به تغییر رویکرد به فرهنگ دریایی	
توجه نکردن به نقش کلیدی دانشگاه‌ها و پژوهشکده‌ها در رساله‌ها و پایان‌نامه‌ها با محوریت فرهنگ دریا	
نبود برنامه‌ریزی برای ایجاد قطب گردشگری دریایی در کشور باوجود نوار ساحلی مستعد و جزایر زیبا با جاذبه‌های طبیعی	
نبود بسترسازی فرهنگی برای توسعه فرهنگ دریایی در کشور.	
استفاده نکردن از دانش فرهیختگان، هنرمندان، نویسندگان و رسانه‌های تأثیرگذار در توسعه فرهنگ دریایی.	
نبود تحمل در بسیاری از مردم به اقامت طولانی در سواحل جنوبی به علت شرایط جوی حاضر	

<p>توسعه نیافتگی اماکن فرهنگی مانند کتابخانه، مدارس، دانشگاه.</p> <p>جذاب نبود مشاغل دریایی حتی برای دانش‌آموختگان رشته دریانوردی به علت شرایط دشوار دریا</p> <p>نبود تعریفی درست از فرهنگ دریایی در عموم مردم</p> <p>نبود دیدگاه و رویکرد مشترک و برنامه‌ریزی‌های کلان در حوزه‌های فرهنگ دریایی</p> <p>فعال نبودن رسانه در معرفی دریا و فرهنگ دریایی.</p> <p>کم‌توجهی دستگاه‌های اجرایی در معرفی مواهب دریا به جامعه.</p> <p>کمبود امکانات فرهنگی و آموزشی در بین مردم سواحل جنوب.</p> <p>مشارکت ضعیف مردم در مدیریت امور فرهنگی.</p> <p>نبود امکانات و خدمات رفاهی برای جذب گردشگران و جاذبه گردشگری.</p> <p>نبود دستگاه حاکمیتی ناظر بر ترویج فرهنگ دریایی</p> <p>نبود شغل مناسب و روی آوردن به مشاغل کاذب و نامشروع.</p> <p>نبود موزه‌های ملی در حوزه دریا و دریانوردی</p>	
<p>توجه سیاستمداران کشور به راهکارهای زودبازده برای کسب محبوبیت (رای) و عدم توجه برنامه‌های بلندمدت.</p> <p>نبود اتحاد منطقه‌ای پایدار و امنیت سنجی بر اساس نقش ژئوپلیتیکی در حوزه دریا با کشورهای منطقه‌ای در راستای بومی‌سازی امنیت منطقه‌ای.</p> <p>نبود توسعه دیپلماسی دریایی در منطقه و فرا منطقه</p> <p>کم‌توجهی دستگاه‌های حاکمیتی بر تدابیر مقام معظم رهبری در خصوص اهمیت دریا.</p> <p>آشنا نبودن سفارتخانه‌ها و نمایندگی‌های خارج از کشور با ظرفیت‌های دریایی جمهوری اسلامی ایران.</p> <p>توجه مسئولین کشور به توسعه بری و غفلت از سیاست‌گذاری‌ها به دریا و توسعه دریا محور</p> <p>بی‌توجهی مسئولین به سواحل و آبادسازی سواحل دریایی</p> <p>نبود تفاهم‌نامه یا قراردادهای منطقی و عاقلانه و عادلانه با کشورهای صاحب فناوری دریایی</p> <p>سیاست‌گذاری نکردن کشور در جذب سرمایه‌گذاران خارجی و فراهم نمودن عرصه برای سرمایه‌گذاران داخلی</p> <p>وجود تحریم‌ها و سرمایه‌گذاران خارجی انحصاری و منفعت‌طلب و بدون رقیب</p> <p>جغرافیای سیاسی نامتوازن از گذشته‌های دور و تفکرات استکباری حاکم.</p> <p>وجود بحران‌های سیاسی حاکم بر منطقه غرب آسیا و کشورهای عربی و روابط غیردوستانه آن‌ها با ایران.</p> <p>تمرکزگرایی بیش‌ازحد دولت‌های جمهوری اسلامی ایران.</p>	سیاسی
<p>پایین بودن توان علمی و فناوری در ساخت تأسیسات، تجهیزات، شناورها و بنادر دریایی،</p> <p>ضعف در برنامه‌ریزی‌های میان‌مدت و کوتاه‌مدت و توجه به بهره‌وری در برنامه‌ها.</p> <p>ضعف در بهره‌گیری از استعدادها و نخبگان.</p> <p>ضعف در تقویت مراکز آموزش دریایی به‌عنوان مراکز پرورش نیروهای انسانی</p> <p>ضعف در تولید علم و پژوهش‌های بنیادی و کاربرد مناسب درخور دریا و دریانوردی.</p> <p>ضعیف بودن زیرساخت‌های آموزش دریایی در کشور.</p> <p>استقبال نکردن از رشته‌های دانشگاهی علوم دریا توسط داوطلبان ورودی دانشگاه.</p> <p>استقرار نیافتن نظام مدیریت دانش و بهره‌گیری مستمر از تجربیات مفید.</p> <p>خوداتکا نبودن کشور در تولید و به‌کارگیری تجهیزات و تولید فناوریانه در صنایع و زیرساخت‌های دریایی</p> <p>نبود مراکز توسعه فناوری‌های نوین بومی با توجه به شرایط جغرافیایی و آب‌وهوای مناطق شمال و جنوب کشور.</p> <p>نبود آمادگی سازمان‌های دریایی برای نوآندگی مستمر و ایجاد تغییرات</p>	علمی و فناوری

