تصوير : Delugan Meissl Associated Architects

تصميم جرئ يعكس فلسفة شركة بورشه

متحف بورشه

Porche Museum

بقلم: م. رضا سجيني

المصمم المعماري : Delugan Meissl Associated Architects

مصمم نظام العرض : Hg Mery Architecten

الموقع: مدينة ستوتجارت ، ألمانيا

المساحة: ١٣,٣٣٣م٢

Porche has been manufacturing glamorous and well engineered cars since 1948. From a beginning in downtown Stuttgart, it has moved to its own campus outside the city where all its plants and facilities are-located. This is where the Porche Museum has been built. The design was the wining entry in an architectural competition.

Some 80 cars and many smaller items are exhibited in a boldly designed building that is intended to reflect the company's philosophy of innovation and dynamism. The Unusually shaped building appears to float above ground. Visitors take escalators to reach a wide and multifaceted exhibition area where the architecture is just as exciting as the racy sport cars it contains.

أصبحت منطقة جنوب ألمانيا، وخاصة مدينتي شتوتجارت وميونخ مركزا لنوع جديد من المتاحف. لقد عززت مدينة شتوتجارت موقعها كأحد المراكز الأوروبية الهامة للفنون الجميلة الكلاسيكية والمعاصرة عندما أنشئ المتحف الوطني للفنون (شتات جاليري، جيمس ستيرلنج)، وأصبحت الآن منشأ متاحف شركات السيارات التي تستعرض تاريخ تصنيع السيارات في ألمانيا. وألمانيا بالطبع هي المكان المنطقي لثقافة السيارات ففيها تصنع بعض من أفضل السيارات في العالم.

ثقافة المتاحف، ثقافة السيارات

من الطبيعي في بلد كألمانيا ينتج السيارات بالدقة والجودة والجمال، أن يكون الشعب فخور بهذه الصناعة. الجميع يتابع آخر الموديلات، ليس فقط الشباب، بل أيضا كبار السن وربات البيوت، والجميع أيضا يلم بآخر تطورات الطرق والإمكانيات المتاحة للإنطلاق بدون قيود لتحديد السرعة وإخضاع الماكينة الألمانية للتجربة العملية الحقيقية. وتسخِّر دوائر الدولة كل طاقتها لتوفير الخدمات والتجهيزات من أجل السيارة: طرق مصقولة، لوحات إرشادية بتكنولوجيا متقدمة، مباني مواقف للسيارات مصممة بجودة المتاحف، محطات بنزين راقية. إضافة لذلك، أصبح جزء كبير من السياحة الوافدة لألمانيا يتعلق بثقافة صناعة السيارات: زيارات تنظَّم لمعارض السيارات الدورية لمواكبة آخر الموديلات. و رحلات تقام لإستئجار آخر موديلات السيارات، بتجربتها على طرق الأوتوبان السريعة بالنسبة للشباب (نسبة كبيرة منهم من الدول الخليجية والعربية)، ورحلات تجوال خلال طرق الضواحي والغابات وزيارة القرى الأوروبية المتعددة بالنسبة للعوائل. وبما أن السيارات أصبحت جزء مهماً من الثقافة الشعبية، فإن السيارات هي أكثر شعبية من أي موضوع تاريخي أوفني آخر، رغم ثراء ألمانيا بالمواضيع التاريخية والفنية. أي أن ثقافة السيارات أصبحت جزءاً من الإرث الثقافي الألماني لا يقل أهمية عن الشعر والأدب والموسيقى والفنون المسرحية والفنون الجميلة. لذلك بُنيت متاحف السيارات بفراغات مثيرة مجهزة بأحدث التقنيات لعرض "التحف" مما يجعل تجربة زيارة هذه المتاحف تجربة فريدة من نوعها.

