



نقش پروژه‌های نورپردازی در توسعه گردشگری شبانه شهری (منطقه ثامن شهر مشهد)*

امید نوری^{۱*}، علیرضا نوری^۲، مسعود اعلم صمیمی^۳

کد مقاله: ۹۳۴۸۹

چکیده

توسعه گردشگری و رشد اقتصادی ملت‌ها از این صنعت، موجب برانگیخته شدن انگیزه جوامع برای بهبود شرایط زمانی و مکانی در جهت جذب هرچه بیشتر گردشگران شده‌است. با توجه به اینکه گردشگری شبانه در همه ابعاد فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی جامعه از اهمیت بالایی برخوردار است، موفقیت در این امر نیاز به فرآیندهایی از قبیل بوجودآوردن ارزش‌های محیطی و افزایش جذابیت‌های گردشگری دارد. از پروژه‌های نورپردازی به عنوان یکی از تاثیرگذارترین عوامل این فرآیندها یاد می‌شود. بر همین اساس پژوهش حاضر به بررسی تاثیر نورپردازی بر توسعه گردشگری شبانه شهری در منطقه ثامن شهر مشهد پرداخته است. پژوهش حاضر با روش توصیفی و تحلیلی در دسته پژوهش‌های کاربردی قرار دارد. گردآوری اطلاعات بصورت مطالعات کتابخانه‌ای و تکمیل پرسش‌نامه از نمونه آماری بدست‌آمده از طریق فرمول کوکران برای جامعه نامعلوم، پس از کسب تجربه عینی از فضا انجام‌شده و تحلیل داده‌ها توسط نرم‌افزار SPSS انجام شده‌است. نتایج پژوهش نشان‌داد که نورپردازی تاثیر مثبت و معناداری بر توسعه گردشگری شبانه دارد و پروژه‌های نورپردازی، علاوه بر یک فعالیت تزئینی یک روش موثر در جذب گردشگران برای گذران اوقات فراغت در شب شناخته شده‌اند و در جهت جذابیت شبانه، ضمن بهبود کیفیت زندگی و رونق گردشگری شبانه، نقش بسیار مهمی در افزایش زیبایی شهر شب، افزایش زمان فعالیت‌ها، افزایش امنیت و رونق این موارد توسعه گردشگری شبانه شهری را به دنبال دارد.

واژگان کلیدی: نورپردازی، گردشگری شبانه، شهر مشهد، منطقه شهری ثامن

۱- کارشناس ارشد جهانگردی، موسسه آموزش عالی شان‌دیز (نویسنده مسئول) omidnouri4453@gmail.com

۲- دکتری جهانگردی، استادیار موسسه آموزش عالی شان‌دیز a.r.n52520@gmail.com

۳- کارشناس ارشد جهانگردی، مربی موسسه آموزش عالی شان‌دیز masoud_samimi_64@yahoo.com

*- مقاله حاضر برگرفته از پایان‌نامه کارشناسی ارشد موسسه آموزش عالی شان‌دیز با عنوان نورپردازی در توسعه گردشگری شبانه شهری می‌باشد.