<p>تخصیص نیافتن ظرفیت‌های علمی کشور به بحث رشته‌ها و علوم دریایی توجه نکردن به توان علمی مناسب کشور در راستای هدایت به سمت دریا. فقدان برنامه‌ریزی جامع و کامل در توانمندسازی و توسعه مهارت‌های دریایی. ناشناخته بودن حوزه دریا برای فعالان عرصه علم و شرکت‌های دانش‌بنیان. نبود نخبگان کارآمد و شاخص در منطقه. وابستگی به منابع علمی و فناوری خارج از کشور.</p>	
<p>بی‌توجهی به ملاحظات دفاعی- امنیتی در سواحل جنوب کشور تهدیدات تروریسم و دزدی دریایی فقدان تعامل سازی سیاست‌های توسعه‌ای و امنیتی (بخش دولتی و ستاد نیروهای مسلح) نبود توسعه پایدار در سواحل، بنادر و جزایر در راستای ایجاد امنیت پایدار. نبود بستر تعاملی ارگان‌های دریایی (دولتی و غیردولتی) در زمینه ایجاد آگاهی اشتراکی فقدان ساختارهای بسیج مردمی در سواحل و بنادر به منظور شرکت در راهبرد دفاع همه‌جانبه از کشور. همراهی و همدلی نکردن مسئولان و نگاه امنیتی به توسعه فعالیت‌های دریایی فاصله زیاد شهرها در سواحل جنوبی فاصله زیاد یگان‌های نظامی در سواحل جنوبی. فعال نبودن رسانه در خصوص ایثار و فداکاری‌های حوزه دریا در دوران دفاع مقدس. فهم نادرست از امنیت ملی و برداشت ناصواب برخی از مسئولان دولتی حکومتی از این موضوع کمبود امکانات اسکان کارکنان و خانواده‌های نظامی در سواحل جنوبی کمبود امکانات بندری و تأسیسات در سواحل در جهت پشتیبانی عملیات‌های نظامی کم‌توجهی به دفاع مردم‌نهاد در سواحل جنوبی باوجود پراکندگی جمعیتی در منطقه کم‌توجهی به ظرفیت‌های دریایی در راستای تقویت امدادهای عمقی راهبردی (حضور دوردست در دریا). مرزی بودن مناطق دریایی و بی‌توجهی به مدیریت صحیح اراضی مناطق مناسب نبودن شرایط بهداشتی، فرهنگی، مواصلاتی و تأثیرگذاران در توان دفاعی و امنیتی ناشناخته بودن ظرفیت‌های ژئوپلیتیکی و ژئواستراتژیکی ناشی از موقعیت جغرافیایی ایران برای بسیاری از دولتمردان. نفوذ کشورهای حاشیه خلیج فارس، مانند عربستان و امارات در سواحل جنوبی وجود پدیده شوم قاچاق (مواد مخدر و کالا) و دزدی دریایی به علت بیکاری شدید، وجود شرارت‌ها و ناامنی‌های اجتماعی در برخی مناطق دریایی و اقدامات تروریستی. وجود قاچاق مواد مخدر و امثال آن در مناطق مرزی دریایی. وجود مخاطرات محیطی نسبتاً پایاپای با مناطق دیگر کشور، هم‌مرز بودن استان‌ها دریایی کشور با کشورهای گاه‌آبی‌ت.</p>	<p>دفاعی امنیتی</p>
<p>اقلیم نامناسب (هوای گرم و مرطوب) مناطق ساحلی و دریایی بخصوص در جنوب کشور آمایش ناصحیح جمعیتی و تخصصی در مناطق دریایی کشور. بافت قومی- قبیله‌ای در مناطق دریایی کشور به‌خصوص جنوب کشور. دوری از مرکز و پایتخت کشورهای سیاست‌گذار و تصمیم‌گیر. فاصله زیاد مناطق با استان‌های مرزی و پایتخت. کمبود آب شرب محدودیت در ظرفیت کشاورزی</p>	<p>جغرافیایی</p>

مسائل زیست‌محیطی و بروز خسارات محیط‌زیست دریا.
نامساعد بودن پوشش گیاهی در سواحل جنوب،
هم‌مرز بودن و همسایگی با کشورهای توسعه‌نیافته.

محیط‌شناسی و موقعیت راهبردی توسعه فرهنگ دریایی

با توجه به اینکه در مبحث فرهنگ دریایی برابر تعاریف و چارچوب نظری در نظر گرفته شده در این تحقیق، با فرهنگ عمومی کشور مواجه هستیم و محیط داخلی کشور، کل قلمرو حاکمیتی جمهوری اسلامی ایران و محیط خارجی کشور، فرهنگ عمومی همه کشورهای جهان را در بر می‌گیرد؛ بنابراین برای به دست آوردن عوامل محیطی تأثیرگذار در فرهنگ دریایی، در بخش محیط‌شناسی راهبردی این تحقیق، با محور قرار دادن روش محیط‌شناسی SWOT و با هدف به دست آوردن نقاط قوت، ضعف، تهدید و فرصت‌های فرهنگ دریایی جمهوری اسلامی ایران، از ابزارهای اشاره شده در بخش چارچوب نظری برای به دست آوردن عوامل تأثیرگذار استفاده شده است که با مراجعه به جمع خبرگان و برگزاری نشست خبرگی و درنهایت تلخیص، تلفیق، تصحیح و حذف گزینه‌های به دست آمده و همچنین حوزه‌بندی عوامل داخلی و خارجی تأثیرگذار در توسعه فرهنگ دریایی کشور، این عوامل به شرح جداول زیر جمع‌بندی و به منظور تعیین موقعیت راهبردی کشور جمهوری اسلامی ایران در توسعه فرهنگ دریایی عوامل ۶۵ گانه تأثیرگذار در توسعه فرهنگ دریایی در قالب پرسش‌نامه شماره یک و بصورت طیف لیکرت و با گزینه‌های خیلی زیاد، زیاد، متوسط، کم و خیلی کم طراحی و با نظر صاحب‌نظران رتبه و میانگین عوامل تأثیرگذار در فرهنگ دریایی، مطابق جدول زیر استخراج گردید.

جدول ۰۴. ارزیابی قوت‌ها

ردیف	عوامل داخلی (قوت‌ها)	میانگین امتیاز	میانگین وزن	وزن نرمالیزه	امتیاز موزون
S9	پیشینه تاریخی، تمدنی و فرهنگی دریا و دریانوردی	3.12	2.35	0.095	0.296
S2	جایگاه حمل‌ونقل دریایی کشور در جهان	3.23	3.13	0.126	0.408
S4	جایگاه صنایع دریایی کشور در مقایسه جهانی	3.69	2.96	0.119	0.441
S3	جایگاه ناوگان تجاری کشور در مقایسه جهانی	3.15	3.46	0.140	0.440
S7	دسترسی به دریاها و آزاد	3.29	2.46	0.099	0.327
S8	موقعیت ژئوپلیتیکی ایران در حوزه دریایی	3.41	2.66	0.107	0.366
S1	میزان مهاجرت نخبگان حوزه دریا و دریانوردی به خارج	3.43	2.35	0.095	0.325
S5	نیروی دریایی قدرتمند و مقتدر	3.11	2.11	0.085	0.265
S6	وسعت و طول سواحل	3.22	3.29	0.133	0.428
		3.29	24.77	1.000	3.30