الواجهة الشرقية للمتحف

متحف سيارات بورشه هو الثالث الذي يتم إفتتاحه في الثلاث أعوام الفائتة من قبل مصنعي السيارات الألمانية الشهيرة. في عام ٢٠٠٦ تم إفتتاح متحف مرسيدس-بنز في مدينة شتوتجارت من تصميم المكتب الهولندي يو إن ستوديو (UN Studio) بقيادة المعماري بن فان بركل والمعمارية كارولين بوس، ولقي رواجا وتغطية إعلامية كبيرة. بعد ذلك قامت شركة بي إم دبليو بطرح مسابقة لتصميم متحف لسياراتها في ميونخ وتم إفتتاحه السنة الماضية. وفاز بالمركز الأول في هذه المسابقة المكتب النمساوي كوب هيملبلا

الركن الشرقي للمبنى كما يظهر للمار بالشارع المحاذي للمبنى

صورة علوية للمبنى من جهة الجنوب يبدو المبنى هنا وكأنه طبق طائر حل من السماء

صورة من الركن الجنوبي الغربي ، محطة صغيرة للمترو تظهر فى الواجهة الجنوبية ، وفى الواجهة الغربية يظهر المدخل الرئيسي للمتحف

(COOP HIMMELB(L)AU) بقيادة المعماريين وولف بريكس وهيلموت شوزينسكي. ولكن بداية حركة إنشاء المباني لإيواء هذه التحف الجديدة كانت على يد الشركة الأعرق والأكبر لصناعة السيارات في ألمانيا، شركة فولكسفاجن، وذلك في نهاية التسعينات من القرن الماضي. لقد عمدت إلى تحويل مقرها الرئيسي الكائن في مدينة فولفسبيرج الصغيرة التي تقع في شمال البلاد (علي بعد ساعة جنوب العاصمة برلين) إلى ما يمكن تسميته قرية سيارات (على غرار القرى السياحية). شمل ذلك إعادة تأهيل مصانعها التي تعتبر الأكبر في المانيا، وتطوير الحي الذي تهيمن عليه الشركة والذي يحتل تقريبا نصف حجم المدينة، ويشمل مستودعات ومعارض البيع ومختبرات ومضامير للتجارب. بنت أيضاً متحفاً لسياراتها يضم جزءاً من خط الإنتاج لكي يمكن لزوار المتحف الإطلاع على عملية تصنيع وتركيب السيارات والتعرف على تاريخ وموديلات سيارات الشركة المختلفة.

عمارة الهوية التجارية

تهدف كل هذه الأنشطة المعمارية الى تركيز عمارة الهوية التجارية، أي عدم الإكتفاء بالشعار الثنائي الأبعاد المستخدم في المطبوعات واللوحات والملصقات لإبراز هوية الشركة، بل استخدام المباني أيضاً لتأكيد مبادئ ورؤية الشركة وما تعكسه من ثقافة مهنية وحرفية تنعكس على جودة منتجاتها أو خدماتها. استخدام العمارة لتأكيد الهوية لم يعد يقتصر فقط على الشركات التي تصمم المنتجات (السيارات، المفروشات، الأدوات الصحية، المجوهرات) بل شمل شركات الخدمات (الإتصالات، البريد السريع، المصارف) التي تهتم بتقديم خدمة عملاء عالية الجودة في مبانٍ تعكس توجه الشركة. ومع ذلك يرجع الفضل لبداية هذا التوجه المعماري إلى الشركات المتخصصة في صناعة الأثاث التي استخدمت العمارة لتركيز الهوية التجارية لمصنوعاتها وزيادة قدرتها على تسويق تلك المنتجات. وقد عمدت كثير من الشركات إلى الإستعانة بمكاتب معمارية رائدة لتصميم مبانيها، بعد أن كان اختيار مصمم مباني المصانع والمباني المساندة في آخر أولويات الشركات. ومن أشهر الأمثلة على ذلك ما قامت به شركة المفروشات السويسرية "فيترا" في نهاية الثمانينات من القرن الماضي، عندما خصصت جزء من أراضي المصنع لإنشاء مركز حضري لإستخدام السكان والزوار يحتوي على مباني

يبدو المتحف هنا وكأنه طائر رفع صدره استعداداً للطيران

مختلفة صممها معماريون مشهورون من أمثال فرانك جيري وتاداو أندو وزها حديد وألفارو سيزا. بدأت بمتحف يعرض تصاميم منتجاتها التاريخية قام بتصميمه المعماري الكندي فرانك جيري. أفتتح هذا المعرض عام ١٩٨٩م، وأصبح مقصدا للزيارة أكثر من المعروضات الموجودة بداخله.