۱- مقدمه

صنعت گردشگری در جهان از دهه ۱۹۸۰ میلادی تا به امروز توسعه بسیاری پیدا کرده و توانسته موقعیت برجسته‌ای در توسعه اقتصاد ملی را از آن خود کند (یین^۱، ۲۰۱۱: ۳۹). امروزه با توجه به اینکه جهان در شرف ورود به دهه ۲۰۲۰ میلادی می‌باشد، زندگی شهری سبب گشته تا دامنه فعالیت شهروندان و گردشگران تا پاسی از شب ادامه یابد و بدین ترتیب حیات شبانه تبدیل به قسمتی از زندگی شهری شده، بنابراین ایجاد بستر مناسب، تامین امنیت زندگی شبانه و ارتقاء کیفیت زندگی شبانه شهری از اولویت بسیار بالایی برخوردار است (ناصری و منصور، ۱۳۹۶: ۱۰). بوسیله نورپردازی شهری برای فضاهایی همچون جاذبه‌ها، معابر، پارک‌ها و غیره می‌توان به گونه‌ای عمل نمود که تشخیص آنها و تشویق مردم به حضور در این فضاها در شب نیز میسر گردد. در عین حال به منظور تامین امنیت شبانه در این فضاها به میزان مشخصی از روشنایی نیز نیاز است (ادیبی و همکاران، ۱۳۸۵: ۷۳). ایده برنامه‌ریزی شبانه برای صنعت گردشگری شهری از سال ۱۹۷۰ در اروپا مطرح شد همچنین اصطلاح (شهر بیدار) اولین بار در سال ۱۹۲۰ برای شهر نیویورک استفاده گردید و در کشور انگلستان نیز در سال ۱۹۹۳ لقب شهر ۲۴ ساعته را به شهر منچستر اطلاق دادند (مؤمنیان و ذکوت، ۱۳۹۱؛ شیخ بیگلو و تبریزی، ۱۳۹۵: ۴۶). توسعه گردشگری شبانه می‌تواند از بعد اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی موجب تعاملات فرهنگی با دنیای خارج، بین‌المللی شدن فرهنگ بومی، بهبود نظام‌های آموزشی و بهداشتی و غیره باشد، همچنین رونق خدمات و اشتغال‌زایی در حوزه گردشگری علاوه بر ایجاد فرصت‌های سرمایه‌گذاری در ابعاد مختلف قسمتی از پایداری اجتماعی را به عنوان نوعی از گذران اوقات فراغت به همراه دارد. گفتنی است که درآمدهای ارزی ناشی از صنعت توریسم یکی از منابع عمده در جهت تقویت اقتصاد ملی و بومی و همچنین توسعه روزافزون آن‌ها محسوب می‌شود (تقدیسی و همکاران، ۱۳۹۱: ۱۲۲). از مهمترین عوامل رونق گردشگری شب در مقاصد گردشگری، برخوردارگی از پروژه‌های نورپردازی مناسب است. با استفاده از پروژه‌های نورپردازی شبانه می‌توان فعالیت‌های گردشگری شبانه مانند: لذت بردن از هوا و مطلوبیت شب، سرگرمی و خرید، غذا خوردن و غیره را افزایش داد. اجرای گردشگری در شب با زیرساخت‌های مناسب می‌تواند به صنعتی درآمدزا برای شهر تبدیل شود. از این رو نورپردازی در شب نه تنها می‌تواند به طور مؤثر درآمد گردشگری را افزایش دهد، بلکه باعث بهبود در رقابت‌های گردشگری شهری نیز می‌شود. همچنین استفاده از زمان شبانه برای گردشگران موجب ایجاد خاطره ذهنی مناسب و در ادامه موجب ماندگاری هرچه بیشتر گردشگران و توسعه صنعت گردشگری بویژه گردشگری شبانه می‌باشد (غین^۲ و همکاران، ۲۰۱۱: ۴۷۸). بدین ترتیب نورپردازی و روشنایی شهر در شب می‌تواند به گونه‌ای در شناسایی هرچه بیشتر شهر و بناهای گردشگری کمک نموده و به خوانایی شهر بیانجامد اما متأسفانه امروزه، عدم توجه به نورپردازی مناسب شهری در طراحی و برنامه‌ریزی شبانه شهرهای ایرانی، یکی از مسائل مهم و نیازمند بحث و بررسی است.

۲- ادبیات موضوعی

۲-۱- تعاریف علمی

۲-۱-۱- نورپردازی

نورپردازی، مهم‌ترین عامل هویت و سیمای شبانه یک منطقه شهری است و نور یک ورودی محیطی ضروری برای بشر به شمار می‌رود. امروزه می‌توان گفت که نورپردازی یک مفهوم میان رشته‌ای است که با مباحث پیچیده‌ای از انواع رشته‌های هنری و رشته‌های انسانی سروکار دارد. نورپردازی موضوعی مرتبط با علم روانشناسی است؛ همان‌گونه که موضوعی مربوط به علوم فیزیولوژیک و علوم زیستی نیز هست. نورپردازی می‌تواند وسعت دید انسان را گسترش دهد و همچنین می‌تواند وسعت دید انسان را محدود نیز بنماید (غفاری و همکاران، ۱۳۹۵: ۳). اولین موج نورپردازی در دهه‌های ۱۹۲۰ و ۱۹۳۰ میلادی آغاز شد. شهرهای نیویورک، لس‌آنجلس، برلین و پاریس اولین شهرهای پیش‌قدم در زمینه نورپردازی بودند. اولین طراحی‌های نورپردازی در شهرهای اروپایی پس از جنگ جهانی دوم بود که صرفاً نورافشانی با چراغ‌های سدیم بر کلیساها، قلعه‌ها و بناهای تاریخی بود. بر اساس دیدگاه ریچارد کلی^۳ طراحی نورپردازی چه در زمینه داخلی و چه در زمینه خارجی با سه روش عمده انجام می‌گیرد، نورپردازی پس‌زمینه^۴، نورپردازی تاکیدی^۵، نورپردازی نمایشی یا تزئینی^۶ (احمدیان، ۱۳۹۲؛ ناصر و منصور، ۱۳۹۶: ۱۰). نور به شکلی