جدول ۰۵. ارزیابی ضعف‌ها

ردیف	عوامل داخلی (ضعف‌ها)	میانگین	میانگین وزن	وزن	امتیاز
------	----------------------	---------	-------------	-----	--------

موزون	نرمالیزه	وزن	امتیاز		
0.068	0.034	4.81	2.03	میزان بهره‌گیری از ظرفیت فضاهای مجازی برای توسعه فرهنگ دریایی	W1
0.062	0.030	4.35	2.06	حمایت‌های بانکی از اقتصاد دریایی	W2
0.069	0.033	4.76	2.08	میزان جذابیت مشاغل و حرفه‌های دریایی برای جوانان	W3
0.061	0.029	4.17	2.1	میزان وجود حمایت‌های مادی و معنوی برای فعالان حوزه دریا	W4
0.056	0.026	3.79	2.13	میزان مشارکت پیشکسوتان دریا و دریانوردی در عرصه‌های اجتماعی	W5
0.057	0.026	3.76	2.17	وضعیت هزینه‌های آموزشی دوره‌های حوزه دریا و دریانوردی	W6
0.055	0.025	3.62	2.19	میزان کفایت فضاهای فرهنگی و هنری دریایی	W7
0.074	0.033	4.78	2.23	میزان بهره‌گیری از نمادها و نشان‌های دریایی در اماکن و مناظر عمومی	W8
0.054	0.023	3.36	2.31	میزان آشنایی مردم با ایثارگری‌های دریادلان در طول دفاع مقدس	W9
0.074	0.032	4.57	2.32	میزان مشارکت سازمان‌های مردم‌نهاد و بسیج مردمی در حوزه دریا	W10
0.067	0.029	4.09	2.34	میزان آشنایی عامه مردم از منافع و مواهب دریا	W11
0.076	0.032	4.65	2.35	سهم دریا در تولید ناخالص ملی	W12
0.059	0.025	3.61	2.36	میزان توسعه‌یافتگی بنادر و سواحل	W13
0.077	0.033	4.68	2.36	میزان رونق صنعت شیلات و صنایع تبدیلی آبزیان	W14
0.066	0.027	3.94	2.39	میزان بودجه فرهنگی برای توسعه فرهنگ دریایی	W15
0.069	0.028	4.01	2.46	ثبات مدیریتی متولیان فرهنگی کشور	W16
0.084	0.034	4.88	2.46	میزان استفاده مردم از غذاهای دریایی در مقایسه با نرم جهانی	W17
0.084	0.034	4.92	2.46	میزان مشارکت بخش خصوصی در طرح‌های دریایی	W18
0.072	0.029	4.19	2.48	اقتصاد تک‌محصولی	W19
0.080	0.032	4.54	2.54	جایگاه مشاغل دریایی و دریانوردان در جامعه	W20
0.086	0.034	4.81	2.56	میزان تمرکز در سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی در حوزه دریا	W21
0.066	0.025	3.65	2.61	تناسب ماهیت شغل دریایی با روحیات مردم نواحی غیرساحلی کشور	W22
0.082	0.031	4.51	2.61	میزان باور مردم به دریا و نقش آن در توسعه ملی	W23
0.086	0.032	4.66	2.65	میزان گرایش دولتمردان کشور به سیاست‌های توسعه دریامحور	W24
0.081	0.030	4.34	2.67	میزان تراکم جمعیتی نوار ساحلی	W25
0.082	0.030	4.37	2.7	میزان وجود و استفاده مردم از محصولات فرهنگی دریایی	W26
0.082	0.029	4.23	2.78	خودباوری و اعتمادبه‌نفس ملی در بهره‌برداری از منافع دریا	W27
0.091	0.033	4.71	2.78	سهم دریا در اشتغال کشور	W28
0.094	0.032	4.62	2.93	میزان آشنایی نخبگان کشور از ظرفیت‌های دریایی	W29
0.068	0.034	4.81	2.03	میزان بهره‌گیری از ظرفیت فضاهای مجازی برای توسعه فرهنگ دریایی	W30
0.062	0.030	4.35	2.06	حمایت‌های بانکی از اقتصاد دریایی	W31
0.069	0.033	4.76	2.08	میزان جذابیت مشاغل و حرفه‌های دریایی برای جوانان	W32
0.061	0.029	4.17	2.1	میزان وجود حمایت‌های مادی و معنوی برای فعالان حوزه دریا	W33
۲.۳۷۴	۰.۹۹۶	۱۴۳.۴۷	2.375		

جدول ۶. ارزیابی فرصت‌ها

امتیاز موزون	وزن نرمالیزه	میانگین وزن	میانگین امتیاز	عوامل خارجی (فرصت‌ها)	ردیف
0.518	0.107	۳۶۹	4.85	رشد تجارت دریامحور در جهان	01
0.551	0.114	۳۹۵	4.82	دیپلماسی دریایی با سایر کشورها	02
0.606	0.131	۴۵۳	4.62	استفاده از تجارب فرهنگی سایر کشورها	03
0.585	0.136	۴۶۹	4.31	اقتصاد دریامحور جهانی	04
0.508	0.119	۴۱۱	4.27	نیاز جهانی به سرمایه‌های انسانی دریایی	05
0.524	0.123	۴۲۶	4.25	رونق صنعت ورزش دریاپایه جهانی	06
0.564	0.134	۴۶۲	4.22	ذخایر معدنی بستر دریا به غیر از نفت و گاز	07
0.563	0.136	۴۷۱	4.13	امکان بهره‌گیری از ظرفیت شبکه‌های اجتماعی	08
۴.۴۱۹	۱	۳۴.۵۶	۴.۴۳۳	جمع	

جدول ۷. ارزیابی تهدیدات

امتیاز موزون	وزن نرمالیزه	میانگین وزن	میانگین امتیاز	تهدیدها	ردیف
0.378	0.139	۴۶۹	2.71	نقش استعمار در دریاگریزی ایرانیان	T1
0.324	0.122	۴۱۲	1.65	میزان استقلال و خودکفایی در فناوری‌های دریایی	T2
0.292	0.121	۴۰۶	2.42	زمینی بودن اغلب تهاجمات خارجی متوجه ایران	T3
0.314	0.137	۴۶۲	1.29	تأثیر فرهنگ و سبک زندگی غربی بر توسعه فرهنگ دریایی	T4
0.275	0.124	۴۱۹	2.21	تسلط غرب بر روندهای جهانی فرهنگ	T5
0.251	0.115	۳۸۶	2.09	میزان مشارکت کشورهای خارجی در طرح‌های دریاپایه	T6
0.265	0.126	۴۲۴	1.91	میزان آشنایی جوانان با قهرمانان ملی دریایی	T7
0.312	0.115	۳۸۸	1.71	تضعیف سرمایه اجتماعی نظام توسط کشورهای معاند	T8
2.411	0.999	33.66		جمع	