ثقافة أم تسويق

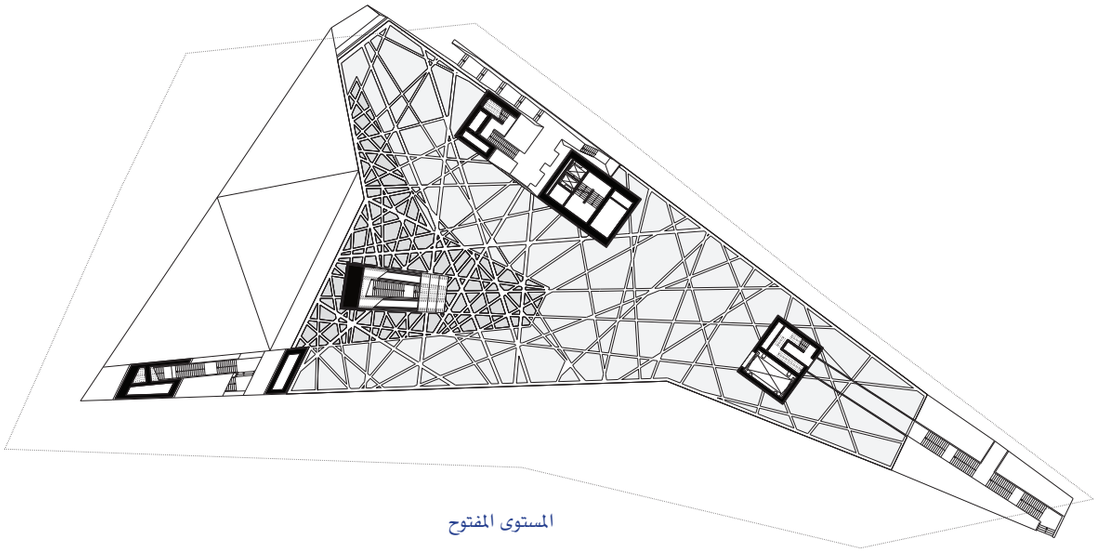
هل حركة انشاء المتاحف هذه نتيجة لإزدياد الإهتمام الشعبي بثقافة السيارات، أم أنها جزء من جهود شركات السيارات لتسويق منتجاتها؟ ليس من السهل الإجابة على هذا السؤال، وربما كان اجتماع احتفاء الناس بالسيارات مع رغبة المنتجين في تسويق منتجاتهم هو "المحرك" الرئيسي وراء هذا الظاهرة. وسواء كان الدافع الإهتمام الشعبي أم جهود التسويق أم الإثنين معاً، تطور الإهتمام بتصميم السيارات وتصنيعها في ألمانيا، وتكونت لجان تحكيمية عديدة لتقييم التصاميم الجديدة على غرار صالونات نقد الفن التشكيلي المعاصر، كما ظهرت مزادات لبيع أمثلة ونماذج كلاسيكية من انتاج المصممين الأوائل من رواد مدرسة الباوهاوس والآرت نوفو. كما زاد الاهتمام ببناء المتاحف لمختلف المنتجات، خصوصا تلك التي يصممها مصممون معروفون. ونتج عن ازدياد حركة بناء هذه المتاحف تنامي الإهتمام بنظم عرض محتويات المتاحف وطرزها وتقنياتها. وقد برزت عدة مكاتب ألمانية متخصصة في هذا المجال منها مكتب اتيليه بروكنر الذي صمم نظم العرض في متحف بي ام دبليو في ميونيخ، ومكتب ايه جي مرز الذي صمم أنظمة العرض في متحفي مرسيدس بنز وبورشه في شتوتجارت.

