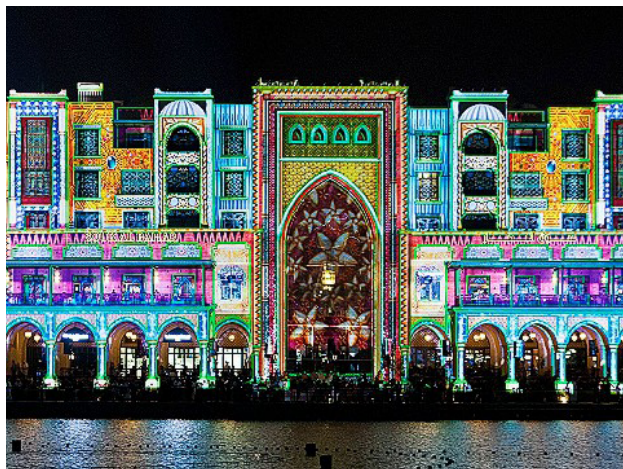


جشنواره‌های نور و نقش آن در ارتقای کیفیت زندگی شهری (نمونه موردی ژاپن)

میثم معصومی

دانشگاه تهران

mmasoumi@ut.ac.ir



چکیده

جشنواره‌های نور از جمله پدیده‌هایی است که در چند دهه اخیر و با پیشرفت فناوری، رشد گسترده‌ای در نقاط مختلف جهان داشته است و امروزه جایگاه بسیار مهمی در شهرها دارد. هدف این مقاله تبیین جایگاه و نقش جشنواره‌های نور در شهرهاست. بدین منظور ابتدا با مروری نظری بر جایگاه نورپردازی در شهرها و نقشی که جشنواره‌ها در شهرها، به بررسی قابلیت‌های بالقوه جشنواره‌های نور پرداخته شده است. سپس جایگاه جشنواره‌های نور در کشور ژاپن بررسی و عملکرد واقعی آن در این کشور تجزیه و تحلیل شده است. در این مقاله با توجه به اینکه جشنواره‌های نورپردازی از دو بعد «نورپردازی» و «جشنواره» در فضاهای شهری مؤثرند، از این دو منظر مورد مذاقه قرار گرفتند و تبیین شد که جشنواره‌های نور به دلیل کیفیت نورپردازی بهتر است در مرکز شهری برگزار شود و به واسطه جشنواره بودن می‌تواند در گسترش رونق اقتصادی، ارتقای هویت مکان، افزایش ارتباطات و پیوندهای اجتماعی در افزایش کیفیت زندگی مؤثر باشد. از طرف دیگر با مرور تجربه کشور ژاپن، مشخص شد که این جشنواره‌ها در این کشور، علاوه بر تأثیرات مثبت بر رونق اقتصادی، ارتقای هویت مکان، افزایش ارتباطات و پیوندهای اجتماعی، به دلیل ماهیت منحصر به فرد خود به واسطه استفاده از نور به عنوان عنصر اصلی و تأثیر تسکین‌دهنده نور، به عنوان ابزاری برای تسکین فشارهای روانی مصیبت‌دیدگان سوانح بعد از وقوع زلزله به کار گرفته شده‌اند. این جشنواره‌ها، عامل مهمی در فرایند بازسازی و تجدید حیات محیط‌های آسیب‌دیده بوده‌اند؛ تأثیری که از دیگر جشنواره‌های شهری نمی‌توان انتظار داشت.

کلیدواژه‌ها : جشنواره نور، تکنولوژی، فضاهای شهری، پیوند اجتماعی، ابزار

نور در زندگی انسان، تأمین سلامت جسم انسان باشد. به‌عنوان مثال امروزه ثابت شده است که یکی از منابع مهم تأمین ویتامین دی در بدن انسان، نور آفتاب است و افرادی که در معرض آفتاب قرار نمی‌گیرند در معرض خطر کمبود این ویتامین در بدن خود قرار دارند که تأثیرات جبران‌ناپذیری بر سلامت انسان دارد.

از منظر روانی نیز نور در زندگی انسان اهمیت فراوان دارد؛ به‌گونه‌ای که با افزایش روشنایی انسان احساس نشاط و شادابی می‌کند و با کم شدن نور، احساس آرامش می‌کند و بدن در حالت استراحت قرار می‌گیرد. البته تداوم شرایط کم‌نوری، سبب افسردگی انسان می‌شود. از طرف دیگر غریزه انسان به‌گونه‌ای است که اجسام درخشان را می‌پسندد و ترکیب نور و سایه هم برایش جذاب و فرح‌بخش است.

