



ظرفیت‌های نهفته در صنایع دستی آذربایجان شرقی

یازدهمین نمایشگاه ملی صنایع دستی و سومین نمایشگاه بین‌المللی گردشگری تبریز در حالی به کار خود پایان داد که این بار هم همچون گذشته، نقاط مثبت و منفی در رقابتی نزدیک با یکدیگر حکایت از زخم‌ها و مرهم‌ها بر پیکر حوزه هنر داشتند.

به گزارش روابط عمومی اتاق بازرگانی تبریز، به باور اغلب شرکت‌کنندگان و بازدیدکنندگان ثابت این رویداد، یازدهمین دوره نمایشگاه ملی صنایع دستی و سومین دوره نمایشگاه بین‌المللی گردشگری تبریز، شاهد رشد در ابعاد اجرایی و کیفی و البته افت در ابعاد کمی بوده است. هرچند طبق عادت همیشگی، تبلیغات مربوط به نمایشگاه تنها چند روز مانده به برگزاری آغاز شد، اما مهم‌ترین دلیل فروش نسبتاً پایین به باور غرفه داران، انتخاب نامناسب زمان برگزاری نمایشگاه در پایان ماه و عدم توان خرید خانواده‌ها به دلیل پرداخت نشدن حقوق‌ها بوده است.

با این حال، استقبال گرم مردم از نمایشگاه را می‌توان آغاز فصل آشتی و همراهی مردم با هنر دست و مایه دلگرمی برای فعالان حوزه صنایع دستی دانست. شنیدن از افرادی که دهه‌ها از عمر خود را صرف زنده نگاه داشتن بخش ارزشمندی از فرهنگ، تمدن و هنر این خاک کرده‌اند، فرصتی خوبی بود که گردهمایی فعالان صنایع دستی در قالب یازدهمین نمایشگاه صنایع دستی تبریز فراهم کرد.

شنیدن از امیدها تا ترس‌ها، از باورها تا عادت‌ها در کالبد هنر دستان هنرمندان این خاک، اتفاق مبارکی است که به مدد تلاش اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری آذربایجان شرقی روی داد و پس از گذشت سال‌ها توانسته جایگاه ویژه‌ای در تقویم نمایشگاهی کشور به دست آورد.

صنایع دستی آذربایجان شرقی کمتر شناخته شده در ایران

محمدقلی آقایی، تولیدکننده ورنی و صاحب چهار عنوان برتر صنایع دستی در قالب مهر اصالت، از ۲۷ سال تلاشش در این مسیر می‌گوید. به باور وی، ورنی آذربایجان نتوانسته با وجود قدمت و ویژگی‌های خود، جایگاه شایسته‌ای در کشور به دست آورد. او از تحریم‌ها به عنوان چوبی لای چرخ صنایع دستی یاد می‌کند که کمر تولیدکننده را شکسته است. وی می‌افزاید: حمایت‌های داخلی نیز محدود است. نبود سرمایه برای تولیدکننده و نبود توان خرید خانوار، و البته جای خالی فرهنگ سازی، سبب شده تا عرصه برای این هنر صنعت و فعالان آن تنگ شود.

ترکمنستان، مشتری ثابت کلاقه ای اسکو

حائری، از تولیدکنندگان کلاقه ای در شهرستان اسکو، با اشاره به جایگاه تولید کلاقه ای در اشتغال این شهرستان خاطرنشان کرد: با وجود قدمت این هنر، متأسفانه مشتریان زیادی از ایران نداریم. قیمت تمام شده کار بالاست و همین مانع از جذب مشتری داخلی می‌شود. وی افزود: اغلب مشتریان داخلی از اردبیل، شیراز و گنبد کاووس هستند و معمولاً تولیدات ما از مسیر زمینی به گنبد کاووس و از آنجا به ترکمنستان، به عنوان مهم‌ترین مشتری کلاقه ای، ارسال می‌شود.