متحف سيارات بورشه

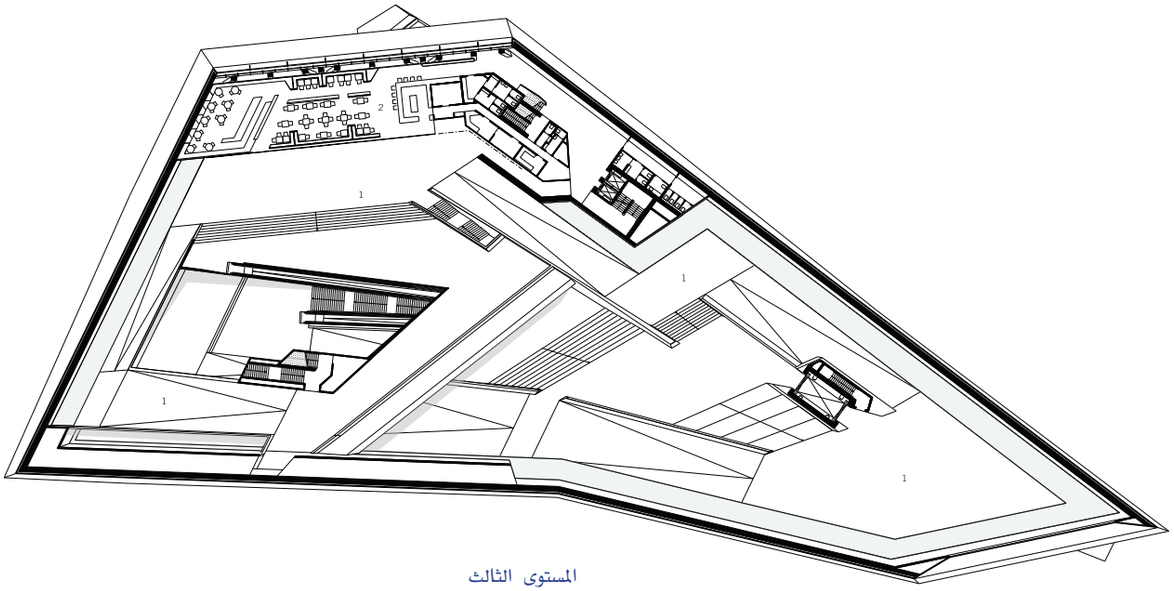
في عام ٢٠٠٤م قامت الشركة بتنظيم مسابقة معمارية عالمية، وقد فاز بالمركز الأول المكتب النمساوي ديلوغان-مايزل. ويجدر بالملاحظة أن جميع المكاتب المعمارية التي صممت متاحف شركات السيارات الألمانية مؤخرا هي مكاتب غير ألمانية. وقد يعود ذلك لرغبة شركات السيارات في الحصول على تصاميم خارقة للمألوف، تكون عاملاً أساسياً في جذب الزوار.

زوايا المتحف الحادة والكتلة الطافية لصالات العرض تظهر بوضوح في هذه الصورة المأخوذة من الجهة الشمالية الشرقية

الواجهة الشمالية للمتحف المطلة على دوار المرور ، تُظهر ركيزتين من الركائز الثلاث التى تسند الكتلة العلوية من المتحف حيث توجد فراغات العرض