1 Yin

2 Qin

3 Richard Kelley طراحی و نورپرداز آمریکایی که از مطرح کنندگان نظریه‌ی نورپردازی کیفی بود

4 Ambient lighting نور اغلب به صورت یکدست و همگون پخش می‌شود و شرایط اصلی دیدن را فراهم می‌کند

5 Accent lighting تاکید بر اشیاء تکی مثل مجسمه یا المان معماری. مناسب نورپردازی نمای ساختمان، درختان، پارک‌ها و مجسمه‌ها

6 Scenic lighting به منظور برانگیختن احساسات، استفاده از نورهای رنگی یا متحرک به منظور ایجاد زیبایی و روح بخشیدن به صحنه

بسیار مؤثر بر محیط، شکل و حجم تأثیر می‌گذارد. محیط و حجم با تلفیق نور قابل درک می‌شوند و بازی متقابلی میان نور و سایه بوجود می‌آید، این بازی باعث ایجاد حجم می‌شود و این حجم‌ها، یک فضای معماری را بوجود می‌آورند. چشم‌ها تربیت شده‌اند که اجسام و اشکال را زیر نور (بین سایه و روشن) درک کنند و از زیبایی آن‌ها لذت ببرند (لوکوربوزیه، ۱۳۸۷؛ ناصحی و منصوری، ۱۳۹۶: ۱۳). به طور کلی نورپردازی در محیط با استفاده از الگوهای ثابت‌شده نورپردازی محیطی و نیاز محیط صورت می‌پذیرد که عبارت هستند از: الگوی جهت‌یابی، الگوی نقاط تاکید، الگوی مکان‌یابی روشنایی، الگوی هویت‌بخش و الگوی فضا ساز (غفاری و همکاران، ۱۳۹۵: ۶).

