رسانه و سینما

کالبدشکافی گوگل ۱۶
گفت‌وگو با سیروس ملکوتی ۱۷

ادبیات و کتاب

لوموند سندی در دست مردم ۱۸
تئاتر در میزگرد ایرانی ۱۹

حکمت و اندیشه

ره یافتن به سوسیالیسم ۲۰
مکان را دریابید ۲۱

تاریخ مشروطه

حکومت نظامی عین‌الدوله ۲۲

ایده از پول مهمتر است

درباره معماری استادیوم جام جهانی، مونیخ، آلمان

با وجود آنکه موفقیت یک استادیوم با عملکرد صحیح و استاندارد فعالیت‌های موجود در آن در ارتباط است، اما ارزش اصلی یک ورزشگاه به کیفیت مطلوب محل استقرار تماشاگران و دید آنها به زمین وابسته است. ورزشگاه آلیانس آره‌نا در مونیخ نقطه عطفی در زمینه طراحی استادیوم‌های فوتبال به حساب می‌آید. این ورزشگاه در ماه مه سال ۲۰۰۵ میلادی افتتاح شد و جایگزین ورزشگاه قدیمی المپیک شهر مونیخ شد. در این استادیوم بازی‌های تیم‌های بایرن مونیخ و مونیخ ۱۸۶۰ برگزار می‌شود.

از میان مراسم مهمی که برای برگزاری در این استادیوم برنامه‌ریزی شده‌اند می‌توان به مراسم افتتاحیه جام جهانی ۲۰۰۶ آلمان اشاره کرد. همچنین در طول مسابقات جام جهانی ۵ دیدار در این ورزشگاه برگزار می‌شود که از جمله آنها یکی از دیدارهای مرحله نیمه پایانی است که در تاریخ ۵ جولای برگزار خواهد شد.

برای طراحی این استادیوم در سال ۲۰۰۱ مسابقه معماری با همکاری دو باشگاه بایرن مونیخ و مونیخ ۱۸۶۰ و با نظارت شورای شهر مونیخ برگزار شد. از میان معماران سرشناسی مانند نورمن فاستر، گرکان، مورفی کان و اسینسمن که در این مسابقه شرکت کرده بودند، معماران هرزوگ و دمورن با همکاری آروپ اسپورت توانستند مقام اول را به خود اختصاص دهند.

آروپ اسپورت در مراحل طراحی و شرکت در مسابقه مسئولیت داشت تا در راستای طراحی سازه‌ای این مجموعه اطلاعات لازم برای طراحی مناسب محل استقرار تماشاگران را در اختیار طراحان قرار دهد. همچنین آروپ اسپورت مسئولیت بررسی و تایید پلان‌های ارائه شده در مسابقه به‌خصوص در مورد محل قرارگیری تماشاگران نسبت به زمین را بر عهده داشت.

موضوع مسابقه طراحی استادیوم فوتبال با گنجایش ۶۶هزار نفر تماشاچی با سقفی قابل باز و بسته شدن بود. در همان مراحل اولیه این نکته مشهود بود که بودجه در نظر گرفته شده برای احداث این استادیوم برای ساخت چنین سقفی کافی نیست و به همین دلیل تیم طراحی تصمیم گرفت تا با ارائه طرحی جذاب و منحصر به فرد و ایجاد تاثیر بصری قابل توجه نقصان ناشی از حذف سقف متحرک را برطرف کند. اما در میان هشت طرح مرحله نهایی تنها در یکی از آنها به این نکته توجه شده بود.

تاثیرگذارترین و قابل توجه‌ترین نکته در مورد این استادیوم مربوط به نمای بیرونی آن است. این نما از جنس PTFE ساخته شده است که ترکیبی از پلیمرهای اتیلن و تترافلوروواتیلن است و می‌تواند نور را از درون خود عبور دهد. به این ترتیب رنگ نمای بیرونی آبی یا قرمز شده و نشان‌دهنده آن است که کدامیک از دو تیم این شهر در استادیوم در حال انجام مسابقه هستند.