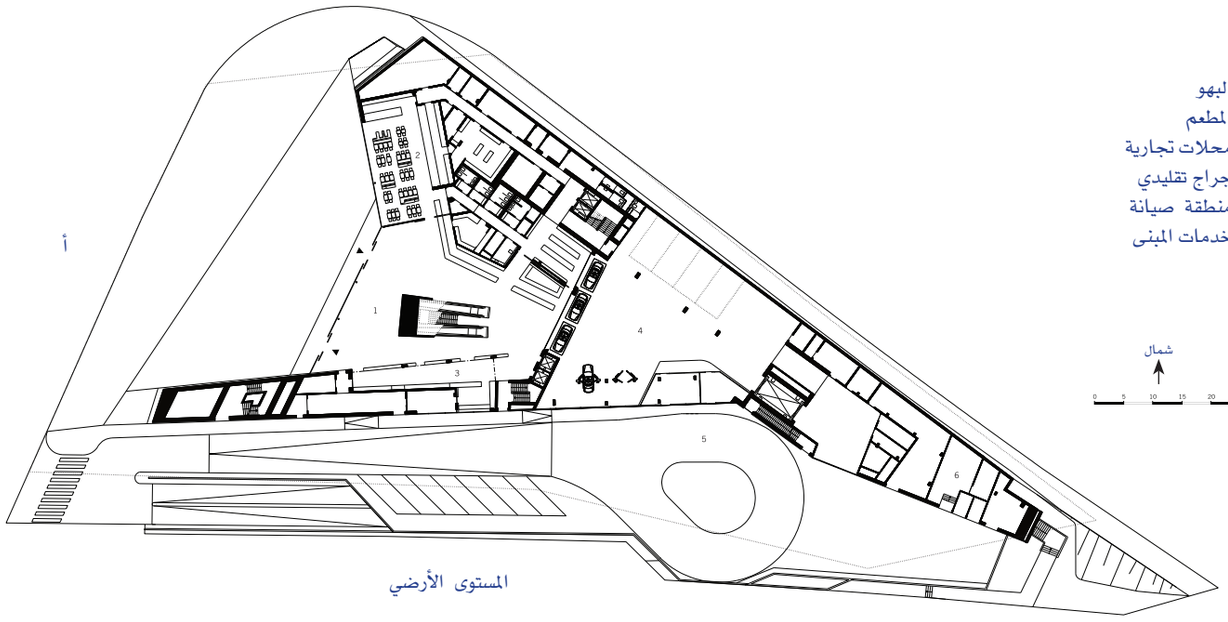


المستوى المفتوح



1 - مناطق عرض
2 - المطعم

المستوى الثالث



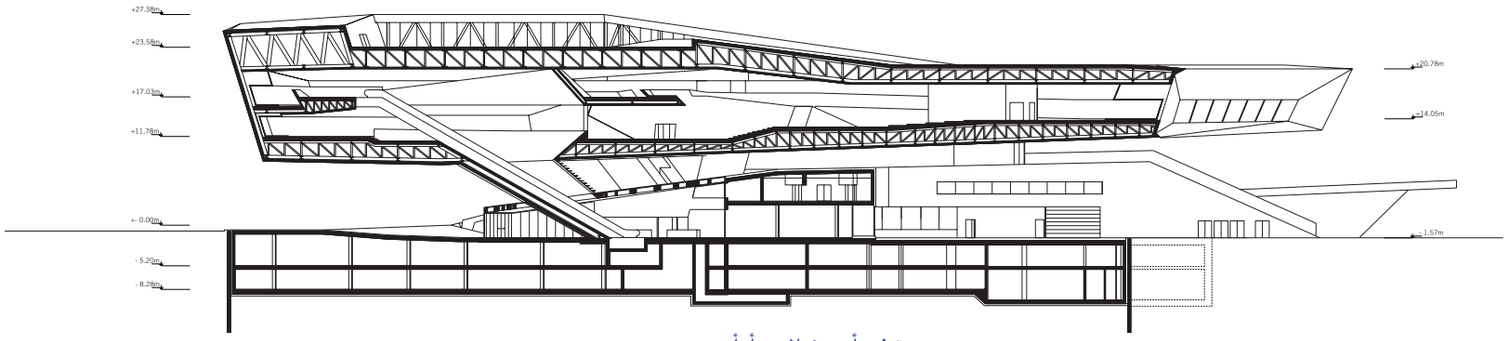
1 - البهو
2 - المطعم
3 - محلات تجارية
4 - جراج تقليدي
5 - منطقة صيانة
6 - خدمات المبنى