از منظر ادراکی نیز نور تنها محرک محیطی است که انسان با استفاده از سیستم بینایی خود آن را حس می‌کند و از طریق آن اطلاعات بصری محیط را درمی‌یابد؛ و تا حدی که انسان بیشترین اطلاعات از محیط پیرامونی خود را نیز از طریق دستگاه بینایی خود دریافت می‌کند و عملاً مهم‌ترین محرک محیطی است که انسان از طریق آن با محیط اطراف خود ارتباط برقرار می‌کند. از این جهت ارتباط حس بینایی و محیط پیرامون بسیار مهم است. از آنجا که یکی از مهم‌ترین اهداف طراحی هر محیط مصنوعی از قبیل فضای شهری، خلق محیطی مطلوب

مقدمه

امروزه جشنواره‌ها از ابعاد مختلف اجتماعی، اقتصادی، هویتی و غیره مورد توجه دست‌اندرکاران امور شهری هستند (Andersson, T.D. Getz, 2009). از طرفی در دهه‌های اخیر با گسترش فناوری و افزایش رفاه در جوامع مختلف، شاهد گسترش آذین‌بندی و چراغانی‌های مناسبی و به‌عبارتی جشنواره‌های نور در شهرهای مختلف جهان هستیم.

این مقاله با تمرکز بر جشنواره‌های نوری که در کشور ژاپن برگزار می‌شود سعی دارد قابلیت‌های این‌گونه جشنواره‌ها را بازبینی کند. در ابتدا با بررسی جایگاه نورپردازی در محیط شهری و طراحی محیط شهری و اهمیت جشنواره‌ها در محیط‌های شهری، به بررسی جایگاه جشنواره‌های نور در شهرهای ژاپن پرداخته می‌شود.

اهمیت نورپردازی در شهر و فضای شهری

نور یکی از ضروریات زندگی و از عوامل تداوم بقای انسان است که از زوایای مختلف، در زندگی انسان مؤثر است که مهم‌ترین آنها در سه گروه فیزیولوژیکی، روانی و ادراکی قرار می‌گیرند. از منظر فیزیولوژیکی، شاید مهم‌ترین تأثیر

این گونه مکان‌ها در فضای شهری، مسیرهای حومه‌ای است که به‌ندرت در آنها تردد صورت می‌گیرد. دومین کارکرد نورپردازی در محیط مصنوع و شهری، تأمین امنیت برای انسان است. تفاوت محیط ایمن و امن در این است که در محیط ایمن فقط ایمنی از زاویه کالبدی مدنظر است تا انسان بتواند عناصر خطرناک پیرامونش را درک کند، ولی محیط امن، بُعد روانی و اجتماعی دارد و لازم است تا انسان احساس امنیت کند. ترس و ناآگاهی ارتباط تنگاتنگی با یکدیگر دارند و به‌صورت غریزی ناآگاهی انسان نسبت به پدیده‌ها به ترس از آنها می‌انجامد. از این روی محیطی امن محسوب می‌شود که نه تنها ایمن باشد، بلکه در آن امنیت نیز احساس بشود؛ به‌عنوان مثال نگرانی نسبت به خطرهای پنهان در نقاط کور و تاریک که دید مناسبی نسبت به آنها نیست، وجود نداشته باشد. از آنجای که انسان معمولاً اطلاعات از محیط پیرامونی خود را با استفاده از حس بینایی کسب می‌کند که نیازمند روشنایی کافی در محیط است، نبود روشنایی کافی موجب ایجاد حس ترس و ناامنی می‌شود. معمولاً با ایجاد روشنایی در محیط‌های پیرامون فضاهای فعالیتی، فضاهای پیرامونی قابل رویت می‌شوند و امنیت در فضا افزایش می‌یابد.

از طرف دیگر برای آنکه انسان بتواند در محیط به‌راحتی فعالیت کند، نیازمند میزان روشنایی متناسب با فعالیت مورد نظرش است. این میزان روشنایی کاملاً وابسته به نوع فعالیت است. به‌طور طبیعی فعالیت‌هایی که وابستگی

برای فعالیت انسان است و انسان این مطلوبیت را اغلب از طریق حواس خود درک می‌کند، کیفیت نورپردازی محیط تأثیر بسیار مهمی در میزان مطلوبیت انسان از محیط پیرامون دارد و یکی از عناصر مهم در طراحی محیط است. از این منظر نور جایگاه مهمی در طراحی محیطی دارد. و به واسطه تأثیرات روانی نور نیز، نحوه نورپردازی عامل تأثیرگذاری در شکل‌گیری کیفیت فضا است. با توجه به این مسائل معمولاً کارکرد نورپردازی در محیط را به‌صورت کلی، در چهار دسته خلق محیطی امن، ایمن، دارای آسایش و جذاب بیان می‌کنند (Christa van Santen 2006)، که در ادامه به اختصار ویژگی‌های هر یک تشریح می‌شود.