۲-۱-۲- گردشگری شبانه

در سال‌های اخیر طراحان و برنامه ریزان به دنبال ارائه راهکارهایی جهت خلق شهر پویا بوده‌اند. تدارک امکانات و تسهیلات شبانه در حوزه فرهنگی، تفریحی و گردشگری به عنوان روشی برای تقویت اقتصاد محلی و پویا سازی آن مورد توجه قرار گرفته است، مواردی نظیر تئاترها، فروشگاه‌ها، هتل‌ها و غیره (استونسون و متیوز، ۲۰۱۳: ۶). گردشگری شب کیفیت زمان فعالیت افراد را افزایش داده و ارتباطات و اوقات فراغت لذت بخش برای گردشگر را نیز ارتقاء می‌بخشد. گردشگری شب را می‌توان در این موارد دسته بندی نمود: فستیوال و کنسرت، رویدادها، موزه‌های شبانه و مکان‌های تاریخی، مراکز خرید و پذیرایی و جاذبه‌های طبیعی (اوانز، ۲۰۱۲: ۳۹). با کمک گردشگری شبانه مدت زمان فعالیت مراکز تفریحی و تجاری در شهر دو برابر می‌شود که به تبعیت از این بحث اقتصاد شهری هم نیز به اصطلاح دو برابر می‌شود؛ این موضوع در قلب مباحث مربوط به اقتصاد شب قرار دارد (ریچارد، ۲۰۱۴: ۱۲۶). بر اساس تجارب جهانی، آثار فعالیت‌های گردشگری شبانه عبارت هستند از: تقویت تجارت محلی و بهبود ساختار اقتصاد منطقه‌ای، فراهم کردن زمینه فعالیت‌های مضاعف برای جامعه میزبان و کاهش میزان جرایم در هنگام شب (هسیه و چانگ، ۲۰۰۶: ۱۴۱). بدین ترتیب با افزایش مدت زمان فعالیت تا هنگام شب و توسعه گردشگری شب، مراکز شهری، پویایی و کارایی اقتصادی بیشتری خواهند داشت که این امر، فرصتی برای افزایش رونق اقتصاد شهری فراهم می‌آورد. نکته حائز اهمیت این است که فراهم نمودن امکان تجربه حضور و بازدید از مکان‌ها و جاذبه‌های گردشگری در ساعات شبانه می‌تواند به عنوان عاملی بسیار مؤثر در مزیت نسبی مقصدهای گردشگری عمل کند (شیخ‌بیگل و سلطانی، ۱۳۹۸: ۷). بر اساس تجربه‌های موجود از گردش‌های شبانه در جهان، آثار فعالیت‌های گردشگری شبانه شامل: بهبود ساختار اقتصادی منطقه، تقویت تجارت محلی، کاهش جرایم و فعالیت‌های غیرقانونی و فراهم شدن زمینه فعالیت‌های مضاعف برای جامعه میزبان می‌باشد (هسیه و چانگ، ۲۰۰۶: ۱۴۶). علاوه بر این آثار، فعالیت‌های گردشگری و گذران اوقات فراغت در هنگام شب می‌تواند باعث خلق ساختار اجتماعی منسجم شده و امکان گذران زمان فراغت و تفریح به همراه کانون گرم خانواده یا دوستان را برای افراد به ارمغان آورد (غین و همکاران، ۲۰۱۱: ۴۷۹). براساس ادبیات موضوعی مطالعه‌شده که مبنای مدل استفاده‌شده در پژوهش حاضر می‌باشد به تفکیک، هشت عامل اصلی شناسایی شده که بر توسعه گردشگری شبانه تأثیرگذارند: اقلیم آسایش، جاذبه‌های گردشگری، فضای فرهنگی، کسب و کارهای محلی، فعالیت‌های شبانه شهری، کیفیت خدمات واحدهای اقامتی و پذیرایی، کیفیت خدمات حمل و نقل و امنیت و ایمنی فضای شبانه می‌باشند.

۲-۱-۳- اقلیم آسایش

یکی از عوامل مؤثر بر گردشگری شبانه، آسایش و سلامتی شرایط جوی و اقلیمی است. منظور از شرایط آسایش انسان در محیط، مجموعه شرایطی است که از نظر حرارتی حداقل برای ۸۰ درصد از افراد یک جامعه مناسب باشد یا به عبارت دیگر تحت آن شرایط انسان نه احساس سرما و نه احساس گرما کند بلکه از شرایط آب و هوایی فقط احساس رضایت داشته باشد (جهانبخش ۱۳۷۷؛ احمدی و شائمی، ۱۳۹۱: ۷۹). از دیدگاه برنامه‌ریزی گردشگری، اقلیم بسیار اهمیت دارد و گردشگران به طور معمول در جستجوی اقلیم مطلوب یا اقلیم آسایش هستند. اقلیم آسایش به این معناست که فرد هیچ‌گونه نارضایتی از شرایط آب و هوایی ندارد و متعاقباً این عامل نقش مهمی در تصمیم‌گیری برای انتخاب مقاصد گردشگری دارد (شایان و همکاران، ۱۳۸۷؛ حلبیان و پورعیدی، ۱۳۹۳: ۱۵۱). اما از نظر فعالیت بدنی و راحتی انسان هیچ اقلیمی را نمی‌توان کاملاً مطلوب یا نامطلوب فرض کرد و حتی در هیچ اقلیم استانداردی هیچ انسان استانداردی وجود ندارد. بنابراین آسایش و راحتی آدمی نمی‌تواند در یک منطقه صد در صد ثابت باشد و برای انسان‌ها بر حسب سلامت، سن، نژاد، فعالیت‌های بدنی، میزان پوشش و همچنین بر اساس آب و

- 1 Stevenson and Matthews
- 2 Evans
- 3 Richard
- 4 Hsieh and Chang

هوای متغیر در طول فصل‌های سال و خو گرفتن بدن به محیط به طور نسبی تغییر می‌کند (محمدی، ۱۳۸۶؛ احمدی و شائمی، ۱۳۹۱: ۸۲).