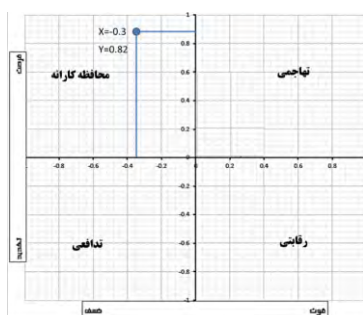
پس از تعیین جمع نمرات موزون عوامل داخلی و خارجی و مشخص شدن امتیاز موزون نهایی آن‌ها در ماتریس‌های عوامل داخلی و خارجی، به منظور تعیین موقعیت و رویکرد راهبردها برای تدوین و فرموله کردن راهبردها (اقدام راهبردی) امتیاز مربوط به ماتریس بررسی محیط داخلی (قوت و ضعف) در محور عمودی (Y)

$$Y = 1.41 - 0.59 = 0.82$$

و امتیاز مربوط به ماتریس بررسی عوامل خارجی (فرصت و تهدید) در محور افقی (X)

$$X = 0.3 - 0.63 = -0.33$$

قرار گرفت که این دو عدد مختصات نقطه‌ای است که موقعیت وضع موجود را روی محور مختصات نشان می‌دهد. ناحیه‌ای که نقطه در آن قرار می‌گیرد، تعیین‌کننده رویکرد راهبردی کشور است.



شکل ۲. موقعیت راهبردی ایران در توسعه فرهنگ دریایی

همان‌طور که ماتریس موقعیت راهبردی نشان می‌دهد وضعیت جمهوری اسلامی ایران در توسعه فرهنگ دریایی در ناحیه محافظه کارانه قرار گرفته است که نیازمند انتخاب رویکرد استفاده از فرصت‌ها برای از بین بردن نقاط ضعف به‌منظور مقابله با تهدیدات می‌باشد. در ادامه با تشکیل ماتریس زوجی قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدها گزینه‌ها و تدابیر راهبردی شامل راهبردهای **SO**، راهبردهای **ST**، راهبردهای **WO** و راهبردهای **WT** استخراج گردید که به‌عنوان نمونه جدول راهبردهای **SO** نشان داده شده است.

جدول ۸. ماتریس‌های زوجی

راهبردهای SO	
قوت S	<ul style="list-style-type: none"> - پیشینه تاریخی، تمدنی و فرهنگی دریا و دریانوردی - موقعیت ممتاز ژئوپلیتیکی ایران در حوزه دریایی - تأکید و توجه رهبری به دریا و توسعه دریامحور - فرهنگ مقاومت و ایثار و فداکاری - قابلیت‌های صنایع دریایی برای توسعه دریامحور - نیروی دریایی قدرتمند و مقتدر - ناوگان تجاری - ظرفیت‌های دریایی برای توسعه گفتمان انقلاب اسلامی
فرصت O	<ul style="list-style-type: none"> - فرهنگ عمومی، پایه اصلی تمدن اسلامی. - ظرفیت اقتصاد جهانی برای توسعه دریامحور - وابستگی اقتصادی جهانی به نفت - تعاملات و ارتباطات دریایی با سایر کشورها - امکان بهره‌گیری از دستاوردهای علمی، ادبی و هنری سایر کشورها در توسعه دریامحور - شبکه‌های اجتماعی فعال در حوزه دریا و دریانوردی - استفاده از تجارب دفاع فرهنگی سایر کشورها
<ul style="list-style-type: none"> ❖ ترویج فرهنگ دریایی به‌عنوان بخشی از فرهنگ عمومی جامعه و عامل تمدن ساز دریایی ❖ افزایش ظرفیت اقتصاد دریا محور ایران با استفاده از موقعیت ممتاز ژئوپلیتیکی ایران در حوزه دریایی ❖ گسترش شبکه‌های اجتماعی فعال در حوزه دریا و دریانوردی با توجه به تأکید و توجه رهبری به دریا و توسعه دریامحور ❖ الگوسازی فرهنگ مقاومت و ایثار و فداکاری در دفاع دریامحور به‌منظور تبدیل شده به الگوی فرهنگی و انقلابی در بین ملت‌های 	

<p>منطقه و جهان</p> <p>❖ بهره‌برداری از ظرفیت امنیت آفرینی نیروی دریایی قدرتمند و مقتدر در راستای تعاملات و ارتباطات دریایی با سایر کشورها</p> <p>❖ ارتقاء ناوگان تجاری با توجه به ظرفیت اقتصاد جهانی برای توسعه دریامحور</p> <p>❖ تعاملات و ارتباطات دریایی با سایر کشورها با استفاده از ظرفیت‌های دریا برای توسعه گفتمان انقلاب اسلامی</p>	<p>- تبدیل شدن به الگویی فرهنگی و انقلابی در سطح ملت‌های منطقه و جهان</p> <p>- فقدان ایدئولوژی قابل اتکا در خارج از حوزه اسلام</p> <p>- امکان راه‌اندازی شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای و اینترنتی</p>
--	---

در نهایت به‌منظور احصاء راهبردهای اصلی، ۹۱ راهبرد بخشی توسعه فرهنگ دریایی، طی جلسه خبرگی با حضور ۱۰ تن از خبرگان و متخصصان حوزه دریایی، مورد بررسی و واکاوی دقیق قرار گرفت تا با ترکیب، تقلیل یا پیشنهاد و ارائه راهبردهای جدید، راهبردهای اصلی جمهوری اسلامی ایران برای توسعه فرهنگ دریایی تدوین گردد. با اعمال نظر و پیشنهادات مطرح‌شده در جلسه خبرگی نهایتاً ۱۰ راهبرد اصلی احصاء گردیدند. جدول زیر، راهبردهای اصلی احصاء شده برای توسعه فرهنگ دریایی جمهوری اسلامی ایران را نشان می‌دهد. در ادامه به‌منظور تعیین اولویت راهبردهای اصلی از ماتریس QSPM استفاده گردیده است. پرسشنامه QSPM توسط ۱۰ نفر از صاحب‌نظران، خبرگان و متخصصان ارگان‌های تکمیل گردید و داده‌های حاصل مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. جدول زیر محاسبات مربوط به اولویت‌بندی راهبردهای ده‌گانه استخراج شده را نشان می‌دهند.