اولین و پایه‌ای‌ترین کارکرد نورپردازی در محیط شهری ایجاد محیطی ایمن برای انسان است، یعنی فضایی که بتوان اطلاعات محیطی لازم را به‌وسیله حس بینایی دریافت، حس و درک کرد و در مقابل خطرهای احتمالی از خود محافظت کرد. مانند نور حداقلی چراغ قوه‌ای که در تاریکی به‌کمک انسان می‌آید تا بتواند حداقل اطلاعات از محیط را کسب کند. این میزان روشنایی برای محیط‌هایی که انسان به‌ندرت و در شرایط خاص در آنها حضور پیدا می‌کند و در زمان حضور هم لازم نیست فعالیت ویژه‌ای را انجام دهند، پاسخگوی نیاز انسان است. مکان‌هایی مانند، مسیرهای کم‌تردد، که نور زیاد ممکن است آلودگی نوری ایجاد کرده و زندگی دیگر جانداران را با مشکل روبه‌رو کند، با حداقل روشنایی طراحی می‌شوند. مصداق

زیادی به حس بینایی دارند یا فعالیت‌های پرتحرک و پرنشاط، جزو فعالیت‌های نیازمند به محیط‌های روشن‌ترند و فعالیت‌هایی را که فاقد ویژگی‌های یاد شده‌اند، می‌توان در محیط‌هایی کم‌نورتر نیز انجام داد. از این رو در فضاهای باز و شهری نیز که قرار است محلی برای فعالیتی مشخص باشند، باید میزان روشنایی در فضا نیز متناسب با نوع فعالیت تعریف‌شده، باشد. به‌عنوان مثال نورپردازی مسیر سواره، با مسیر دوچرخه یا پیاده متفاوت است، زیرا هر چند از نظر ماهیت فعالیت که حرکت کردن است، مشابه‌اند، به واسطه استفاده از ابزار مختلف و با توجه به ویژگی‌های فعالیتی که هر یک از این ابزار می‌طلبند، به میزان و نوع روشنایی متفاوتی نیاز دارند که در طراحی‌های محیطی باید در نظر گرفته شوند. از طرف دیگر از آنجای که بدن انسان به گونه‌ای تنظیم شده است که در محیط‌های تاریک و کم‌نورتر بهتر استراحت می‌کند، روشنایی در شب و در محیط‌های مخصوص استراحت نباید زیاد باشد تا آسایش کافی برای فعل استراحت فراهم آید. بنابراین کاربرد مهم دیگر نورپردازی در شهر ایجاد شرایط لازم برای انجام دادن فعالیت‌های تعریف‌شده در فضاهای شهری است یا به عبارتی هدف دیگر، فراهم کردن آسایش کافی برای فعالیت‌های تعریف‌شده در فضا است.

همچنین، همان‌گونه که اشاره شد، انسان‌ها به صورت غریزی مجذوب اجسام درخشانده و نورانی می‌شوند؛

این ویژگی روانی موجب شده است که انسان از نور و نورپردازی در جهت جذاب‌تر کردن محیط شهری نیز استفاده کند. معمولاً در فضاهایی مانند میدان‌های اصلی شهری یا مراکز تجاری تفریحی شهر برای جذب حداکثری شهروندان، در مکان‌هایی که عمدتاً محل فعالیت هستند و نه استراحت، برای خلق محیطی شاداب و پرنشاط از نورپردازی استفاده می‌شود. این گونه نورپردازی‌ها می‌توانند به صورت دائمی یا حتی موقتی و مناسبتی مانند جشنواره‌های نورپردازی باشند و برای آنکه این جشنواره‌ها محل آسایش محیطی نباشند، در مراکز تجاری و زنده شهری برگزار می‌شوند.

نقش جشنواره‌ها در افزایش کیفیت زندگی

همان‌گونه که اشاره شد و در نام جشنواره‌های نورپردازی نیز مستتر است، این گونه مراسم، نوعی جشنواره‌اند و برای آنکه جایگاه جشنواره‌های نورپردازی در شهر مشخص شود، شناخت جایگاه جشنواره در شهر و تأثیر آن بر محیط شهری نیز ضرورت دارد.

در گذشته بیشتر جشنواره‌ها بعد آیینی مذهبی داشتند و به مناسبت‌های مختلف از قبیل دعا برای محصول خوب، شکرانه برداشت محصول، آغاز سال نو و... جشنواره‌های مختلفی در نقاط مختلف جهان برگزار می‌شد، ولی امروزه به غیر از مراسم آیینی و مذهبی، جشنواره‌های متعددی در سرتاسر جهان، بدون داشتن ابعاد مذهبی و فقط به عنوان فعالیتی جذاب و سرگرم‌کننده برگزار می‌شوند.