شمال

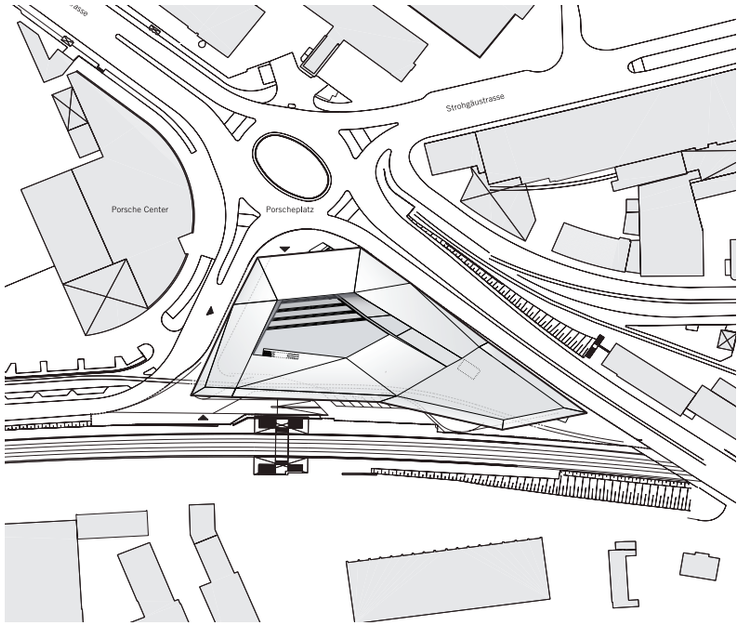
المستوى الأرضي

أ

أ



مقطع رأسي في المبني أ-أ



الموقع العام

تصوير رضا سجيني

البهو الرئيسي . كاونتر التذاكر إلى اليمين ، وفي الوسط السلالم التي تأخذ الزوار إلى كتلة المبني العلوية ''الطافية'' حيث توجد فراغات العرض. من هذا البهو يستطيع الزئر رؤية السطح السفلي للكتلة الطافية المكسورة بالكروم

حي بورشه والموقع

عندما قمت بزيارة المبنى، كان لدي خياران، إما الذهاب للمتحف بالسيارة (لم تكن بورشه) إلى المدخل الرئيسي للمتحف، أو إستخدام قطار المترو. وبالطبع آثرت الخيار الثاني. وكانت المفاجأة أنني عندما خرجت من محطة المترو وجدت المتحف يواجهني مباشرة، ولأن المبنى أفقي التكوين، لا توجد فرصة لرؤيته عن بعد. والمعتاد أن يكون هناك تدرج في حضور المبنى، كأن تكون هناك ساحة عامة أمام المبنى الرئيسي، أو أن تكون هناك حديقة تحتل جزءاً من الموقع. ولكن يبدو أن وجود الموقع في وسط منطقة مصانع بورشه الرئيسية أدى إلى التعامل مع المبنى الجديد بأسلوب عملي على أنه مبنى يؤدي وظيفة محددة في منظومة الشركة، وكأنه جزء من خط الإنتاج الكلي، الذي يشمل التصنيع، الأبحاث، والتسويق، والصيانة، وخدمات ما بعد البيع.

مبنى أم مشروع فني؟

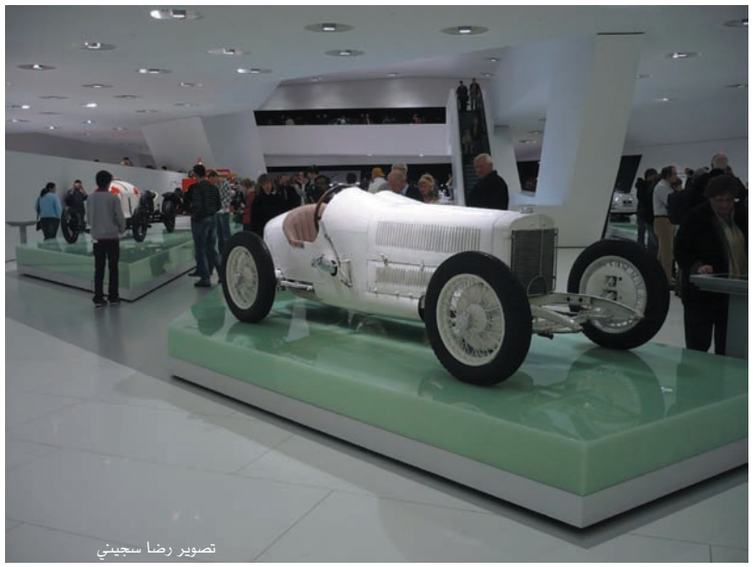
عند الوصول لأول مرة لا تملك إلا أن تتساءل إن كانت الكتلة البيضاء المصمتة المعلقة في الهواء أمامك جزءاً من مجسم فني ضخم أم عمل من إنتاج الخيال الجامح كالذي يوضع في الحدائق التي تحوي أعمالاً فنية وتعتبر متحفاً في الهواء الطلق، مثل حديقة ''لا فيليت'' في باريس التي قام

