

# تاملی بر بازار مصالح معماری در کرمان

## شهر از مد افتاده؛ منبع کلان سود



رضا ناصری پور

اگر به روندها و جریانات بازار مصالح معماری در کرمان از چند دهه پیش، به این دیده، نظری بیفکنید می‌بینید که چگونه استعمال فراگیر آجرهای سنتی، نابود و با آجرهای ماشینی و سفال جایگزین شد.

سپس آن را رها کردند و به سراغ سنگ پلاک و گرانیت و شیشه‌های سکوریت رفتند. بعد ورق‌های آلومینیوم کامپوزیت مد شد و از مد رفت و جای خود را به ترمو چوب‌های وارداتی و آجرهای نسوز داد و حالا گرایشاتی به همان آجرهای سنتی دهه‌های سی و چهل در حال مد شدن است، در حالی که دیگر آجر سنتی در کارگاه‌های اطراف کرمان تولید نمی‌شود و تبدیل به یک کالای لوکس و گران قیمت شده است.

این برای فرهنگ و اقتصاد معماری که به دلیل ذات ماندگاری خواهد داشت، اساساً باید به دور از هیجانات مد گونه باشد، مخرب است. در این اوضاع ساختمان‌ها باید در مقابل نوع دو فرسایش مقاومت کنند، یکی فرسایش مواد و مصالح و ساختار خود در مقابل عوامل فرساینده طبیعی و دیگری مقاومت در مقابل از مد افتادن. به نمای شعب بانک‌ها دقت کنید که چطور همراه این تغییرات دایمی بازار مصالح معماری تغییر می‌کند. ابتدا سنگی و آجری بودند و نام بانک بر کاشی نوشته شده بود، بعد با سنگ پلاک گرانیت و شیشه‌های سکوریت پوشانده شدند. بعد با آلومینیوم کامپوزیت و شیشه‌های اسپایدر، و حالا هم که دارند مصالح تازه مد شده و بسیار گران را آزمایش می‌کنند و به جای راه انداختن تولید در استان، مادام منابع را صرف تغییر نمای ساختمان‌ها می‌کنند.

به این شکل معماری که باید رفته رفته و در اثر تأثیر عامل بسیار ارزشمند زمان، قیمت پیدا کند و کهن شود و ارزشمند شود، کهنه و از مد افتاده می‌شود و دل صاحبان و رهگذران را می‌زند و اگر اقتصاد اجازه بدهد لایق تخریب و نوسازی می‌شود.

اگر موضوع مسئولیت اجتماعی معماران در این مرز و بوم قدری جدی بود، می‌بایست مفصل به این موضوع اندیشید که چطور بخشی از جماعت معماران که بار عادت‌های نخبگی را هم به صورت تاریخی بر خود احساس می‌کنند، این قدر راحت توسط بازی این بازار به کار گرفته می‌شوند و عملاً تبدیل به آلت دستی برای دو گروه شده‌اند؛ یکی گروهی که در پس این بازار مکاری مواد و مصالح و نمایشگاه‌های پر زرق و برق مصالح نوین، به دنبال سودهای چند صد درصد هستند و دیگری آن‌هایی که پول مازاد دارند و خواهان آن هستند تا مطاع پیش از این غیر قابل خرید و فروش تشخیص و اعتبار اجتماعی را از طریق مصرف نمایشی به دست آورند. وقتی می‌گویند معماران لازم است اقتصاد بدانند، جامعه‌شناسی بدانند و بخوانند، برای در نیافتادن در این دام‌هاست. البته به نظر می‌رسد حتی پس از دانستن؛ گرمی داشتن اخلاق و وظیفه و چشم بستن بر برخی منفعتهای زود گذر شخصی، کاری آسان نباشد.

\* معمار و مدرس دانشگاه

یکی از راه‌هایی که در بازار مسود و مصالح معماری یک منطقه، بتوان سودهای بالا و گاهی عجیب برد، این است که بر خلاف مصالح رایج که توسط کارخانه‌ها و کارگاه‌های محلی و در رقابت شدید تولید و توزیع می‌شود، یک ماده‌ی جدید را تبلیغ و تبدیل به نمادی از برتری و خاص بودن می‌کنند، به گونه‌ای که مصرف آن ماده‌ی جدید احساسی از لوکس بودن و متفاوت بودن را در اشخاص ایجاد کند. به عنوان مثال، در کرمان دهه‌ی ۷۰ نجاری یک پیشه‌ی رایج بود و در هر خیابان و کوچه نجارهایی وجود

داشتند که به خوبی و با مهارتی مناسب کار ساخت مبلمان و لوازم با چوب طبیعی را انجام می‌دادند. این نجارها عموماً در رقابت با هم بودند و مجبور می‌شدند با حداکثر کیفیت و حداقل سود ممکن کار بکنند. بخشی از سرمایه‌ی موجود در بازار که به دنبال سود هنگفت است، مشغول به کار شد و احتمالاً به نمایندگی از شرکت‌های وارد کننده در تهران، یا به صورت مستقل، با معرفی مصالح مصنوعی و سنتزی «ام دی اف» و از طریق ماشین تبلیغات، همه‌ی بازار را معطوف به این مصالح جدید کرد و کاری کرد که همه دوست داشتند به جای میزهای چوب طبیعی لاک‌الکل خورده، بر روی میزهای «ام دی اف» بنویسند و دستشان را زیر چانه بزنند. چون تهیه، توزیع و ساخت این ماده‌ی جدید در ابتدا و برای مدتی انحصاری بود، سودهای هنگفتی را نصیب کسانی کرد که در این بخش سرمایه‌گذاری کرده بودند. رواج ورق‌های «ام دی اف» و تمایل بازار به این ماده‌ی جدید باعث شد رفته رفته کسان بیشتری به بازار تهیه و توزیع آن وارد شوند و این بازار از انحصار خارج و رقابتی شد و مجبور شد با یک سود حداقلی کار بکند. رواج ساخت مبلمان و دکوراسیون با ورق‌های سنتزی «ام دی اف» رفته رفته کسب نجاری و کار با چوب‌های طبیعی را از رونق انداخت و با تعطیلی کارگاه‌های نجاری و تغییر ماهیتشان، عملاً ساخت مبلمان و دکوراسیون با چوب طبیعی که تا پیش از این معمولی و همیشه در دسترس بود، از بین رفت و در کرمان تبدیل به حرفه‌ای نایاب شد. بعد از این که بازار از «ام دی اف» اشباع شد و دیگر سودی نداشت، دوباره سرمایه‌ی به دنبال تولید سودهای کلان، آغاز به تبلیغ یک سری مصالح جدید دیگر کرد و سعی کرد «ام دی اف» را از مد افتاده، خز، جهان سومی، پایین شهری، سطح پایین و زشت معرفی کند.

از طرف دیگر با احیای تمایل به چوب طبیعی و نجاری، این حرفه را که حالا بسیار نادر است، تبدیل به محلی برای کسب سودهای زیاد کند؛ و با نابودی سنت نجاری و فراوری چوب در کرمان و حتی ایران، این بار با واردات از خارج کشور بتواند این سود را تضمین کند. این گونه می‌شود که یک میز ساخته شده از چوب طبیعی که تا یک دهه پیش در هر مدرسه و اداره و خانه و کارگاهی وجود داشت، حالا یک شی لوکس به حساب می‌آید که تنها در اختیار خواص و ممتازان قرار دارد و بسیار گران است.