از طرف دیگر فارغ از آنکه جشنواره‌ها بر مبنای چه فلسفه‌ای شکل می‌گیرند و بُعد مذهبی دارند یا خیر، از منظر تأثیری که در شهر دارند، ابزار بسیار مهمی در ارتقای کیفیت زندگی در فضای شهری به حساب می‌آیند (Andersson, T.D. Getz, 2009).

عمده‌ترین کاربرد جشنواره‌ها در شهرسازی را می‌توان به سه دسته تقسیم کرد. این سه دسته عبارت است از: الف) افزایش رونق اقتصادی؛ ب) هویت‌بخشی به محیط شهری؛ ج) تقویت روابط اجتماعی و فرهنگی، که به اختصار هر یک از این کاربردها بیان شده است.

الف) ایجاد رونق اقتصادی

از آنجای که ماهیت جشنواره‌ها به عنوان مراسمی که جمع‌کثیری از شهروندان را در یک جا، در کنار هم جمع می‌کند، و انگیزه‌ای برای جذب گردشگر از نقاط مختلف است، فرصت مناسبی را برای خرید و فروش و تبلیغ کالا فراهم می‌کند، جشنواره‌ها به‌عنوان فرصتی برای ایجاد رونق اقتصادی مورد توجه دست‌اندرکاران احیای فضای شهری هستند و از فرصت برگزاری جشنواره‌ها برای ایجاد و گسترش رونق اقتصادی استفاده می‌شود.

ب) عنصر هویت‌دهنده به شهر

اگر در گذشته، شهرها مبتنی بر شرایط اقلیمی و محیطی خود دارای کالبد، بافت و اجتماعی متمایز از دیگر شهرها بودند، و براساس این تمایزها هویت مستقلی برای خود داشتند، امروزه در دنیایی زندگی می‌کنیم که زیر آماج

جهانی شدن و با یکسان شدن مصالح، روش‌های ساخت، فعالیت‌ها، ساختار فضایی و فعالیتی که فارغ از ویژگی‌های اقلیمی و محیطی که در اثر پیشرفت‌های تکنولوژیکی ممکن شده است، فرم، کالبد، عملکرد فضاهای شهری و رفتارهای اجتماعی روز به روز شباهت بیشتری به هم می‌یابند و حفظ عناصر هویت‌دهنده سنتی در شهرها روز به روز سخت‌تر می‌شود (Selby, M, 2004).

از طرف دیگر با توجه به سهولت رفت و آمد و نقل مکان در دنیای جدید، می‌توان گفت که دیگر هیچ‌کس مجبور به زندگی در هیچ نقطه‌ای از دنیا نیست، و انتخاب مکان بهتر برای زندگی بسیار امکان‌پذیرتر از گذشته است. از این روی شهرها برای تداوم حیات خود نیازمند رقابت با دیگر شهرها در جذب شهروندان جدید و حفظ شهروندان موجود خود هستند. در چنین شرایطی هویت متمایز برای شهرها می‌تواند به عنوان ابزاری برای تداوم بقا و حفظ و گسترش شهرها مؤثر باشد. از این روی برندینگ و ایجاد هویتی متمایز برای شهرها، مبدل به نیازی اساسی برای شهرهای امروزی و یکی از دغدغه‌های مهم مدیریت شهری در دنیای معاصر شده است. و در شرایطی که ایجاد هویت کالبدی، فعالیتی و حتی اجتماعی متمایز در دنیای امروز روز به روز سخت‌تر می‌شود، برگزاری موفق جشنواره، راهی واقع‌گرایانه برای ایجاد این وجه تمایز و خلق هویتی مستقل برای شهرها مورد توجه است. بنابراین می‌بینیم که امروزه بسیاری از شهرهای جهان بر روی برگزاری

جشنواره‌ها سرمایه‌گذاری می‌کنند و از این جشنواره‌ها برای تقویت حضور شهروندان در شهر استفاده می‌کنند. تا جایی که حتی بعضی از شهرهای کوچک توانسته‌اند با برگزاری جشنواره‌های موفق، خود را در مقیاس جهانی مطرح کنند و بشناسانند (Selby.M,2004).

ج) تأثیر جشنواره‌ها در تقویت روابط اجتماعی و فرهنگی تأثیر و عملکرد شاخص دیگری که برای جشنواره‌ها متصور است، قابلیت تقویت روابط اجتماعی در فضاهای شهری است، چراکه اکثر جشنواره‌ها چه در فرایند برگزاری و چه در فرایند تماشا به صورت گروهی عمل می‌کنند و یک فعالیت اجتماعی هستند. از این رو، زمینه را برای نزدیک‌تر شدن شهروندان به هم، آشنا شدن، و شروع روابط اجتماعی قوی‌تر میان آنها فراهم می‌کند (Getz.D,2004).