این ایده ساده اما جالب توانسته است تا این استادیوم را به راحتی برای بینندگان قابل درک کند. طرح این بنا به صورت کاسه است و لایه بیرونی نما به شکل سبدی بافته شده از تیرهای فلزی است که بالش‌هایی از جنس PTFE مانند قطعات الماس در میان آنها قرار گرفته‌اند. مراجعه‌کنندگان با نزدیک شدن به استادیوم ورزشگاهی نورانی را خواهند دید که به تدریج از افق ظاهر شده و از زمین بیرون می‌آید.

برنده مسابقه در ماه فوریه سال ۲۰۰۲ مشخص شد و بنا بر آن بود تا عملیات ساخت بنا در ماه اکتبر همان سال آغاز شود. با توجه به محدودیت بسیار شدید زمانی که برای طراحی و آماده‌سازی نقشه‌ها برای اجرا وجود داشت، آروپ اسپورت و تیم طراحی تصمیم گرفتند تا گروهی مشترک تشکیل دهند تا در آن کارشناسان طراحی و کارشناسان آروپ با یکدیگر تبادل نظر کرده و به این ترتیب به سرعت اطلاعات را به یکدیگر منتقل نمایند و به راه‌حل‌های سریع‌تر دست پیدا کنند.

آروپ اسپورت با ارائه پیشنهادی برای قرارگیری تماشاچیان در سه طبقه این امکان را فراهم آورد تا بینندگان تا حد امکان به زمین بازی نزدیک شوند. در عین حال نکات ایمنی و اورژانس نیز مورد توجه قرار گرفت به شکلی که عرض راه‌های امدادی اطراف زمین به میزان کافی در نظر گرفته شده است و تعداد پله‌های فرار و درهای تخلیه اضطراری به اندازه‌ای تعبیه شده تا در موارد اورژانسی و یا وقوع حوادث خروج تماشاچیان از استادیوم با بیشترین سرعت و کمترین ازدحام ممکن صورت گیرد.

در محاسبه ارتفاع سکوهای ورزشگاه برای قرارگیری تماشاچیان نیز میزان ارتفاع لازم جهت دستیابی به زاویه دید مطلوب در نظر گرفته شده است به صورتی که هر ردیف صندلی نسبت به ردیف پایین‌تر از خود به حدی ارتفاع دارد که تماشاچی ردیف جلو دید ردیف بالاتر از خود را مسدود نکند. به این ترتیب سطح داخلی استادیوم دارای مقطعی منحنی و نرم است که صندلی‌ها روی آن قرار گرفته‌اند. به‌علاوه در نقاطی از گوشه‌های ورزشگاه نیز امکان آن فراهم شده تا تماشاگران بتوانند به صورت ایستاده یا نشسته بازی را تماشا کنند بدون آنکه دید یکدیگر را محدود کنند، تماشای بازی به صورت ایستاده کماکان در استادیوم‌های آلمان امری متداول است.

برای ورود به داخل استادیوم مسیری طراحی شده که دورتادور آن را دربرگرفته است. به کمک این مسیر می‌توان پس از طی مسافت کوتاهی به داخل ورزشگاه رسید و به طبقه اول و دوم تماشاچیان راه یافت، اما برای دسترسی به طبقه سوم تنها راه استفاده از ۱۵ سری پله‌ای است که زیر نمای اصلی قرار گرفته‌اند. برای فضاهای ویژه و محل قرارگیری خبرنگاران نیز دسترسی‌های اختصاصی طراحی شده است.