جای خالی هنرهای اصیل دستی آذربایجان در شهرستان‌ها

وحید حسن پور، از هنرمندان مراغه ای، با انتقاد از تداوم شرایط حاضر در فضای صنایع دستی کشور گفت: حیف است که هنرهای اصیل دست و مختص هر منطقه، با مرگ استادکاران قدیمی به فراموشی سپرده شوند و صنایع دستی محدود به چند عنوان و رشته شود. وی ادامه داد: شما به غرفه شهرستان‌ها نگاه کنید؛ به جز چند مورد، بقیه تنها عرضه کننده هنرهای سایر نواحی کشور هستند، نه هنر اصیل و مختص شهر و منطقه خود! وی با اشاره به قدمت هنر سفال در مراغه گفت: آنچه امروز به عنوان صنایع دستی مراغه در نمایشگاه عرضه می‌شود، هنر شهرهایی مثل اصفهان و کاشان است. حسن پور بر برگزاری دوره‌های توانمندسازی، به ویژه در حوزه بازاریابی دیجیتال برای فعالان صنایع دستی، تأکید کرد و افزود: قلباً معتقدم بازاریابی باید بر عهده دولت باشد یا حداقل با ایجاد شبکه سازی، بخش تولید از دغدغه فروش دور شود. وی گفت: حقیقت این است که هنرمندان بی‌شماری علی‌رغم میل باطنی و عشق به این حوزه، مجبورند برای تأمین هزینه‌های زندگی از این عرصه فاصله بگیرند.

زمان تکیه بر شیوه‌های منسوخ تبلیغات و بازاریابی نیست

مجید سلامت، ۶۵ ساله و دارای نشان درجه یک هنر و استاد نگارگری، معتقد است مطالعه تمدن، فرهنگ و نوع نگرش یک جامعه مستلزم شناخت هنرهای دستی آن جامعه است.

وی با انتقاد از مدیریت غیرتخصصی در کشور، معتقد است تداوم مسیر فعلی در مدیریت فرهنگی، هنری و سیاست‌گذاری‌ها، صنایع دستی را محکوم به فنا می‌کند. وی با اشاره به ظرفیت‌های فضای مجازی مانند اینستاگرام برای معرفی و فروش صنایع دستی گفت: اکنون زمان تکیه بر شیوه‌های سنتی و منسوخ تبلیغات و بازاریابی نیست. مجید سلامت، اعطای وام‌های کم‌ارزش به هنرمندان را حمایت ندانسته و گفت: حمایت واقعی فرصت و فضا دادن به هنرمندان و مسیرگشایی برای تولید و فروش است.

پست چاقوی زنجان غیرقانونی است!

حمیدرضا دادو، چاقوساز زنجانی، به همراه همکارش به نمایندگی از هنرمندان چاقوساز زنجان، میهمان نمایشگاه صنایع دستی تبریز هستند. وی با بیان اینکه بازار چاقو ضعیف است، گفت: باید نگاهمان به چاقو از یک صنعت به یک هنر تبدیل شود. وی با اشاره به مشکلات صادرات چاقو گفت: ما حتی برای فروش داخلی محدودیت داریم و حتی برای ارسال محموله پستی چاقو مشکل داریم، چون این کار ممنوع است.

وی از ساخت ابزارها و دستگاه های ساخت چاقو به شیوه های ابداعی توسط هنرمندان زنجان خبر داد و گفت: سال گذشته سفری به ترکیه و ارتباط با چاقوسازان ترک داشتیم. حال است نگاه کیفیت کارشان، با وجود استفاده از دستگاه های، اهراب، بسا، باین، بد حال، آنکه ما تمام دستگاه های، این، کل، را خودمان طراحی کرده ایم.



همزمانی نمایشگاه گردشگری با نمایشگاه صنایع دستی

سومین نمایشگاه بین المللی گردشگری تبریز هم زمان با یازدهمین نمایشگاه ملی صنایع دستی برگزار شد. بازدیدکنندگان از سالن صنایع دستی کنجاوانه سری به سالن گردشگری هم می زدند. هرچند به گفته شهریار مختاری، قائم مقام مجموعه درمانی ولیعصر، این بخش جذابیتی برای مخاطب عام ندارد و شاید بهتر است که نمایشگاه گردشگری به شکل مجزا و با ایجاد لاین های خدمات و جذابیت های جدید برگزار شود. وی گفت: نمایشگاه صنایع دستی جذابیت ویژه ای به دلیل فروشگاهی بودن دارد و البته وسعت بیشتری دارد که زمان بیشتری از بازدیدکنندگان می گیرد و در مقابل، حوصله ای برای بازدید از نمایشگاه گردشگری نخواهد ماند.