یکی از دغدغه‌های شهرهای امروز نیز گسست اجتماعی در محیط‌های شهری است، که به خصوص در شهرهای جدید این چالش نمود بیشتری دارد. با توجه به زمان اندکی که از آغاز سکونت در این شهرها می‌گذرد، فرصت کافی برای ایجاد رابطه اجتماعی مستحکم وجود نداشته است و این نبود رابطه اجتماعی درست و مستحکم یکی از دلایل شکست این مجتمع‌های زیستی جدید است. از این رو قابلیت تقویت روابط اجتماعی جشنواره‌ها، سبب شده است که امروزه شهرسازان و متخصصان روابط اجتماعی، به‌خصوص در شهرها و مجتمع‌های جدید که در آنها هنوز

روابط اجتماعی مستحکم میان ساکنان شکل نگرفته است، از جشنواره‌ها برای تسهیل و سرعت بخشیدن به شکل‌گیری روابط اجتماعی قوی میان شهروندان و ساکنان استفاده کنند.

جشنواره‌های نور ژاپن

به اعتبار سایت گردشگری walkerplus که جشنواره‌های نور در سرتاسر ژاپن را معرفی می‌کند، سالانه بیش از ۴۳۰ جشنواره بزرگ نورپردازی در سرتاسر ژاپن برگزار می‌شود. ولی سابقه برگزاری این‌گونه جشنواره‌ها طولی نیست کمتر از ۴۰ سال می‌رسد. این رشد سریع جشنواره‌های نور نشان‌دهنده محبوبیت آنها در این کشور است. جشنواره‌های نوری ژاپن را می‌توان به دو گروه بزرگ تقسیم کرد: برخی از این جشنواره‌ها، بعد تجاری دارند و به‌طور معمول در مراکز تجاری و تفریحی با هدف جلب مشتری در شب‌های سرد و طولانی زمستان، توسط مدیریت این مراکز برگزار می‌شوند، که از بزرگ‌ترین و معروف‌ترین این جشنواره‌ها می‌توان به جشنواره نورپردازی مرکز تفریحی دیزنی^۱ اشاره کرد، که سالانه شمار زیادی از مردم را جذب می‌کند. گروه دیگری از جشنواره‌های نورپردازی نیز هر ساله در مدتی محدود در شهرهای مختلف ژاپن با اهدافی عام‌المنفعه برگزار می‌شوند، که اغلب توسط دولت‌های محلی یا گروه‌های مردم‌نهاد برگزار می‌شوند. تمرکز این مقاله بر جشنواره‌های نوع دوم است، که بعد

1.Disney

هیروشیما^۸ و ساسه‌بو^۹ اشاره کرد که سالانه صدها هزار نفر را به خود جلب می‌کنند. در این میان جشنواره نور سندای به‌عنوان اولین جشنواره که بیش از یک میلیون نفر را به خود جلب کرد و زمینه معرفی قابلیت‌های جشنواره‌های نور در سرتاسر ژاپن را فراهم آورد و جشنواره کوبه به دلیل استقبال بسیار زیاد و جلب حدود ۵ میلیون نفر از اهمیت بیشتری برخوردارند که در این مجال فرصت کافی برای بررسی تک‌تک این جشنواره‌ها وجود ندارد، از این‌رو به اختصار به بررسی ویژگی‌های این دو جشنواره نور در شهرهای سندای و کوبه می‌پردازیم.

جشنواره نور سندای^{۱۰}

بعد از جشنواره ساپورو، مهم‌ترین جشنواره نوری است که در مقیاس شهری برگزار شد و محرکی برای گسترش جشنواره‌های نور در شهرهای مختلف ژاپن شد. جشنواره نور سندای از سال ۱۹۸۶ برگزار شده است (Ueno, 1993). برای درک انگیزه‌های برنامه‌ریزی و برگزاری این جشنواره، مروری گذرا به ویژگی‌های تاریخی اجتماعی این شهر لازم است.

شهر سندای مهم‌ترین شهر ژاپن در شمال شرقی این کشور است که در اثر جنگ جهانی دوم ویران شده بود. شدت تخریب آن در حدی بود که در مطبوعات ژاپن به «بیابان سندای» شهرت یافته بود. با تلاش مردم، شهر،

8. Hiroshima

9. SaseBou

10. Sendai Pageant of starlight

عمومی دارند که به بررسی تأثیرات آنها پرداخته شده است. قدیمی‌ترین این گونه جشنواره‌ها، مراسمی است که در شهر ساپورو مرکز شمالی‌ترین ایالت ژاپن، جزیره هوکایدو^۲، برگزار می‌شود. این جشنواره که از سال ۱۹۸۱ شروع شده است (Tsuboi, 2009)، با هدف سرزنده کردن فضای شهر در شب‌های طولانی زمستان آغاز شد. در شهر ساپورو در زمستان هر سال جشنواره مجسمه‌های برفی برگزار می‌شود و گردشگران زیادی از نقاط مختلف را جذب این شهر می‌کند. ولی به دلیل کوتاه بودن طول روز در فصل زمستان و غروب آفتاب حتی قبل از ساعت ۴ بعد از ظهر، مسئولان شهرداری برای افزایش زمان‌های فعال و زنده شهر پس از غروب آفتاب، جشنواره نوری را همزمان با جشنواره مجسمه‌های برفی طراحی و برگزار کردند، که آغازی است بر دیگر جشنواره‌های نور که در ژاپن برگزار می‌شود.