در این استادیوم علاوه بر سکوهای تماشاگران ۱۶هزار مترمربع فضای سرپوشیده ایجاد شده است. این فضاها در هفت طبقه قرار گرفته‌اند. طبقه E0 که مخصوص فضای رختکن تیم‌ها و اتاق استراحت بازیکنان است همچنین در این طبقه قسمتی برای خبرنگاران و دسترسی اتوبوس‌ها به پارکینگ در نظر گرفته شده است. طبقه E1، در این طبقه پارکینگی با ظرفیت ۱۱۰۰ خودرو برای افراد خاص و شخصیت‌ها ایجاد شده است. طبقه E2 هم ارتفاع با سطح زمین است و مسیر اصلی دسترسی به صندلی‌های طبقه اول و دوم تماشاگران بوده و از این مسیر ۴۴هزار نفر وارد استادیوم می‌شوند. سرویس‌های بهداشتی نیز در این سطح قرار دارند. رستوران‌ها، فروشگاه‌ها و تالار اجتماعات در طبقه E3 قرار گرفته، در طبقه E4 باشگاه تجاری و در طبقه E5 فضای ویژه شخصیت‌ها طراحی شده است. در طبقه E6 دسترسی به طبقه سوم تماشاگران در نظر گرفته شده و در نهایت طبقه E7 نیز فضاهای خدماتی و اتاق‌های تاسیسات دستگاه‌های تهویه مطبوع را در خود جای داده است.

کپسولی به نام استادیوم مونیخ

استادیوم شیشه‌ای مونیخ با تابش نور به مثابه منشوری رفتار می‌کند و به طرزی جادویی حس تلألو نور را در شما پدید می‌آورد.

تیم بایرن مونیخ موفق‌ترین باشگاه فوتبال آلمان، استادیوم مونیخ را تاسیس کرد. این استادیوم ۶۶هزار نفری سال گذشته در روزهای ۳۰ و ۳۱ مه با بازی این تیم آلمانی در برابر بوروسیا مونشن گلادباخ افتتاح شد.

اولین گل بوندس‌لیگا در این زمین جدید توسط «اون هارگریوس» بازیکن انگلیسی تیم بایرن به ثمر رسید. بازی در استادیوم مونیخ به سود میزبان و با نتیجه ۳ بر صفر به پایان رسید.

در سال ۲۰۰۲ نظرسنجی‌هایی انجام شد که طی آن ۶۵/۸ درصد از افراد شرکت‌کننده در آن از ساخت استادیوم محلی فوتبال در مونیخ استقبال کردند.

طرح ابتدایی این استادیوم از سوی «هرزوگ» و «مورن» معماران سوئیسی در سال ۲۰۰۲ ارائه و در همان سال آغاز شد. رئیس اجرایی این پروژه در اکتبر ۲۰۰۲ به طور نمادین اولین سنگ بنای این استادیوم هفت طبقه را گذاشت. در آوریل سال ۲۰۰۵ استادیوم مونیخ با حجمی برابر ۱۲۰هزار مترمکعب به پایان رسید. در این استادیوم کپسولی چیزی حدود ۲۰هزار تن فولاد به کار رفته است. معماری جالب این استادیوم و شکل کپسول‌مانند ویژه آن موجب شده تا این ورزشگاه تبدیل به یکی از جاذبه‌های گردشگری مونیخ شود. هر ساله ۵ میلیون نفر به این ورزشگاه می‌آیند تا از امکانات ورزشی و گردشگری آن استفاده کنند و شاهد برنامه‌های فرهنگی - هنری که اغلب در این ورزشگاه اجرا می‌شود باشند. این برنامه‌ها شامل اجرای موسیقی زنده، نمایشگاه‌ها و گالری‌های نقاشان مشهور آلمان است.

سعی شده تا آنجا که ممکن است در انتخاب زمین این استادیوم هم دقت شود. مترو از جمله مهمترین فاکتورها برای رفت و آمد به حساب می‌آید که در درجه اول به آن توجه شده است.

برای این استادیوم عظیم امکانات فوق‌العاده‌ای هم در نظر گرفته‌اند. نخست جنس دیواره خارجی کپسول از اتیلن تترافلوئوروواتیلن (ETFE) است که علاوه بر استحکام بالا مقاومت زیادی در برابر گرما دارد. این کوپلیمر محکم، حرارتی معادل ۱۷۷ درجه سانتیگراد را تحمل می‌کند.

