



نقش "دیپلماسی شهری" در رشد اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی تبریز

استفاده از ظرفیت های دیپلماسی شهری به عنوان موتور محرک گردش اقتصادی یک شهر امری لازم و البته شدنی است که مسئولین اداره یک شهر می توانند از آن استفاده نمایند ولی متأسفانه این روزها وضعیت دیپلماسی شهری در تبریز خوب نیست و به آن توجه کافی نمی شود و در نتیجه گردشگران و سرمایه گذاران آنگونه که باید، در اقتصاد شهرمان حاضر نمی شوند.

به گزارش آران نیوز به نقل از خبرآنلاین - جمهوری اسلامی ایران به عنوان کشوری در حال توسعه، بر اساس اهداف سند راهبردی اقتصاد مقاومتی، نیازمند بهره گیری هرچه بیشتر از ظرفیت های داخلی در عرصه تعاملات اقتصاد بین المللی و دستیابی به جایگاه برتر اقتصادی، علمی و فناوری در سطح منطقه و تاثیرگذار در جهان اسلام است.

این هدف مهم محقق نخواهد شد مگر این که کلیه سازمان ها و نهادهای دولتی و غیردولتی با تسهیل گری و همچنین برنامه ریزی و اجرای دقیق از ظرفیت هایی چون «دیپلماسی اقتصادی» و «دیپلماسی شهری» برای پیشبرد اهداف بلند مدت توسعه اقتصادی، سیاسی و حتی فرهنگی استفاده نمایند.

در جهان امروز که نهادهای دولتی و غیردولتی به عرصه دیپلماسی وارد شده و همه در تلاش هستند تا موقعیت بهتری در اقتصاد جهانی پیدا کنند، دیپلماسی شهری می تواند برای برقراری ارتباط و تبلیغ به منظور عرضه و معرفی محصولات جهت فتح بازارهای بین المللی مورد استفاده قرار گیرد.

امروز جابه جایی کالا، خدمات، مردم، اندیشه ها، سیاست ها و... در جریان فرآیند جهانی شدن اتفاق می افتد و این مساله موجب شده است تمرکز از دولت های مرکزی برداشته شده و شهرداران کلان شهرها بتوانند بازیگر نقش اول این امر مهم، در سایه دیپلماسی شهری بوده و با جذب درآمدهای پایدار برای شهرداری ها، چرخ اقتصاد شهری را نیز تا حدودی در دست داشته باشد.

این روزها در عرصه جهانی، شهرداری ها نقش بسیار مهمی را در قالب ایجاد و توسعه مراکز گردشگری، اقتصادی و اجتماعی بازی می کنند و لازم به یادآوری نیست که مثلا وقتی صحبت از گردشگری در یک شهر می شود در واقع پای اقتصاد، فرهنگ، تاریخ و حتی صنعت آن شهر به میان کشیده می شود.

شهردار یک کلانشهر در جهان امروز به عنوان مهره اصلی دیپلماسی شهری، ناگزیر است نهایت تلاش خود را برای معرفی درست آن شهر و جاذبه های آن کار ببندد و در راه ایجاد، توسعه و حفظ نماد و برندهای به یاد ماندنی شهر برنامه ریزی کند و شهرش را معرض دید و انتخاب توریست ها، سرمایه گذاران و اندیشمندان بین المللی قرار دهد.

افزایش گردش مالی شهرها از طریق تبلیغات گسترده، معرفی جاذبه ها، برگزاری جشن ها، مسابقات، نشست ها، گفتگو های فرهنگی و علمی و... (حتی در شرایطی که کشورها در عملکردهای سیاسی با یکدیگر دچار چالش و درگیری باشند) با استفاده از ظرفیت های دیپلماسی شهری به عنوان موتور محرک گردش اقتصادی یک شهر امری لازم و البته شدنی است که مسئولین شهری می توانند از آن استفاده نمایند.