امروزه جشنواره‌های نور متعددی در شهرهای مختلف ژاپن برگزار می‌شود که از آن میان می‌توان به جشنواره‌هایی در شهرهای سندای^۳، نیگاتا^۴، اوزاکا^۵، توکیو^۶، کوبه^۷،

2. Hokaido

3. Sendai

4. Nigata

5. Osaka

6. Tokyo

7. Kobe

به غیر از سرزنده کردن و فعال کردن فضای شهر در شب‌های طولانی زمستان، معرفی دستاوردهای محققان و دانشمندان ساکن شهر است؛ چرا که بحث اولیه‌ی برگزاری این جشنواره در گفت‌وگوهای دوستانه‌ی گروهی از شهروندان شکل می‌گیرد. در این گفت‌وگو حضور دانشمندی بزرگ در شهر مطرح می‌شود که حتی در سطح نامزدی دریافت جایزه‌ی نوبل هم هستند، ولی شناخته‌شده نیستند و کمتر کسی از شهروندان آنها را می‌شناسد. از جمله پروفیسور جونچی نیشیزاوا¹² دانشمندی که نقش مهمی در صنعتی کردن تولید لامپ‌های ال ای دی ایفا کرده بود. از طرف دیگر نبود سرزندگی کافی در مهم‌ترین خیابان‌های شهر در طول فصل زمستان هم از مشکلات شهر بود، که قرار شد، با برگزاری جشنواره‌ی نور در خیابان جوزهنجی به عنوان مهم‌ترین خیابان تجاری - اداری و عنصر هویتی شهر، ضمن معرفی دستاوردهای علمی مشاهیر شهر، زمینه برای سرزنده و فعال شدن در شب‌های طولانی زمستان فراهم شود. (Ueno,1993).

این جشنواره که از همان سال اول برگزاری خود بیش از یک میلیون مخاطب و در یک دهه‌ی اخیر سالانه بیش از ۲/۵ میلیون نفر مخاطب را جلب کرده است، در رقابت با دو جشنواره‌ی مهم سنتی و مبتنی بر آیین‌های مذهبی و فرهنگی مردم شهر که در فصل تابستان برگزار می‌شود نیز توانسته بازدیدکنندگان بیشتری را جلب کند و یکی

12.Junichi Nishizawa

بازسازی شده و در تلاش برای تغییر تصور بیابان‌گونه‌ای که از این شهر ایجاد شده بود با ایجاد خیابان‌هایی سرسبز و زیبا، تصویر و هویتی جدید از شهر ایجاد شد تا جایی که امروزه، سنندای پایتخت سبز ژاپن شناخته می‌شود. یکی از این خیابان‌های بسیار سرسبز و مؤثر در شکل‌گیری این تصویر و هویت جدید شهر، خیابان جوزهنجی¹¹ در مرکز شهر است. این خیابان عریض با چهار ردیف از درختان چتری تبدیل به پنج دالان سبز شده است که نور ملایم خورشید از لابه‌لای برگ‌های درختانش به درون دالان‌ها نفوذ می‌کند. و یکی از زیباترین خیابان‌های این شهر است. این خیابان که مراکز مهمی مانند استانداری، شهرداری، کتابخانه‌ی مرکزی شهر، شرکت‌ها و مراکز تجاری مهم در مجاورتش، شکل گرفته‌اند، یکی از مهم‌ترین خیابان‌های شهر نیز است. این خیابان با این اهمیت هویتی و عملکردی در شهر سنندای، محور اصلی برگزاری جشنواره‌ی نور شهر سنندای نیز به شمار می‌رود که هر ساله دو هفته‌ی آخر سال با چراغانی کردن درختان این خیابان در شیب، سقفی نورانی برفراز شهر ایجاد می‌شود. تا این خیابان که در زمستان‌ها، سرسبزی و جذابیت فصل تابستان را ندارد، جلوه‌ای نو بیابد و به مرکزی پرنشاط و فعال بدل شود.

یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های این جشنواره برگزاری آن توسط گروه‌های مردم‌نهاد است و انگیزه اولیه‌ی آن نیز

11.Jouzenji

از سه جشنواره مهم شهر شناخته شود که نه تنها از پرمخاطب‌ترین جشنواره‌های نور در ژاپن شد، بلکه مدلی برای برگزاری دیگر جشنواره‌های نور در سرتاسر ژاپن شد (Ueno, 1993).