با توجه به مقدار مطلوبیت حاصل شده برای هرکدام از راهبردها بر اساس تجزیه و تحلیل داده‌ها در ماتریس QSPM اولویت‌بندی راهبردهای جمهوری اسلامی ایران برای توسعه فرهنگ دریایی به شرح جدول ذیل خواهد بود.

جدول ۹. راهبردهای احصاء شده برای توسعه فرهنگ دریایی

<p>راهبرد ارتقاء آگاهی و شناخت مردم، مسئولین و نخبگان جامعه نسبت به مواهب دریا از طریق اشاعه منافع دریا در قالب نمادهای فرهنگ عمومی، ارتقاء نقش مراکز فرهنگی در توسعه فرهنگ دریایی، افزایش آگاهی مردم کشور از فرهنگ ساحل‌نشینان، ارتقاء نقش پیشکسوتان دریا در عرصه‌های اجتماعی با بهره‌گیری از فناوری اطلاعات و رسانه‌های دیجیتال در حوزه دریا به‌منظور تقویت بسترهای قانونی فعالیت در دریا، مقابله با جنگ نرم غرب علیه زیرساخت‌های فرهنگی کشور و مقابله با الگوسازی در عرصه فرهنگی توسط نظام سلطه</p>	راهبرد ۱
<p>راهبرد ارتقاء جایگاه نیروی دریایی کشور از طریق، افزایش آگاهی مردم در خصوص تهدیدات دریامحور، بیان نقش تاریخی جنگ‌های دریایی ایران، ترویج فرهنگ مقاومت و ایثار و فداکاری در دریا و توسعه دیپلماسی دریایی با استفاده از ارتقاء فناوری اطلاعات و رسانه‌های دیجیتال در حوزه دریا به‌منظور ارتقاء ظرفیت دفاعی دریایپایه کشور و مقابله با صنایع فرهنگی، فناوری اطلاعات و رسانه‌های دیجیتال دشمن</p>	راهبرد ۲
<p>راهبرد ارتقاء جایگاه دریانوردان و مشاغل دریایی از طریق افزایش تعاملات و ارتباطات دریایی با سایر کشورها، تبادل دستاوردهای علمی، ادبی، هنری و صنایع دریایی با سایر کشورها، استفاده از تجارب کشورها در توسعه دریامحور، ایجاد بسترهای قانونی فعالیت‌های دریایی، ایجاد مشوق‌های قانونی برای صاحبان حرف دریایی، ایجاد جذابیت در مشاغل و</p>	راهبرد ۳

<p>حرفه‌های دریایی، افزایش سهم مشاغل دریایی، متناسب‌سازی مشاغل دریایی با روحیات مردم و ارتقاء شخصیت مکانی و محیطی مردم ساحل‌نشین به‌منظور به‌منظور افزایش حجم سرمایه‌گذاری‌های در حوزه دریا با توجه به ظرفیت جهانی اقتصاد دریایی و افزایش سهم ایران در اقتصاد دریایی</p>	
<p>راهبرد توسعه سواحل کشور به خصوص سواحل مکران با استفاده از جذب سرمایه‌گذاران بخش خصوصی و تمرکز سیاست‌های حمایتی دولت در بخش‌های عمرانی، کشاورزی و صنعتی به این سواحل و حمایت بیش از پیش از نادجا به‌عنوان متولی توسعه سواحل مکران با گنجاندن این مهم، در برنامه‌های پنج ساله و تعیین ردیف خاص منابع مالی و اعتباری و سیاست‌های تشویقی برای تحریک مردم منطقه جهت ورود به مشاغل دریایی و هدایت طرح‌های عمده ملی به این سواحل با هدف رسیدن به جایگاه مطلوب امنیت مردم پایه در سواحل</p>	<p>راهبرد ۴</p>
<p>راهبرد افزایش سطح اعتماد ملی به توانمندی‌های درونی کشور در حوزه دریا با توجه به تأکید و توجه رهبری به دریا و توسعه دریامحور، از طریق تقویت ناوگان تجاری کشور، تکیه بر توانمندی داخلی، تقویت باور مردم به نقش دریا در توسعه، مقابله با فناوری وارداتی در حوزه دریا، تلاش برای خودکفایی در صنایع دریایی، ترویج و تشویق سازمان‌های مردم‌نهاد در حوزه دریا با بهره‌گیری از شبکه‌های تلویزیونی، ماهواره‌ای و اینترنتی و صنایع فرهنگی به‌منظور تسریع در تحقق اقتصاد دریامحور</p>	<p>راهبرد ۵</p>
<p>راهبرد ایجاد بسترهای قانونی برای توسعه فرهنگ دریایی از طریق ایجاد ساختارهای ثابت در ساختار حکومتی برای توسعه فرهنگ دریایی، پیش‌بینی محورهای توسعه فرهنگ دریایی در برنامه‌های پنج‌ساله کشور، افزایش اعتبارات سالیانه برای توسعه فرهنگ دریایی، جلب حمایت‌های بانکی، افزایش میزان تحرک سازمان‌ها و نهادها در توسعه فرهنگ دریایی، افزایش برنامه‌های منسجم برای توسعه فرهنگ دریایی، افزایش حجم سرمایه‌گذاری‌های در حوزه دریا، ایجاد مشوق‌های مادی و معنوی برای فعالان حوزه دریا به‌منظور تحقق قطب دریایی منطقه با توجه موقعیت ممتاز ژئوپلیتیکی ایران در حوزه دریایی</p>	<p>راهبرد ۶</p>
<p>راهبرد افزایش تولیدات فرهنگی دریایی، از طریق افزایش فضاهای فرهنگی در شهرها متناسب با محورهای فرهنگ دریایی، افزایش کمی و کیفی همایش، سمینار، جشنواره و کارگاه‌های آموزشی، افزایش مراسم‌های ملی و مذهبی در حوزه دریا، افزایش مشارکت عمومی در ادبیات و هنر پیرامون موضوعات دریایی، افزایش نشریات علمی و عمومی دریایی، افزایش نقش سازمان‌های مردم‌نهاد در حوزه دریا، توسعه شبکه‌های اجتماعی فعال در حوزه دریا به‌منظور مقابله با الگوسازی در عرصه فرهنگی توسط نظام سلطه و جلوگیری از اشاعه فرهنگ غربی</p>	<p>راهبرد ۷</p>
<p>راهبرد ارتقاء جایگاه علوم دریایی در کشور از طریق توسعه مراکز آموزشی دریایی، کاهش هزینه آموزش‌های دریایی، توسعه نشریات علمی و عمومی دریایی، گسترش فضاهای فرهنگی و هنری دریایی و توسعه همایش‌های علمی و تخصصی با تأکید بر ارتقاء فناوری اطلاعات و رسانه‌های دیجیتال در علوم دریایی به‌منظور کسب جایگاه برتر علوم دریایی در جهان با توجه به ظرفیت‌های دریایی کشور</p>	<p>راهبرد ۸</p>
<p>راهبرد ارتقاء جایگاه صنعت دریایی کشور از طریق توسعه ناوگان تجاری، ایجاد رونق در صنعت شیلات و صنایع تبدیلی آبریان، توسعه گردشگری دریایی، ترویج میزان مشارکت بانک‌ها در طرح‌های صنعت دریایی، پیش‌بینی مشوق‌های مادی و معنوی برای فعالان حوزه دریا، توسعه فناوری‌های نوین دریایی به‌منظور افزایش ظرفیت اقتصاد دریا محور ایران با توجه به موقعیت ممتاز ژئوپلیتیکی ایران در حوزه دریایی و تحقق خودکفایی در صنایع دریایی</p>	<p>راهبرد ۹</p>
<p>راهبرد برنامه‌ریزی برای تغییر سبک زندگی مردم با تأکید بر فرهنگ عمومی جامعه، از طریق تغییر در رژیم غذایی مردم به مصرف آبریان، گرایش عمومی به ادبیات و هنر دریایی، علاقه‌مندی به استفاده از محصولات فرهنگ دریایی، گرایش به گردشگری دریایی، استفاده از شبکه‌های اجتماعی فعال در حوزه دریا، استفاده از نمادهای دریایی در گسترش فضاهای فرهنگی</p>	<p>راهبرد ۱۰</p>