۲-۱-۴- جاذبه‌های گردشگری

در واقع جذب گونه‌های مختلف گردشگر در این شهر بر اساس وجود جاذبه‌های مورد توجه گردشگران و همچنین کیفیت بالای محصول گردشگری عرضه شده صورت می‌پذیرد که خود موجب پویایی اقتصادی شهر می‌شود (صالحی‌فرد، ۱۳۸۲؛ مولایی و ابراهیمی، ۱۳۹۳: ۹۹). جاذبه‌های گردشگری در سه دسته: جاذبه‌های طبیعی، جاذبه‌های انسان‌ساخت و جاذبه‌های تاریخی‌فرهنگی جای می‌گیرند (نصراللهی و همکاران، ۱۳۹۳: ۲۲). در شهر مقدس مشهد جاذبه‌های گردشگری شبانه زیادی وجود دارد. وجود هتل‌ها و رستوران‌های بسیار عالی، آماده به ارائه خدمات بودن اکثر فروشگاه‌ها تا نیمه‌شب و بعضاً برخی به صورت ۲۴ ساعته، وجود بارگاه ملکوتی امام رضا (ع) و به برکت آن وجود نور تقریباً کافی در محدوده ثامن و گردشگرخیز بودن بسیار بالای حرم مطهر رضوی در این منطقه موجب غنی شدن منطقه از لحاظ جذابیت جاذبه‌های گردشگری به خصوص مسیرهای منتهی به بارگاه امام‌رضاع) شده‌است.

۲-۱-۵- فضای فرهنگی

کلمه فرهنگ (Culture) از زبان کلاسیک لاتین ریشه می‌گیرد به معنای بهسازی و کشت و کار. فرهنگ را در تعریف امروزی می‌توان به عنوان مجموعه‌ای از باورها، اندیشه‌ها، ارزش‌ها، معرفت‌ها و رفتارهایی دانست که پایه مشترک کل اعمال اجتماعی هستند، در واقع الگوهای رفتاری آموخته‌شده که از گروهی به گروهی دیگر و یا از نسلی به نسل دیگر منتقل می‌شوند و بر پایه واقعیت‌های اجتماعی در ذهن شکل می‌گیرند. گردشگری بین‌المللی و گردشگری داخلی همچنان یکی از برجسته‌ترین راه‌های مبادلات فرهنگی، ایجاد حس تجربه شخصی نسبت به نه تنها آنچه از گذشته‌ها باقی‌مانده است، بلکه زندگی و فرهنگ جامعه معاصر دیگران است. صنعت گردشگری اغلب سبک زندگی غیربومیان و آداب و رسوم آن‌ها را به عنوان جاذبه‌های توریستی عرضه می‌دارد. همچنین گردشگران به طور معمول خواستار تجربه آن نوع از فرهنگ و سبک زندگی هستند که به میزان قابل توجهی با فرهنگ و شیوه زندگی خودشان تفاوت دارد. آشنایی انسان با فرهنگ‌های دیگر مقدمه‌ای برای شناخت بیشتر انسان از خویش است چرا که شکل فرهنگی وی نیز جاذبه اصلی گردشگری در بوم‌بین‌گرایی می‌گردد و بدون عاملی به نام فرهنگ همه‌جا شبیه یکدیگر خواهد بود و گردشگری عینیت نخواهد داشت. عناصر اصلی فرهنگ ایرانی شامل: زبان و گویش‌های ایرانی، به خصوص زبان پارسی، آداب، رسوم و عیدهای ملی مانند نوروز و شب یلدا، همچنین ادبیات و اسطوره‌های تاریخی مانند رستم و سهراب و اسطوره‌های تمثیلی همچون سیمرغ، دیو و غیره، هنر و معماری منحصر به فرد ایرانی، تنوع کثیر قومیت‌های ایرانی، دین اسلام و مذهب شیعه و آیین‌های دیگر از جمله زرتشتی، مهرپرستی و غیره می‌باشد (همایونی، ۱۳۹۵: ۳). تاریخ طولانی درباره زندگی شبانه مردم در شهر مشهد وجود دارد، جایی که روزهای بسیار گرمی دارد اما با فرارسیدن اوقات شبانه هوا رو به خنک شدن می‌رود و برای تفریح و انجام فعالیت‌های دیگر بسیار مناسب است. در مشهد نه تنها چای صبحگاهی بلکه چای عصرانه هم توسط مردم سرو می‌شود چرا که چای محبوب‌ترین نوشیدنی ایران است و این محبوبیت جزء فرهنگ‌های قدیمی کشور است.

