



بایدها و نبایدهای برگزاری نمایشگاه بین‌المللی فرش دستباف تبریز

تبریز از زمان‌های قدیم تا به امروز از قطب‌های اصلی فرش دستباف جهان بوده، به گونه‌ای که گفته می‌شود فرش «پازیریک» به عنوان قدیمی‌ترین فرش دنیا گره ترکی دارد؛ بر پایه چنین قدمت و پیشینه‌ای قرار است نمایشگاه بین‌المللی فرش دستباف تبریز مرداد ماه امسال در این کهن شهر برگزار شود.

در اهمیت فرش تبریز و تجار آن باید گفت که نخستین گام‌ها برای تجارت خارجی توسط بخش خصوصی ایران با اولویت فرش، توسط تجار تبریزی برداشته شد، به گونه‌ای که سرایی موسوم به «والده‌خانی» در استانبول دوره عثمانی توسط تجار تبریزی در ۱۵۰ سال قبل ایجاد و به زودی به مرکز اصلی تجمع تجار ایرانی برای تجارت با امپراطوری عثمانی و کشورهای اروپایی تبدیل شد.

همچنین در تبیین قدمت و پویایی تجار فرش تبریز، ذکر این نکته خالی از لطف نیست که نخستین بار تجار فرش تبریز بودند که در نمایشگاه‌های بین‌المللی فرش جهان در «وین»، پایتخت اتریش، در نیمه دوم قرن نوزدهم، به نمایندگی از کشورمان غرفه دایر کردند.

حال بر پایه چنین انباشت تجربه و هنری، مدیریت ارشد آذربایجان شرقی با همکاری نهادهای دولتی مسوول و هفت اتحادیه فعال در حوزه فرش تبریز، در نظر دارند نمایشگاه بین‌المللی ملی فرش تبریز را با شرکت شرکت‌های داخلی و چهار کشور خارجی در محل دائمی نمایشگاه بین‌المللی تبریز در مرداد ماه امسال برگزار کنند تا علاوه بر معرفی هر چه بهتر فرش تبریز، محملی نیز برای تبادل فکر، ایده، طرح و مالی میان فعالان فرش کشور ایجاد شود.

اهمیت برگزاری نمایشگاه بین‌المللی ملی فرش تبریز زمانی دوچندان می‌شود که بدانیم از زمان انتخاب تبریز به عنوان پایتخت جهانی فرش دستباف در سه سال قبل تاکنون اقدام شایسته و متناسبی با آن انجام نشده و برگزاری این نمایشگاه می‌تواند از این منظر نیز حایز اهمیت باشد.

ایرنا مرکز آذربایجان شرقی با در نظر داشتن این مهم و در راستای تنویر افکار عمومی درباره اهمیت برگزاری نمایشگاه بین‌المللی فرش دستباف از یک سو و بررسی باید و نبایدهای برگزاری این رویداد صنعتی-هنری از سوی دیگر، میزگردی را با حضور مسوولان دولتی، غیردولتی و دانشگاهی مرتبط برگزار کرد که مشروح آن در زیر ارایه می‌شود:

صادرات ۱۰۰ میلیون دلاری فرش تبریز

معاون هماهنگی امور اقتصادی استاندار آذربایجان شرقی در این میزگرد گفت: فرش و اقتصاد فرش در آذربایجان شرقی برای ما خیلی مهم است، ولی آن چنان که باید و شاید به آن پرداخته نشده است که باید توسط گروه‌های مرجع رسیدگی شود؛ در اقتصاد دو نوع دارایی (مشهود و غیرمشهود) داریم که از جمله دارایی‌های نامشهود «برند» است که پول‌های کلانی برای تبدیل شدن یک بنگاه اقتصادی و یا شرکتی به برند هزینه می‌شود، ولی فرش تبریز در ذات آن «برند» است که خود این اسم (فرش تبریز) اعتبار فراوانی به این شهر می‌آورد.

علی جهانگیری با اشاره به برنامه برگزاری نخستین نمایشگاه بزرگ فرش تبریز در مرداد ماه امسال، افزود: ضرورت برگزاری چنین نمایشگاهی در تبریز احساس می‌شد و باید به این مقوله مهم توجه بیشتری شود؛ بیش از ۲۰۰ هزار نفر به طور مستقیم در صنعت فرش شاغل هستند و در ایامی که اقتصاد ما با رکود مواجه است، حفظ اشتغال موجود ضروری است و باید سعی کنیم نمایشگاه ایمن تر و آبرومندانه تر برگزار شود.