توسعه مبادلات فرهنگی، تعاملات ملل مختلف، زمینه، اشتغال زایی و جذب درآمد برای ساکنان شهر و به تبع آن رشد اقتصادی از ثمره های دیپلماسی شهری فعال و هدفمند است و به نوعی جای خالی این نوع از دیپلماسی در رفتار و تعاملات مدیران کلان شهری چون شهر تبریز احساس می شود.

در دوره جاری به دلایلی مانند بی توجهی شهرداران قبلی، سوء استفاده و افراط برخی از مدیران در سفرهای خارجی، عدم همراهی اعضای شورای شهر و... حال دیپلماسی شهری در تبریز خوب نیست و به آن توجه کافی نمی شود و مدیران شهر تبریز این روزها به ارتباطات در سطح بین الملل و به ویژه شهرهای خواهرخوانده وارد نمی شوند و در نتیجه بسترسازی ها برای موضوعاتی چون گردشگری و سرمایه گذاری در سالهای گذشته نتیجه بخش نبوده و گردشگران و سرمایه گذاران آن گونه که باید در اقتصاد شهرمان حاضر نمی شوند.

جایگاه تبریز به عنوان یک شهر تاثیرگذار و کهن حاسن توجه است و می بایست این جایگاه و نقش احیاء گردد و با استفاده از ظرفیت های خفته در دیپلماسی شهری فرهنگ، تاریخ، صنعت و ظرفیت های بیشمار شهر اولین ها در سطح منطقه ای و حتی جهانی به سرمایه گذاران و گردشگری بین المللی عرضه شود و موجبات رشد اقتصاد کلانشهر تبریز در اقتصاد جهانی فراهم آید.

ما امروز به عنوان وارثان تبریز کهن، نمی توانیم کلان شهر تبریز را مهد تمدن، شهر اولین چاپخانه، اولین دانشکده فرش، اولین کشاورزی مکانیزه، اولین کارخانه برق، اولین مهمانخانه، اولین خاستگاه خیزش ضد استعماری، اولین مدارس حرفه ای و بازرگانی، نخستین پایتخت جهان تشیع و بسیاری اولین های دیگر معرفی کنیم ولی در قبال اولین نبودن این شهر در دیپلماسی شهری و حتی دیپلماسی اقتصادی سکوت پیشه کنیم.

تبریز مدرن در طول تاریخ از دوران آق قویونلوها و قراقویونلوها، صفویه، قاجاریه و به ویژه پس از جنگ های ایران و روس زودتر از سایر شهرها با پدیده های جدید جهانی مواجه شد و اولین بودن انقلابیون، مذهبی ها، علما، هنرمندان و صنعتگران این شهر گواه این مدعاست.

تبریز شهری است که اهالی نجیبش با کوچک شمردن دشواری های بزرگ قدم پیش گذاشته و هر بار با گشودن راهی نو، صفحه ای جدید در تاریخ ایران ورق زدند و این بار در این برهه از تاریخ توقع آن می رود که در عرصه دیپلماسی شهری و دیپلماسی اقتصادی نیز شهر اولین ها باشد و این یک مطالبه جدی و به حق از مسئولین، اعضای شورای شهر و به ویژه شهردار تبریز است.

ناگفته نماند که اوایل آذرماه امسال ایرج شهین باهر شهردار کلانشهر تبریز و جهانگیرزاده سفیر جمهوری اسلامی ایران در جمهوری آذربایجان در گفتگویی مشترک خواستار برپایی هفته فرهنگی تبریز در باکو برای به نمایش گذاشتن تولیدات مربوط به شهر تبریز در قالب یک بازار سنتی همراه با موضوعاتی چون موسیقی، تئاتر خیابانی، خوشنویسی و صنعت شده بودند که به شرط برگزاری جدی و هدفمند و ایجاد تحول در این حوزه، خبر بسیار مسرت بخشی بود و امیدواریم نتیجه چنین برنامه هایی مانند آنچه که در رویداد "تبریز ۲۰۱۸" مشاهده کردیم نتایج حداقلی نداشته و تنها در توسعه زیرساخت ها خلاصه و تبلیغ نشود.