محبوبیت این جشنواره به حدی است که بعد از زلزله و سونامی بسیار شدید سال ۲۰۱۱ در نزدیکی شهر سندای که به جز تخریب قسمت‌های زیادی از شهر در اثر سونامی، به تجهیزات برگزاری جشن نیز خسارت فراوانی وارد شد و از آن مهم‌تر پس از تعطیلی نیروگاه‌های برق هسته‌ای، سرتاسر ژاپن و ایجاد مشکل کمبود برق و آغاز جنبش ملی صرفه‌جویی در مصرف برق و سهمیه‌بندی برق، باز هم به فاصله ۹ ماه بعد از زلزله به دلیل تأثیر بسزای آن در زندگی مردم و ایجاد انگیزه برای بازسازی، بدون وقفه برگزار شد، تا به مردم سانحه‌دیده روحیه دهد و موجبات بازسازی را فراهم آورد (Nemoto, 2014).

جشنواره نور کوبه

شهر کوبه یکی از بندرهای مهم ژاپن است که در منطقه کانسای ژاپن و در نزدیکی شهرهای مهم اوزاکا و کیوتو واقع شده است. این شهر که بیشتر به واسطه زلزله شدید سال ۱۹۹۵ که منتهی به مرگ بیش از ۳۰۰۰ نفر و خسارات مالی و جانی بسیاری شد، شناخته می‌شود، از معدود بندرهای قدیمی ژاپن است که در دوران ممنوعیت ورود خارجی‌ها به ژاپن و در اوایل قرن نوزدهم میلادی به بازرگانان خارجی امکان ورود محدود به این شهر را

می‌داد. امروزه نیز محله‌ای در مرکز شهر که در گذشته محل سکونت تجار خارجی بوده است، به همین نام یعنی «محل اقامت خارجی‌ها»، باقی مانده است. از این روی همواره تصویر یک شهر اروپایی به عنوان عنصر هویت‌دهنده به شهر کوبه در ذهن مردم ژاپن وجود دارد.

انگیزه برگزاری جشنواره نور کوبه

جشنواره نور کوبه به سال ۱۹۹۵ یعنی سال وقوع زلزله شدید این شهر باز می‌گردد و انگیزه برگزاری این جشنواره هم ارتباط مستقیمی با سانحه طبیعی زلزله دارد که در همان سال اتفاق افتاده بود (Nemoto, 2014).

پس از وقوع زلزله در ژانویه ۱۹۹۵ و صدمات جانی و مالی فراوان، مسئولان شهرداری در جست‌وجوی راهکاری برای تقویت حس امید در میان شهروندان با یک شرکت مشاوره تبلیغاتی مشورت کردند. این شرکت پیشنهاد برگزاری یک جشنواره نور را در پایان سال و همزمان با تعطیلات آخر سال و مراسم کریسمس مطرح کرد. با توجه به سابقه ارتباط این شهر با فرهنگ اروپا، در محله‌ای که در گذشته محل سکونت تجار خارجی و اغلب اروپایی بود و امروزه یک محله اداری در شهر است و جمعیت شب‌اندکی دارد، تصمیم گرفته شد که طاق نصرت‌هایی چراغانی با چراغ‌های رنگی ایجاد شود. ضمن اینکه این ایده ارتباط تنگاتنگی با هویت این شهر داشت، این قابلیت را نیز داشت که مخاطب را از زمان و مکانی پر از غم و اندوه جدا کند و به زمان و مکانی فانتزی ببرد و برای مدتی کوتاه او

را از زمان و امکان واقعی جدا کند (Hirahama,1999).
تأثیرات جشنواره نور کوبه

این جشنواره از همان سال اول با استقبال زیاد شهروندان مواجه شد و بدون فرصت اطلاع‌رسانی کافی، بیش از دو میلیون مخاطب را به خود جلب کرد و به سرعت و طی چهار سال تعداد بازدیدکنندگان جشنواره به بیش از چهار میلیون نفر افزایش یافت. آماري که از تعداد بازدیدکنندگان به تفکیک محل سکونت آنها منتشر شده، نشان می‌دهد که در دو سال اول، بیشتر شرکت‌کنندگان، اهل شهر کوبه بودند، ولی به تدریج تعداد بازدیدکنندگان از استان‌های اطراف افزایش یافت. با توجه به این تغییر نسبت شرکت‌کنندگان در جشنواره می‌توان فهمید که این جشنواره در سال‌های اول خود بیشتر مخاطبان محلی داشته و در تغییر روحیه آنها مؤثر بوده و در سال‌های بعد که مردم زلزله‌زده برای بازسازی نیازمند درآمد بیشتری بودند، این جشنواره با جذب مخاطب گردشگر و غیربومی، تأثیر مهمی در تزریق پول به شهر و تقویت توان اقتصادی داشت (Hirahama,1999).