شهرها و الگوسازی فرهنگ مقاومت و ایثار و فداکاری در دفاع دریامحور به منظور حمایت از سیاست‌های توسعه دریامحور کشور	
--	--

در راستای تعیین الزامات تحقق راهبردهای توسعه فرهنگ دریایی جداول و مراحل ذیل انجام شده که در ادامه به آن‌ها پرداخته شده است؛

جدول ۱۰. الزامات تحقق راهبردهای توسعه فرهنگ دریایی

راهبرد اصلی	الزامات پیاده‌سازی راهبرد	اقدامات عملی
	تغییر در رژیم غذایی مردم به مصرف آبزیان	افزایش تولید آبزیان
		افزایش دسترسی عموم به آبزیان
		کاهش قیمت نهایی آبزیان برای مصرف‌کننده
		ایجاد تنوع در فرآورده‌های غذایی آبزیان
راهبرد یک: برنامه‌ریزی برای تغییر سبک زندگی با تأکید بر فرهنگ عمومی جامعه،	تغییر در گرایش‌های ادبی و هنری عمومی به ادبیات و هنر دریایی	توسعه رستوران‌های دریایی در کشور
		ایجاد مراکز فرهنگی معرفی هنر و ادبیات دریایی
		توسعه رسانه‌های ویژه نشر ادبیات و هنر دریایی
		انتشار مجله کودکان و نوجوانان در خصوص آشنایی با فرهنگ دریا
		توسعه نواها و موسیقی دریایی
		تهیه فیلم‌های کارتون برای کودکان و نوجوانان
		تهیه کتاب داستان برای کودکان و نوجوانان جهت آشنایی با مفاهیم دریا
		بازسازی نظام آموزش و پرورش، متناسب با توسعه دریامحور
		توجه نظام آموزشی به توسعه هنر و ادبیات دریایی
		تغییر در سلیقه مردم در استفاده از محصولات فرهنگی
کاهش قیمت نهایی محصولات دریایی برای مصرف‌کننده		
ایجاد تنوع در محصولات فرهنگی دریایی		
هدایت نیاز گردشگری مردم به سمت گردشگری دریایی	توسعه زیرساخت‌های لازم برای مسافرت‌های دریایی	معرفی مسافرت دریایی به عموم
		ایجاد پارک‌های دریایی در شهرهای بزرگ
		ساخت آکواریوم‌های دریایی در شهرهای مختلف
		تشویق و حمایت سرمایه‌گذاری برای ایجاد شرکت مسافری دریایی
افزایش سهم شبکه‌های اجتماعی فعال در حوزه دریا	اختصاص یارانه به شرکت مسافری و مسافر دریایی	افزایش تعداد شبکه‌های اجتماعی دریایی
		حمایت مادی از شبکه‌های اجتماعی دریایی
		معرفی و تشویق شبکه‌های برتر این حوزه
ایجاد جذابیت بصری با استفاده	ایجاد واحد توسعه فرهنگ دریایی در شهرداری‌ها	

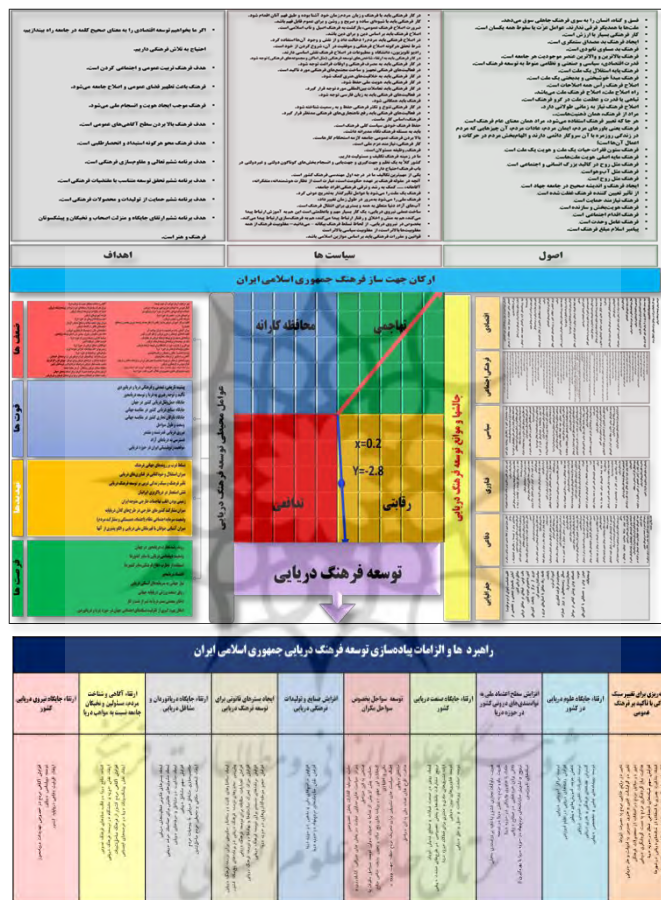
راهبرد اصلی	الزامات پیاده‌سازی راهبرد	اقدامات عملی
	از نمادهای دریایی در شهرها	فعال‌سازی واحدهای طراحی المان‌های شهر دریایی اختصاص اعتبار مستقل برای این حوزه
	الگوسازی فرهنگ مقاومت و ایثار و فداکاری در دفاع دریامحور	معرفی جنگ‌ها و نبردهای دریایی به مردم
		معرفی شهدا و ایثارگران دریایی
		تولید نشریات و محصولات فرهنگی دفاع دریامحور
		حضور رایگان عموم مردم در رویدادهای دریایی
		استفاده از رسانه‌های جمعی برای اطلاع‌رسانی رویدادها
		در نظر گرفتن امتیازات علمی برای اندیشمندان این حوزه