تصوير رضا سجيني

تداخل مستويات العرض يبدو واضحاً فى هذه الصورة

تصوير : Delugan Meissl Associated Architects

فراغات العرض تتداخل مع بعضها


تصوير رضا سجيني

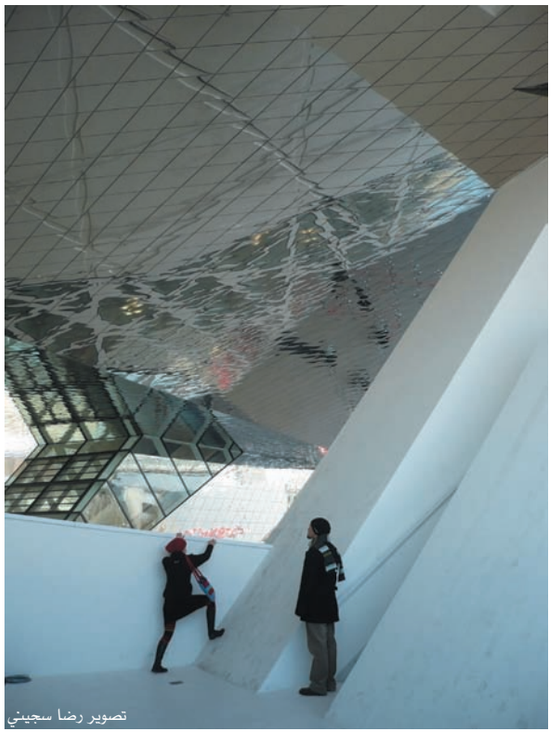
بعض معروضات المتحف من السيارات القديمة

بتصميم قطعها المعماري السويسري بيرنار شومي. المبنى بحق مدعاة للتأمل. أنه مبنى يقلب تعريف الفراغات المعمارية رأساً على عقب ليصبح رمزاً أو إيقونه أكثر منه مبنى. وبذلك يكون المصمم قد نجح في تحقيق أحد الأهداف الرئيسية للمبنى كما كان موضحاً في وثيقة المسابقة المعمارية. الهيكل الحديدي المضلع شبه المنحرف مغطى بكساء أبيض ويطفو فوق ثلاثة دعامات مائلة من الخرسانة تحوي بعضها مسارات الحركة العمودية من سلالم متحركة ودرج. ولتضخيم هذا التأثير كُسي السطح السفلي للمضلع الأبيض بكساء لامع جداً من معدن الكروم، مكون من ألواح ذات شكل المعين، تجعل المبنى يختفي للمار من تحته. وهذا التأثير "المنطادي" لم يحقق إلا بفضل تصميم إنشائي متطور للهيكل الحديدي والذي هو أحد أهم مميزات هذا المبنى.

جنة السيارات

يطفو المبنى الرئيسي فوق قاعدة شبه مدفونة في الأرض، مكونة من دور واحد يحوي بهو الإستقبال الرئيسي. من المدخل الرئيسي في الكتلة السفلية ينتقل الزائر إلى منطقة البهو الرئيسي حيث توجد كاونترات التذاكر والإستعلامات والخدمات الأخرى اللازمة للزوار. سقف الفراغ المغطى بألواح زجاجية مثلثة تمكن الزوار من رؤية كتلة المعارض العلوية المعلقة بالأعلى. والملفت أيضا في الدور الأرضي هو وجود ورشة صيانة للسيارات تمكِّن الزوار من مراقبة أعمال صيانة حقيقية لسيارات الشركة من خلال جدار زجاجي شرق المدخل. في وسط البهو توجد السلالم المتحركة الرئيسية التي تؤدي للكتلة العلوية من خلال أنبوب كُسيت أجزاء منه بالزجاج لتسمح برؤية بعض أجزاء المتحف الخارجية. أنابيب الحركة هذه تشبه تلك الموجودة فى مركز بومبيدرو في باريس والرحلة العمودية الطويلة تشبه عملية عروج إلى السحاب المجهول (كما يصور في الأفلام عندما يحلم البطل أنه يطير خلال السحب)، للوصول إلى "جنة السيارات الموعودة"، عالم آخر حالم ناصع البياض يحتاج الزائر فيه لبعض الوقت لتعديل مجال الرؤية لعينيه.