تبریز فقط مرکز استان آذربایجان شرقی در ۳۸ درجه و ۱۵ دقیقه طول و ۴۶ درجه و ۲۳ دقیقه عرض جغرافیایی نیست، تبریز یکی از قدیمی ترین شهرهای ایران بوده، موسیقی اش دارای اصالت و زیبایی ویژه است. گلیم «شاهسون» اش شاهکار صنعت گلیم است و سفالگری (سفال سفید)، سرامیک سازی، رنگرزی سنتی یا چاپ کلاسه ای، سوزن دوزی یا رودوزی، خراطی، حصیربافی، طراحی سنتی (نگارگری)، صحافی و جلدسازی سنتی، گیوه بافی و چاروق دوزی از دیگر صنایع دستی مردم تبریز است.

صنعتگران تبریز در صنایع غذایی، دارویی و بهداشتی؛ صنایع نساجی و چرم سازی؛ صنایع شیمیایی و سلولزی؛ صنایع کانی غیرفلزی؛ صنایع سنگین، تراکتورسازی، ماشین آلات و تجهیزات و قطعه سازی؛ صنایع خودرو، نیرو محرکه و ریخته گری و صنایع بالادست نفت، فولاد و پتروشیمی حرف ها برای گفتن دارد.

محصولات مزارع و باغ های کشاورزان استان آذربایجان شرقی چون انگور، زردآلو، سیب درختی، سیب زمینی، گردو، بادام، عسل، گوشت قرمز و فراورده های آنها و آجیل چهارمغز،

انواع شیرینی ها، قرابیه، نوقا، راحت الحلقوم، لبنیات، شیرینی کنجدی و شکلات تسبیحی از سوغاتی های این شهر قابل عرضه در عرصه های جهانی است. مدیریت ۱۸۰۰ اثر ثبت ملی و دو اثر ثبت جهانی (بازار سنتی تبریز، بزرگ ترین سازه آجری جهان با ۲۷ هکتار وسعت و کلیساهای آذربایجان)، ۹ اثر صنایع دستی دارای مهر اصالت یونسکو، ۳۵ اثر دارای نشان برتر و ۸۰ رشته صنایع دستی، برند جهانی در فرش دست باف هریس و عنوان جهانی تبریز به عنوان شهر جهانی فرش دستباف در اختیار مدیران تبریزی و استان آذربایجان شرقی است .

شهر تبریز با نزدیکی به چنین ظرفیت های بزرگی، از نظر جغرافیایی نیز در منطقه ویژه ای قرار گرفته است و امکان دسترسی آسان تجار و تولیدکنندگان تبریزی به بازارهای مصرف کشورهای منطقه قفقاز مانند جمهوری آذربایجان، ارمنستان، گرجستان، روسیه و ترکیه و... محیاست و با برخی از شهرهای این کشورها رابطه خواهر خواندگی نیز دارد و سازمانی چون شهرداری تبریز می تواند با استفاده از برقراری روابط دیپلماتیک با همراهی وزارت امور خارجه و سایر سازمان و نهادها، با برپائی نمایشگاه های دائمی در شهرهای مختلف کشورهای فوق الذکر، تسهیل گری سفر برای گردشگران خارجی و بسیاری فعالیت های دیگر در کنار خدمات شهری، در این عرصه از خدمت رسانی نیز قدم های بزرگ و موثری بردارد.

آنچه برشمردیم خلاصه ای از داشته های فرهنگی، اقتصادی، صنعتی، تاریخی و... تبریز کهن بود و معرفی فرصت هایی که با بهره برداری هوشمندانه و نقش آفرینی جهادی و اینتارگرانه مدیران شهری بخصوص در شرایط حساس اقتصادی کشورمان، می توانیم شاهد ورق خوردن برگ درخشان دیگری در تاریخ شهرمان و بخصوص تاریخ معاصر آن باشیم. مرتضی خلیلی