جمع‌بندی

همان‌گونه که بیان شد، این جشنواره‌ها در مراکز تجاری و اداری شهر برگزار می‌شوند، از این رو از نظر مکان‌یابی اصول نورپردازی در شهر در انتخاب مکان برگزاری این جشنواره‌ها رعایت شده است. از طرف دیگر هر دو جشنواره با شناخت مناسب از عناصر هویت‌دهنده به شهر (درخت و

خیابان سرسبز در نمونه سندای و ارتباط با اروپا و نمادی از فرهنگ غرب در نمونه کوبه)، و با تأکید بر آنها مراسمی را خلق کرده‌اند که ضمن آنکه تأثیر بسزایی در رونق اقتصادی شهر (جذب مخاطبان بسیار زیاد) دارند، تبدیل به بُعد جدیدی از هویت شهر شده و پیوندهای اجتماعی ساکنان شهر را گسترش داده‌اند. به عبارتی می‌توان گفت این جشنواره‌های نور، به‌خوبی به تمام انتظارات از یک جشنواره در شهر، پاسخ داده‌اند.

ولی نکته و ویژگی بسیار مهم دیگر که جشنواره‌های نور را از دیگر جشنواره‌ها متمایز می‌کند، عملکرد روحیه‌بخشی و ایجاد امید به تداوم زندگی در جامعه‌ای مصیبت‌دیده، است. از آنجای که اکثر جشنواره‌ها ماهیتی شاد و فرح‌بخش دارند، برگزاری آنها در زمان‌ها و مکان‌هایی که افراد جامعه مصیبت‌دیده‌اند، معمولاً نه‌تنها با استقبال روبه‌رو نمی‌شود، بلکه بی‌اعتنایی به شرایط سخت جامعه و بی‌احترامی به احساسات حاکم بر جامعه هم تلقی می‌شود. در چنین شرایطی، جشنواره کوبه بلافاصله بعد از زلزله و در بدترین وضعیت روحی جامعه برگزار شد، جشنواره سندای هم بعد از زلزله و سونامی ۲۰۱۱ شمال شرق ژاپن، بدون وقفه ادامه یافت. این قابلیت برگزاری جشنواره‌های نور در زمان‌های بحرانی، به نوعی به جایگاه ویژه نور در فرهنگ‌های مختلف، باز می‌گردد. چرا که، همان‌طور که در فرهنگ شیعی، در ایام جشن و سرور از چراغانی و نور استفاده می‌شود، همزمان به یاد از دست‌رفتگان در

Andersson, T.D./ Getz D.2009 Tourism as a mixed industry
Differences between private,public and not-for-profit
festivals Tourism Management 856-847 30
Christa van Santen 2006 Light Zone City Light Planning in
the Urban Context, Birkhauser - Publishers for Architecture

مراسمی مانند شام غریبان از نور شمع برای گرمی داشت
آنان استفاده می‌شود. این رویکرد را در دیگر فرهنگ‌ها
نیز در قالب‌هایی متفاوت می‌توان دید. از این نظر است
که در شرایط مصیبت‌بار بعد از زلزله‌زاپنی‌ها توانستند،
جشنواره نور برگزار کنند و زمینه را برای خروج از وضعیت
بحرانی و شروع بازسازی فراهم آورند. از این روی تجربه
ژاپنی‌ها در استفاده از جشنواره‌های نور برای فراهم کردن
بستر روانی و اقتصادی بازسازی، در قالب نمونه‌های موفق
در استفاده از جشنواره‌های نور به‌عنوان ابزاری برای
بازسازی بعد از سانحه شایان توجه است.

منابع

Ueno, Takeshi 1993 Illumination activities as a civic
movement: Light and darkness that view on «pageant
of SENDAI light» and «flow-star pageant», Journal of
Illuminating Engineering Institute of Japan Vol. 77 No.11
pp:36-34 [J]
Hirahama Yoske 1999 Fantasy Place - Kobe Luminarie as a
urban strategy, Urban Housing Sciences No:25 pp:33-26
[J]
Tsuboi Tsuneyo, 2009 Illumination in Tokai district of Japan
J. IEIE Jpn. Vol. 3 No.2 pp:139-138 [J]
Nemoto Tadaaki 2014 Some Thoughts on the Light Up
Night for Sight For Revitalization of Cities in Japan, Japan
association for Management Systems, pp:60-57
Selby, M.2004:Understanding Urban Tourism. Tauris,
London/New York.
Getz, D.2004: Geographic Perspectives on Event Tourism.
Lew, A.A. Hall, C.M. Williams, A.M.(eds.): A Companion to
Tourism. Blackwell Publishing, 422-410