يجد الزائر نفسه وسط سحابة بيضاء مرصَّعة بجواهر ملونة، فجميع أسطح صالات العرض بما فيها الأرضيات والجدران المائلة والأسقف مغطاة بنفس اللون الأبيض: طلاء متماسك مصنوع من الريزين (Resin) للجدران، وخليط من معجون صخري متماسك للأرضيات. وفي هذا النوع من العمارة المعاصرة دمج لعناصر العمارة التقليدية من جدران وأسقف وأرضيات، وإعادة تكوين في فراغي هلامي يحتوي الزائر من كل الجهات كأنه بداخل كائن حي. وربما أراد المصممون بذلك إظهار ديناميكية المعروضات وذلك بتوفير فراغات غير ثابتة، في حالة تدفق مستمر. أول ما يستقبل الزائر عندما يصل في وسط السحابة المعلقة هو هيكل أول سيارة قام بتصميمها السيد فيردناند بورشه، الذي أسس الشركة، عام ١٩٣٩. بعد ذلك يأخذك مسار واحد شبه حلزوني يتدرج من المستوى الأسفل إلى المستوى الأعلى عبر الفراغات المختلفة لصالات العرض، المفتوحة على بعضها البعض، والتي ترتبط عن طريق سلسلة من السلالم القصيرة والمنحدرات الضحلة. هذه الصالات التي تبلغ مساحتها ٥٦٠٠ متر مربع، يخصَّص كل جزء منها لتغطية خاصية من خواص سيارات بورشه، أو لحظات في التاريخ كان لسيارات بورشة بصمة لا تنسى، وتحوي نحو ثمانين سيارة إضافة إلى معروضات أخرى. وقد نجح مصممو نظام العرض، مكتب أيه جي ميرتز في توفير أسلوب عرض بسيط وغير معقد يركز على جمال المعروضات نفسها بوضعها وسط فراغ إنسيابي محايد بألوانه وإضاءته. وتخرج من نفس الجدران في مناطق مختلفة مقاعد للراحة أو درابزينات السلالم مغطاة من نفس المادة وكأنها منحوتة منها.



زائران يستمتعان بالفراغ الخارجي بين كتلة البهو وكتلة العرض

فرصة غير مستغلة

وخلال تجوالك في الخارج حول المبنى بحثا عن المدخل الرئيسي، لا تلبث أن تلاحظ كيف أن المصمم المعماري فوَّت فرصة استغلال سطح القاعدة السفلية للمبنى ليكون ساحة عامة يمكن الإستفادة منها لإقامات النشاطات المفتوحة المختلفة. فالمنطقة مغطاة، تحميها كتلة المبنى الرئيسي الموجودة فوقها من المطر والشمس، ويمكن ان تكون مسطحات مناسبة جدا لإلتقاء الزوار، سواءا قبل أو بعد زيارتهم المتحف، أو تناول الوجبات الخفيفة وما إلى ذلك. وبهذا يتم وتفعيل دور المتحف كمكان الإلتقاء وساحة عامة ، على غرار مبنى دار الأوبرا في مدينة أوسلو بالنرويج (تصميم مكتب سنوهيتا، عمران ٢٧)، خاصة أن المبنى يقع في منطقة صناعية بحتة لا يوجد في شوارعها وطرقاتها نشاط إنساني ملموس. إضافة إلى صالات العرض الرئيسية يوفر المتحف صالات لإقامة الندوات والمؤتمرات في الدور العلوي وذلك لتنشيط حركة الفعاليات في المنطقة وزيادة عدد الزوار إليها. بتصميمه الخارجي المثير، وفراغاته الداخلية المتشابكة ومحتوياته من السيارات الثمينة، أصبح هذا المبنى مزاراً ومقصداً للمغرمين بالسيارات، يقطعون "الفيافي" للوصول إليه وإرضاء شغفهم بالآلة المتحركة، كما اصبح ايضا احد المعالم المعمارية الحديثة في مدينةستتوجارت يجذب هواة فن العمارة والجمهور بصفة عامة.

فراغات العرض متصلة ببعضها لكن تميزها الفروق في المستويات وبعض الفواصل المنخفضة

أحد السلالم العريضة التى تفصل بين مستويات فراغات العرض فصلاً "لينا" غير حاد

موديلات مختلفة من سيارات بورش ومحركاتها فى المعرض