استقامت شیمیایی، مشخصه‌های الکتریکی، تحمل فشار تا ۳۵۰ پاسکال و دوام در برابر تغییرات جوی این پلیمر را اولین گزینه انتخابی معماران قرار داده است. کارشناسان امر توانسته‌اند با ایجاد جلوه‌های ویژه و انعکاس نورهای رنگی چهره‌ای چندین برابر زیبا به این استادیوم بدهند.

آخرین ردیف این استادیوم با شیب ۳۴ درجه‌ای خود بهترین نما از بازی را به شما می‌دهد.

پارکینگ استادیوم مونیخ که در زیرزمین استادیوم ساخته شده است با ظرفیت پارک ده‌هزار خودرو بزرگترین پارکینگ اروپا محسوب می‌شود.

در ماه مارس ۲۰۰۴ فیفا استادیوم مونیخ را به عنوان محل برگزاری اولین بازی جام جهانی ۲۰۰۶ انتخاب کرد. بازی افتتاحیه در حضور اعضای کنگره فیفا در استادیوم آغاز خواهد شد. استادیوم مونیخ علاوه بر بازی افتتاحیه و یکی از بازی‌های نیمه‌نهایی میزبان ۴ بازی دیگر هم خواهد بود.

منبع: خبرگزاری میراث فرهنگی

تکه‌های تجسمی

از هنر نقاب‌ها تا هنر فوتبال

ایرج اسماعیل پور قوچانی

امروزه فوتبال انبوهی از مفاهیم قومی را از خلال اشکال کارناوالی و هنری خود نفوذ می‌دهد.

یکی از این ویژگی‌های سمبلیستی که به منظور تاکید هواداران بر هویت ملی انجام می‌شود نگارین کردن صورت‌ها در مسابقات جام جهانی است: نوعی از «بادی آرت» (body art) و یک ترفند موثر گرافیکی که به واسطه آن «خود»، «ما» می‌شود تا در برابر «دیگری» قد علم کند. این هنر در کنار رایت‌ها و پرچم‌ها و یونیفورم‌ها و نشانه‌ها و شناسه‌های دیگر این بازی هیجان‌انگیز، صورت تماشاچی را از فردیت شناسنامه‌ای آزارنده «خود» خلاصی می‌بخشد تا برای لحظاتی بتواند لذت در جمع بودن را تجربه کند. به واسطه یک لایه نازک رنگ، چهره، رایَتِ «ما» می‌شود تا برای حداقل ۹۰ دقیقه «خود» را در زیر این ضخامت چند میکرونی، از خود بی‌خود کند.

نیروانا در استادیوم: در یکی از تمرینات بودایی از شاگرد خواسته می‌شود تا خود را میان تهی تصور کند و تن را یک لایه نازک پوست که تنها میان درون و برون فاصله انداخته است. در لحظه‌ای که این تصور در ذهن شاگرد کامل می‌شود، وی به نوع دیگری از تجربه خود، دست می‌یابد: نیروانا. در مسابقات فوتبال نیز تماشاچی با تهی شدن در زیر یک لایه نازک رنگ، خود را در حد یک رایت به نمایش می‌گذارد تا این فرصت را به خود بدهد تا با دیگر هواداران بیامیزد و دیگر نباشد. بنابراین هیچ بعید نیست که تماشاچیان فوتبال در تمام این سالیان که پرداختن به موضوع فوتبال برای محققان علوم اجتماعی موضوعی پیش‌پا افتاده به حساب می‌آمده است از یک تجربه پاپ بودیستی کیف می‌کرده‌اند. استفاده از مفاهیم بودایی در این مثال تنها برای تاکید کردن بر خصیصه «از خود به درآوری» فوتبال و نفی صورت و هویت فردی در آن، به نفع شناسایی مجدد خود به مثابه یک هویت بزرگتر به کار رفته است.

از ارگ تا شیپور: فوتبال امروزی که در گذشته اروپایی خود یک مراسم پیشواز مذهبی در ایام قدسی ما بین ششم ژانویه یا عید اپیفانی (بشارت مجوسان به ظهور حضرت مسیح) و چهارشنبه خاکستر بوده است، امروزه مبدل به کیشی خودآیین شده است.

ادامه در صفحه ۱۹