بحث و نتیجه‌گیری

مطابق نتایج به دست آمده از این تحقیق و به منظور توسعه فرهنگ دریایی کشور مطابق با اصل، سیاست‌ها و اهداف نظام مقدس جمهوری اسلامی ایران و با توجه به عوامل محیطی تاثیرگذار در توسعه فرهنگ دریایی و در نهایت نقش‌های چهارگانه این عوامل و با توجه به موقعیت راهبردی جمهوری اسلامی ایران در توسعه فرهنگ دریایی، نیاز است راهبردهای برنامه‌ریزی برای تغییر سبک زندگی، راهبرد ارتقاء جایگاه علوم دریایی در کشور، راهبرد افزایش سطح اعتماد ملی به توانمندی‌های درونی کشور در حوزه دریا، راهبرد ارتقاء جایگاه صنعت دریایی کشور، راهبرد توسعه سواحل بخصوص سواحل مکران، راهبرد افزایش صنایع و تولیدات فرهنگی دریایی، راهبرد ایجاد بسترهای قانونی برای توسعه فرهنگ دریایی، راهبرد ارتقاء جایگاه دریانوردان و مشاغل دریایی، راهبرد ارتقاء آگاهی و شناخت مردم، مسئولین و نخبگان جامعه نسبت به مواهب دریا و در نهایت راهبرد ارتقاء جایگاه نیروی دریایی کشور در دستور کار متولیان و سیاست‌گذاران فرهنگی کشور قرار گیرد تا فرهنگ عمومی جامعه در حوزه فرهنگ دریایی را در دو سطح مسئولین و تصمیم‌گیران نظام و مردم به عنوان حامیان و پشتیبانی‌کنندگان تصمیمات اتخاذ شده ارتقاء یابد. مطابق اولویت‌بندی انجام شده برای این راهبردها، راهبرد برنامه‌ریزی برای تغییر سبک زندگی مردم با تأکید بر فرهنگ عمومی جامعه، از طریق تغییر در رژیم غذایی مردم به مصرف آبزیان، ترویج استفاده از محصولات فرهنگ دریایی، توسعه گردشگری دریایی، استفاده از شبکه‌های اجتماعی فعال در حوزه دریا، استفاده از نمادهای دریایی در گسترش فضاهای فرهنگی شهرها و ... به منظور حمایت از سیاست‌های توسعه دریامحور کشور از اولویت بالاتری برخوردار است که باید اقدامات و فعالیت‌های توسعه فرهنگ دریایی با محوریت این راهبرد برنامه‌ریزی و اجرا شود. چراکه اقدام در زمینه معرفی و اشاعه فرهنگ دریایی کشور، ضمن آنکه فراهم آورنده زمینه‌های توسعه‌یافتگی اجتماعی و اقتصادی است، به این دلیل که به حوزه فرهنگ عمومی ارتباط دارد؛ زمینه‌ای برای تقویت زیرساخت‌های، نظامی، اقتصادی، فرهنگی اجتماعی، سیاسی، فناوری را ایجاد می‌کند که هم‌افزایی این مؤلفه‌ها باعث افزایش قدرت دریایی و در سطح راهبردی قدرت ملی می‌شود؛ که در همین زمینه راهبردهای به دست آمده در این تحقیق به منظور توسعه فرهنگ دریایی کشور می‌تواند سرفصل

اقدامات و برنامه‌های منسجم و مدون برای تغییر اساسی نگرش به دریا به منظور بهره‌برداری مناسب از منافع مزایای آن در راستای تحقق اهداف ملی باشد.

در نهایت شکل مفهومی طرح راهبردی با عنان این تحقیق یعنی طرح راهبردی توسعه فرهنگ دریایی کشور با دخیل کردن کلیه عوامل و ارکان طرح راهبردی به شکل زیر ارائه می‌گردد:



شکل ۳. طرح راهبردی توسعه فرهنگ دریایی کشور

پیشنهادات تحقیق

- با توجه به نتایج این تحقیق پیشنهادات اجرایی تحقیق به شرح زیر ارائه گردید:
- دانشگاه عالی دفاع ملی واحدهای درسی مرتبط با این موضوع را در سرفصل‌های مدرسه حکمرانی دانشگاه اضافه نموده و تمامی مسئولین را ملزم به گذراندن دوره‌های آموزشی مرتبط با دریا با همکاری نیروهای دریایی و ارگان‌های دریایی کشور بنماید.
 - کارگروه دائمی سیاست‌گذاری و هماهنگی اقدامات توسعه فرهنگ دریایی، متشکل از نمایندگان همه ارگان‌های دریایی و فرهنگی، با نظارت مستقیم دولت و شخص رئیس‌جمهور ایجاد شود.