وی با اشاره به صادرات ۱۰۰ میلیون دلاری فرش تبریز در سال گذشته اظهار داشت: به این دلیل توجه به فرش مهم است و باید سعی کنیم در عصر دانش بنیان و فناوریانه، فرش را نیز به این سمت سوق دهیم که این امر در زمینه تولید مواد اولیه و نقشه فرش می‌تواند مؤثر باشد.

جهانگیری با بیان اینکه اگر چه فرش در وهله اول هنر است، افزود: اما بخشی از آن هم صنعت است و هر اثر هنری هم یک صنعت محسوب می‌شود و دستی بودن فرش تبریز اگرچه آن را از صنعت بودن جدا کرده و به هنر نزدیک می‌کند، باید فرش تبریز را با حوزه فناوریانه نزدیک کنیم.

وی برگزاری نمایشگاه را نقطه عطفی در حوزه فرش دستباف تبریز عنوان کرد و گفت: امیدوارم نمایشگاه فرش بر اقتصاد و هنر فرش و متعاقب آن در رونق اقتصادی استان و تبریز نیز مؤثر باشد.

جهانگیری ایجاد دبیرخانه دائمی فرش در سایه برگزاری نمایشگاه را اتفاق مبارکی خواند و افزود: امیدوارم در ایام نمایشگاه با برگزاری کارگاه‌های آموزشی و بازاریابی الکترونیک فرش تبریز به اوج برسد.

رئیس اتحادیه صادرکنندگان فرش تبریز نیز با بیان اینکه در دنیا، ایران را با فرش و فرش ایران را نیز با فرش تبریز می‌شاسند، گفت: فرش تبریز ۲۵۰۰ سال قدمت دارد که در بهترین موزه‌های جهان از جمله لوور فرانسه و سن پترزبورگ می‌توان بهترین و قدیمی‌ترین نمونه‌های آن را دید.

احد هریسچیان با بیان اینکه در زمینه فرش تبریز، دولت ها قدری بی تفاوت شده اند، ادامه داد: صادرات فرش طی این سال ها افت داشت و قیمت تولید شده فرش هم بالا بوده و این امر منجر به افت کیفیت شد و باعث شد ما نتوانیم با بقیه کشورهای مدعی رقابت کنیم و در زمینه صادرات هم افت داشتیم.

وی نقش سفارت خانه ها را در معرفی هنر و فرش ایرانی بسیار تأثیرگذار دانست و گفت: سفارت خانه ها می توانند فهرست تجار را در کشورهای خارجی به اتاق های بازرگانی آن کشورها داده و تجار را جهت تبادل بازرگانی معرفی کنند، اما متأسفانه رایزن های فرهنگی و اقتصادی ما آن چنان فعال نیستند.

رئیس اتحادیه صادرکنندگان فرش تبریز، فرش را اشتغالزایی ترین صنعت با خدمات جانبی روفوگری و قالیشویی و رنگرزی و حمل و نقل دانست و افزود: مسئولان باید فرش را در کانون توجه خود قرار دهند چرا که اگر افت اشتغال باشد، مسائل و آسیب های اجتماعی به بار می آورد که تبعات آن دامن همه را می گیرد.

وی ثبت جهانی روز فرش با نماد "فرش دستباف تبریز" را نشانگر اهمیت و کیفیت بی نظیر فرش تبریز توصیف کرد و گفت: این رویداد بسیار مبارک است و باید سعی کنیم نمایشگاه را در حد بسیار بالایی برگزار کنیم.

رئیس اداره فرش سازمان صمت آذربایجان شرقی نیز با بیان اینکه به اهمیت اشتغالزایی صنعت فرش واقف هستیم و مشکلات این بخش را نیز از نزدیک لمس می کنیم، اظهار داشت: فرش هویت ایران است و در هر کجای دنیا حتی اگر اسم ایران را ندانند، اما فرش ایرانی را به خوبی می شناسند.

ناصر آویشن، صنعت فرش را در اقتصاد خانواده های بی سرپرست و معاش زندگی شأن مؤثر توصیف کرد و گفت: ما هر کجا می رفتیم می دیدیم نمایشگاه فرش برگزار شده است؛ اما با وجود پایتختی جهانی فرش در تبریز، تا کنون نمایشگاه درخور و شایسته ای در این شهر برگزار نشده است.