مدیریت دولتی گردشگری، سد راه توسعه این صنعت در ایران

شهریار مختاری که به نمایندگی از مجموعه خود با هدف معرفی ظرفیت های حوزه گردشگری سلامت در این نمایشگاه حضور یافته، معتقد است باید شرایطی فراهم شود تا بازدیدکنندگان و هیئت هایی از سایر کشورها برای نمایشگاه گردشگری حضور یابند. وی اظهار داشت: به شدت نیاز است تا مجموعه های خارجی درگیر شوند و خوب، این رویکرد مستلزم هزینه است که بخش دولتی گردن نمی گیرد. مختاری تأکید کرد: مادامی که مدیریت صنعت گردشگری دولتی باشد و بخش دولتی درآمد کارکنان خود را فارغ از ورود یا خروج گردشگر پرداخت کند، سیاست گذاری و نگاه به حوزه گردشگری با همین فرمان و کیفیت ادامه خواهد داشت و نمی توان بهبود شرایط را متصور بود. ابوالفضل رنجبر، کارشناس گردشگری و میراث فرهنگی منطقه آزاد ارس، با اشاره به تمهیدات صورت گرفته توسط منطقه آزاد ارس برای توسعه راه های ارتباطی و گردشگری گفت: به دنبال جذب سرمایه گذاران با بسته های تشویقی و تخفیفی هستیم. وی فضای نمایشگاه را خوب ارزیابی کرد، ولی از سر و صدای حاکم بر نمایشگاه توسط سیستم های صوتی گلایه مند بود. رنجبر گفت: آن قدر صدا زیاد است و آهنگ ها با صدای بلند پخش می شود که به معنای واقعی صدا به صدا نمی رسد! خسرو موسی زاده، عضو هیئت رئیسه جامعه هتل داران استان اردبیل، معرفی ظرفیت های استان اردبیل در حوزه گردشگری را از اهداف شرکت در سومین نمایشگاه تبریز عنوان کرد. وی از نگاه سلیقه ای به غرفه ها در بحث بازدید مسئولین رده بالا ابراز نارضایتی کرد و افزود: لازم است تا بازنگری در این رویکرد اتفاق بیفتد.



تبلیغات برای گردشگری سرمایه گذاری است، نه هزینه

محمدی، مدیرعامل مجموعه گردشگری و پیست اسکی الوارس مهرگان، از توجه ویژه استان اردبیل به گردشگری چهار فصل خبر داد و گفت: احداث پیست های اسکی با هدف رونق و توسعه ورزش های زمستانی بوده است. امیدواریم با حل مشکلات پیست های اسکی تبریز، این منطقه از ایران بر اساس ظرفیت خود به قطب ورزش های زمستانی تبدیل شود.

محمدی گفت: نباید فراموش کرد که لازمه موفقیت در تمامی حوزه ها، به ویژه گردشگری، تبلیغات است.

وی افزود: تبلیغات نمایشگاه تبریز باید از ماه ها قبل آغاز شود تا گروه های هدف و مراجعه کنندگان بیشتری از سایر استان ها و شهرها امکان حضور داشته باشند. او پیشنهاد کرد که نمایشگاه تبریز به جای اختصاص بیشتر غرفه ها به فعالان این استان، بستر و فضای مناسب و تخفیف های اقامتی برای حضور مجموعه های خارج از استان فراهم کند تا اعتبار بیشتری برای این نمایشگاه به دست آید.

بر اساس این گزارش، نمایشگاه های صنایع دستی و گردشگری به کار خود پایان دادند. امید است که برپایی این رویداد ارزشمند، با توجه به نکته سنجی ها و ظرافت ها، راهی روشن برای تداوم داشته باشد و برگزاری هرچه بهتر و پربارتر آن، نشانگر هنر و دقت مدیران استان در رویدادهای با پسوند ملی و بین المللی باشد.