۳. در ذیل معاونت‌های فرهنگی وزارت خانه‌ها و ادارات بزرگ که وظیفه توسعه فرهنگ عمومی را بر عهده دارند؛ واحد توسعه فرهنگ دریایی تشکیل و مطابق با سیاست‌های ابلاغی به صورت هماهنگ فعالیت نماید.
۴. دولت‌های حاکم بر اجرائیات کشور، ملزم به ارتقاء درصد مشخصی از این سهم به صورت سالیانه در قالب طرح‌ها و برنامه‌های تحول در صنایع دریایی، ایجاد حمل‌ونقل ترکیبی در کشور با تکیه بر ظرفیت‌های دریایی و بندری و احیای واقعی توریسم دریایی باشند تا در یک برنامه میان‌مدت (حداکثر پنج‌ساله) به سهم معقول و منطقی از نقش‌آفرینی دریا در تولید ناخالص ملی دست پیدا کنیم.
۵. طرح هدایت نیاز شغلی جامعه به سمت دریا با توسعه صنایع دریایی، بنادر و سواحل و توسعه زیرساخت‌های اساسی پس‌کرانه‌ها با همکاری سازمان‌ها و نهادها و ایجاد مشوق‌های مالی و معنوی برای جذب سرمایه‌گذاران بخش خصوصی در دستور کار دولت قرار گرفته و سهم مشخصی از رفع میزان بیکاری سالیانه به بخش دریا تعلق گیرد.
۶. سازمان پژوهش و برنامه‌ریزی وزارت آموزش و پرورش با ایجاد کارگروه دائمی از کارشناسان دریایی نسبت به گنجانیدن محتوای ارزشی در خصوص دریا در کتاب‌های درسی و همچنین برنامه‌ریزی و تشکیل رویدادهای علمی در قالب بازدیدها و نمایشگاه و نشست‌های تخصصی دانش‌آموزان را بیش‌ازپیش به اهمیت دریا و منافع آن آشنا سازد.

منابع

- قرآن کریم، (۱۳۹۲)، ترجمه آیت‌الله مکارم شیرازی.
- امام خمینی، روح‌الله، (۱۳۹۲)، ولایت فقیه، تهران: مؤسسه تنظیم و نشر آثار حضرت امام خمینی (ره).
- امام خامنه‌ای (مدظله‌العالی)، بیانات. پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر مقام معظم رهبری، قابل دسترسی در: www.Khamenei.ir
- ابراهیمی، سامان، کیانیان، حمیدرضا، محمودی، مصطفی، فرزین صدر، محمود رضا (۱۳۹۷) بررسی سهم دریا در اقتصاد ایران، ضرورت توسعه دریا محو، ارزش افزوده و سهم اشتغال در صنایع دریایی، بیستمین همایش صنایع دریایی آذرماه 1397 تهران
- اخگر، علی‌اکبر (۱۳۹۱) نقش قدرت دریایی در اقتدار ملی ج. ا. ایران، اولین همایش توسعه سواحل مکران و اقتدار دریایی جمهوری اسلامی ایران. دانشگاه دریانوردی و علوم دریایی چابهار.
- افشار سیستانی، ایرج (۱۳۹۵)، کرانه‌های مکران دروازه ورود به اقیانوس هند. تهران. نیروی دریایی ارتش. دفتر پژوهش‌های نظری و مطالعات راهبردی
- بخش میدانی، علی رضا (۱۳۹۵) مبانی طرح ریزی راهبردی و برنامه ریزی میان مدت و سالانه سازمانی (با نگاهی به سازمانهای نظامی) دانشگاه عالی دفاع ملی، تهران.

بیک، علی اصغر و طهماسبی، پرویز (۱۳۹۷) تبیین و بازاندیشی در تعریف، فرآیند و قالب طرح راهبردی. دانشگاه عالی دفاع ملی

ثقفی نیا، مجتبی، (۱۳۹۴) فرهنگ دریا و دریانوردی، چالش‌ها و راهکارها، مرکز بررسی و مطالعات راهبردی سازمان بنادر و دریانوردی، همایش صنایع دریایی ۱۳۹۴

سیاری، حبیب‌الله و طحانی، غلامرضا (۱۳۹۰). راهبردهای قدرت دریایی، تهران، انتشارات دافوس آجا
 صالح اصفهانی، اصغر (۱۳۹۳) مدیریت استراتژیک کاربردی (راهبری قدم‌به‌قدم) نظام، حوزه‌ها، سازمان‌ها و بنگاه‌های جمهوری اسلامی ایران، تهران، توانگران

قریشی، فردین (۱۳۹۱)، توسعه فرهنگ، بررسی راهکارهای رشد کیفی، فصلنامه جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه، شماره اول، بهار و تابستان ۱۳۹۱، ص ۱۲۳-۱۴۵

کریمی، مصطفی (۱۳۹۶)، فرهنگ دریایی، نشریه الکترونیکی باستان‌شناسی منظر دریایی
 گلشنی محسن علی، (۱۳۹۴) فرهنگ دریا ضرورتها، قابلیت‌ها، اقدامات، تنگناها و پیشنهادات، مرکز بررسی و مطالعات راهبردی سازمان بنادر و دریانوردی، همایش صنایع دریایی.

محمودی، مصطفی و ابراهیمی، سامان و کیانیان، حمیدرضا و فرزین صدر، محمود رضا (۱۳۹۷) بررسی سهم دریا در اقتصاد ایران، ضرورت توسعه دریا محور، ارزش افزوده و سهم اشتغال در صنایع دریایی. بیستمین همایش صنایع دریایی.

محمودی، مهرداد (۱۳۸۹). جهانی‌سازی و سیادت دریایی، فراقدرت قاره‌ای، پیام دریا، شماره ۱۹۷.

معافی، محمود (۱۳۹۵). فرهنگ دریایی (چالش‌ها و مشکلات). مصاحبه درج شده در نشریه بندر و دریا شماره ۲۳۷.

ودادی، حمید. (۱۳۹۰). فرهنگ دریایی زیرساخت رویکردها به توسعه دریامحور، نشریه بندر و دریا، شماره ۱۸۷

هانگر، دیوید. (۱۳۸۱). مبانی مدیریت استراتژیک. ترجمه محمد اعرابی. تهران: دفتر پژوهش فرهنگی.

Abraham, Stanley, (2012) strategic planning a practical guide for competitive success, US, Harwad house.

Barksdole, susan and lound teri(2006), 10 steps to success strategic planning, Virginia alexandria.

Bass, Jossey(2005), creating and implementing your strategic plan

Brayson, John (2011), creating your strategic plan, third edition, US

Fogg, Davis (1999), implementing your strategic plan,

Gerges, Fawaz A. (۲۰۱۴), ISIS and the third Fare of Jiladism, Current history. December.

Iran, sanctions, energy, arm control and regime change; Anthony h. cordesman; a report of the csis burke chair in strategy; p ۱۳۳

Juan XUE 1, Chao ZHAN1, and Peng SUN 1 Shandong Jianzhu University. FengMing Road, Jinan city, Shandong Prov. China

May, Gary(2010), strategic plan: fundamentals for small business,

Olsen, Erick (2007) strategic plan for dommies

White, Margaret A. & Bruton, Garry D. (۲۰۱۱). The management of Technology and Innovation. U.S.A: Cengage Learning energy and energy storage, Germany: Munich