وی مزایای فرش تبریز را علاوه بر کیفیت و قدمت و اصالت آن، داشتن دانشگاه هنر و دانشکده تخصصی فرش در تبریز ذکر کرد و افزود: به جز تبریز در هیچ کجای ایران دانشکده فرش وجود ندارد؛ چند سال پیش استاندارد وقت به فکر برگزاری نمایشگاه فرش بود که با بی مهری مواجه شد.

آویشن، برگزاری نمایشگاه فرش تبریز را یک رویداد مهم اقتصادی و فرهنگی برای آذربایجان شرقی دانست و گفت: برگزاری این نمایشگاه در وسعت ۱۶ هزار مترمربع کار بزرگی است که با همت همه دستگاه ها روی می دهد.

وی متولیان اصلی صنعت فرش را بازاریان صنف فرش دانست و بر مشارکت شأن در برگزاری باشکوه تر نمایشگاه تأکید کرد.

آویشن با بیان اینکه علاوه بر استان های سراسر کشور، چهار کشور نیز در این نمایشگاه شرکت می کنند، اظهار داشت: بازاریان بدانند این نمایشگاه یک رویداد بزرگی است که برای همیشه ماندگار خواهد بود.

استادیار دانشکده فرش دانشگاه هنر اسلامی تبریز نیز در پاسخ به این سوال که آیا فرش تبریز با داشتن ظرافت و قدمت، برندینگ برایش اتفاق افتاده است یا نه، گفت: فرش تبریز به عنوان برند از دوره اول صفویه مطرح است.

دکتر عبدالله میرزایی، فرش های ایرانی موجود در موزه های بین المللی را نشانه مالکیت فکری و معنوی ایرانیان دانست و اظهار داشت: فرش "شکارگاه تبریز" و "قالی اردبیل" دارای شهرت جهانی است که در موزه های لوور، ویکتوریا و آلبرت لندن نگهداری می شوند.

وی، اولین تجاربین المللی ایران را نیز از تجار تبریزی دانست که در بازار استانبول "سرای والدخان" را دایر کردند و افزود: نمایشگاه ۱۸۷۳ وین و ۱۸۹۱ که اولین نمایشگاه های جهانی فرش است، تجار تبریزی به نمایندگی از کشورمان غرفه داشتند که نشانگر پیشینه قوی فرش تبریز است.

میرزایی با بیان اینکه ما نسبت به پیشینه مان عقب مانده ایم، افزود: برگزاری نمایشگاه ملی فرش در تبریز، منزلت اجتماعی قالیبافان و معیشت آنان را ارتقا می دهد و صنعت آنها را به عنوان هنر و بافندگان را نیز به عنوان هنرمند می شناساند.

وی با بیان اینکه برگزاری نمایشگاه صرفاً محلی برای فروش فرش نبوده بلکه اصل مهم آن ارتقای جایگاه فرش تبریز است، اظهار داشت: حضور غرفه دارانی از سایر استان ها باعث تبادل اندیشه و اشتراک ایده ها و این امر منجر به رونق تجارت فرش می شود.

میرزایی تکرار برگزاری نمایشگاه را شرط تداوم برند فرش تبریز عنوان کرد و گفت: در کنار برگزاری مداوم نمایشگاه باید بلافاصله بعد از اتمام نمایشگاه، نواقص نمایشگاه آسیب شناسی شود تا در دوره های بعدی یک نمایشگاه عالی برگزار شود.

به دنبال برگزاری نمایشگاهی متفاوت و درجه یک هستیم

معاون هماهنگی امور اقتصادی استاندار آذربایجان شرقی در ادامه با بیان اینکه معتقدم بهترین نمایشگاه بین المللی فرش دستباف باید در تبریز برگزار شود، افزود: تبریز به عنوان

پایتخت جهانی فرش، باید بهترین فروشگاه ها و مواد و مصالح فرش را داشته باشد.

جهانگیری، نمایشگاه را محلی برای نشان دادن عقبه فرش تبریز بیان کرد و گفت: در بعد بین المللی هم تبلیغات محدودی کردیم و اگر امسال بتوانیم پایه نمایشگاه را خوب بنا بگذاریم، برای سال های بعد کارنامه خوبی برای بین المللی شدن کسب می کنیم.

وی با بیان اینکه تلاش کرده ایم نمایشگاه متفاوت باشد تا از اکثر استان های کشور در آن حضور یابند، افزود: حدود ۱۶ هزار متر مربع فضا برای نمایشگاه اختصاص یافته و اختصاص سه سالن تا کنون قطعی است.

