

**שוק תלפיות בשכונת הדר הכרמל בחיפה –
פרוגרמה להפקת "מציאות רצויה" במבנה השוק ובמרחב שסביבו
גיא שחר**

שוק תלפיות החל כמבנה שתוכנן על ידי האדריכל משה גרסטל ונפתח בשנת 1940 לרווחת תושבי הדר הכרמל. במשך השנים, עם התדרדרותה של שכונת הדר הכרמל, המבנה נזנח משימושו, והמסחר בשוק, שעיקרו מוצרי מזון, ירד לקומת המרתף של הבניין ויצא לרחובות הסמוכים. רחובות אלה, בהם סירקין, לונץ ויחיאל, מכילים מארג מופלא של סגנונות בניה האופייניים למיקום השוק – בתפר בין חיפה הערבית לחיפה היהודית של אז. אלה משמשים כבמה לקלידוסקופ של צבעים וצורות הנובעים מעושר לקוחות השוק והמוצרים המוצגים בדוכניו. ההזנחה השורה ברחובות בכלל ובמבנה המונומנטלי בפרט זועקת השמימה, יחד עם "הפוטנציאל" – מושג שגור לגבי חיפה.

רעיונות רבים עלו בנוגע לשימוש עכשווי במבנה. בפועל יהיה פשוט יותר לא להתחייב לשימוש ספציפי, אלא לראותו כפלטפורמה דינמית העשויה לשמש למגוון רחב של פעילויות על פי הצורך, פעילויות שיהיו באינטראקציה עם השכונה כנגזר ממיקומו של המבנה.

היות שהמקום אינו מוכר דיו לציבור מחד, ועיריית חיפה אינה שמה את שיקום המבנה והאזור על סדר יומה מאידך, עלה הצורך להפיק פעולה מתועדת ייחודית, שתשמש כאמצעי לחשיפת ייחודו של הבניין והאזור ואפשרויות השימוש בהם. היות שבעידן הדיגיטלי תמונה מעצבת מציאות, התוצר שיתקבל – סרטון ובו ייצוג של הפעילויות והמראה הפיזי הרצויים במבנה השוק וברחובות הסובבים לו, עשוי להיות קו מנחה לתכנון מפורט הנוגע לאזור.

שלבי ההפקה:

1. בחירת הפעילות / פעילויות הרצויים. קבוצת art.espionage העלתה רעיון להפוך את המבנה לחללי תצוגה של חברת רהיטים גדולה, שפעילות מכירת המוצרים בשוק משתלבת בהם. רעיון נוסף הוא תצוגת אופנה שתעבור ברחובות השוק ותיכנס לחללים במבנה. מהלך התצוגה עצמו ישתלב בדוכני השוק, למשל – דוכן פירות שיכלול גם פינת איפור, שימוש במוצרים הנמכרים בשוק כבסיס לפריטי האופנה.
 2. כתיבת תסריט לפעילות.
 3. בחירת אתרי הפעילות. יבחר הנתיב המדויק בו תתרחש הפעילות מחוץ למבנה ובחללים בתוך המבנה.
 4. בחירת זוויות הצילום.
 5. הכנת ה-art לאירוע – בהתאם לזוויות הצילום שנבחרו, תתבצע פעולה של הוספת אלמנטים פיזיים שידגימו את השיפור הפיזי האפשרי בשוק וסביבתו. למשל – פריסת יריעות בד צבעוניות בצורות וגדלים שונים כאמצעי הצללה מעוצב לרחוב, שימוש בחללים לא מנוצלים ליצירת חלון ראווה של חנות מותגים יוקרתיים / בית קפה, הוספת פינות ישיבה, הוספת צמחיה, יצירת אזור להולכי רגל בלבד.
 6. פרסום האירוע.
 7. יום האירוע והצילומים.
- גורמים משתתפים אפשריים –
- תצוגת אופנה – שנקר, ויצו חיפה
- Art – ויצו חיפה, הפקולטה לארכיטקטורה בטכניון – קורסי עיצוב בסיסי – בילו בליך
- הכוונה מקצועית והפקה – צ'יקו גרסטל