جهانگیری ادامه داد: تلاش می کنیم برند و آوازه فرش تبریز را در خارج از مرزها نیز گسترش دهیم تا برای ما ارزش افزوده بیاورد تا هم بافنده فرش بهره مند شود و هم برای اقتصاد استان و گردش مالی آن مفید واقع شود.

وی با بیان اینکه موضوعی مثل فرش در تولید و تجارت استان و منطقه اثر مستقیمی دارد، افزود: همه عوامل باید دست در دست هم بدهند تا نمایشگاه در حد بسیار آبرومندانه ای برگزار شود چون علاوه بر اقتصاد، حیثیت اجتماعی و فرهنگی برای استان به بار می آورد.

جهانگیری با دعوت از همه شرکا برای برگزاری هر چه بهتر نمایشگاه، اظهار داشت: باید کار را آن چنان خوب انجام دهیم، که آیندگان نتوانند مانع از برگزاری آن شوند و امیدوارم بتوانیم نشان دهیم که با وجود نخستین بودن نمایشگاه، یک ایده و استراتژی پشت نمایشگاه وجود دارد.

رئیس اتحادیه صادرکنندگان فرش تبریز نیز با بیان اینکه وضعیت اقتصادی بازار چندان مناسب نیست، گفت: مشکل تولید کنندگان فرش قدری هزینه گذاشتن بر روی موضوع فرش است که البته این هزینه نبوده بلکه سرمایه گذاری است.

هریسچیان با بیان اینکه در صنعت فرش ما رقبای بزرگی چون قم و اصفهان را داریم، افزود: برای ارتقای جایگاه فرش پیشنهاد می کنم که روز ملی فرش را همزمان با روز ثبت جهانی تبریز به عنوان قطب فرش دستباف نامگذاری کنند.

وی برقراری ارتباط اتحادیه صادرکنندگان فرش تبریز با دانشگاه هنر را امری مبارک در راستای ارتقای کیفیت فرش تبریز عنوان کرد و گفت: ما باید در جاهایی نمایشگاه فرش دایر کنیم که پولدار هستند اما اطلاعی از فرش ندارند؛ به عنوان مثال برخی کشورهای ثروتمند آفریقایی و یا اسلواکی محل های خوبی برای معرفی فرش تبریز هستند.

رئیس اتحادیه صادرکنندگان فرش تبریز افزود: نمایشگاه ها نباید دولتی باشند بلکه باید توسط افراد صاحب تخصص و تجار حرفه ای برگزار شوند.

آویشن، رئیس اداره فرش سازمان صمت آذربایجان شرقی نیز در مورد حمایت این سازمان از برگزاری نمایشگاه بین المللی گفت: مرکز ملی فرش برای هیچ نمایشگاهی در هیچ استانی دخالت و کمک نمی کند و بودجه مالی ندارد، ولی با این حال در نمایشگاه فرش تبریز با همت وزیر صمت و استاندار آذربایجان شرقی، مرکز ملی فرش هم حمایت می کند.

وی اظهار داشت: برنامه ریزی کرده ایم تا این نمایشگاه تبدیل به برند شود که با راه اندازی سامانه ICF (نمایشگاه بین المللی فرش) به این امر اهتمام کرده ایم.

آویشن گفت: برای برگزاری نمایشگاه رئیس مرکز ملی فرش ایران دو بار به تبریز سفر کردند و از نمایشگاه دو هزار متر مربع فضا برای ایجاد پویون درخواست کرده اند.

وی با بیان اینکه مسئولان دولتی در سطح بسیار بالایی برای برگزاری نمایشگاه همکاری می کنند، افزود: الان نوبت بخش خصوصی است که باید پای کار بیایند.

مدیر گروه فرش دانشکده فرش دانشگاه هنر اسلامی تبریز هم گفت: پیشنهاد می کنم بلافاصله بعد از اتمام نمایشگاه یک جلسه آسیب شناسی برگزار کنیم تا هم گزارشی ارائه شود و هم نواقص احتمالی بعدی رفع شود.

میرزایی ادامه داد: همچنین به منظور برگزاری بهتر نمایشگاه در دوره های بعد، بهتر است از تولید کنندگان و بافندگان برتر نیز تجلیل شود چرا که حمایت از افراد توانمند لوکوموتیوی است که عرصه را برای فرش تبریز باز می کند.

نمایشگاه بین المللی فرش دستباف در تبریز نهم تا سزدهم مرداد ماه امسال در محل دایمی نمایشگاه بین المللی تبریز برگزار می شود.