۲-۱-۶- کسب و کارهای محلی

با توجه به بالا بودن میزان مصرفی افراد محلی بدیهی است که رونق کسب و کار این گروه از اولویت بسیار بالایی برخوردار است. صنعت گردشگری امروزه توانسته‌است اهمیت بسیار بالایی در ایجاد آثار مثبت اقتصادی برای هر منطقه گردشگری در دنیا پیدا کند چرا که افزایش گردشگری به عنوان یک منبع تأمین مالی، رشد و توسعه اقتصادی را می‌تواند به دنبال داشته باشد (محمدی و همکاران، ۱۳۸۹؛ نرگسی و همکاران، ۱۳۹۷: ۴۸). گردشگری شامل صدها بنگاه اقتصادی است که بخشی از آن‌ها بزرگ هستند اما بخش عظیمی از آن‌ها را کسب و کارهای کوچک شکل می‌دهند. این کسب و کارهای کوچک بومی سهم بسیار مهمی در رونق اقتصادی کسب و کار کاسبان محلی دارند که شامل: اسکان، رستوران، مغازه‌های خرده‌فروش، فروشگاه‌های مواد غذایی، پمپ بنزین و غیره می‌باشند. درآمدی که از مبادلات بین گردشگران و افراد بومی صاحب کسب و کار بدست می‌آید، خود موجب افزایش گردش پول و نهایتاً رونق اقتصادی در سطح منطقه، شهر و حتی کشور می‌شود (مافی و سقایی، ۱۳۸۹: ۲۷۳). شهر مشهد به عنوان قطب گردشگری کشور از زنده‌گی شبانه قابل توجهی برخوردار است که امروزه بخشی از زندگی نه تنها گردشگران بلکه افراد بومی و محلی نیز می‌باشد.

۲-۱-۷- فعالیت‌های شبانه شهری

همزمان با ورود به قرن بیستم و توسعه‌های انقلاب صنعتی در جهان، یک نظم و سیستم اجتماعی متناسب با زمان کار و فعالیت‌ها شروع به شکل‌گیری کرد که در طول زمان به تدریج تمام رفتارهای اجتماعی، خدمات، اوقات فراغت و غیره را تحت تاثیر خود قرار داد و هم‌اکنون نیز ادامه دارد. امروزه این سیستم زمان‌بندی موجب اختلال‌های کارکردی و اجتماعی در مردم شده و به تبع باعث پدید آمدن احساس گسترده‌ای همچون احساس کمبود وقت در مردم شده‌است، در نتیجه انسان‌ها انگیزه عظیمی برای مدیریت و برنامه‌ریزی ساختارهای زمانی زندگی خود بدست آورده‌اند. این موضوع توانست اهمیت زمان غروب و شب یا حتی تا پاسی از شب را به عنوان محدوده زمانی مناسب در شبانه‌روز برای گذران اوقات فراغت و فعالیت‌های اجتماعی و فرهنگی نشان دهد (قدیمی و کرامتی، ۱۳۹۶: ۳۶). به طور معمول فعالیت‌های شبانه گردشگران شامل: پیاده‌روی، خرید، گشت و گذار، خوردن و آشامیدن، جشنواره‌های شبانه، برنامه‌های موسیقی زنده و سایر اشکال سرگرمی‌های شبانه و همچنین در مورد شهر بخصوصی مانند مشهد، عبادت‌های شبانه در حرم مطهر امام رضا (ع) نیز می‌باشد. با رشد بی‌سابقه‌ای که گردشگری شبانه از خود نشان داده، امروزه توجه ویژه‌ای به افزایش روزافزون بازارهای شبانه به ویژه در قاره آسیا و کشورهای درحال توسعه می‌شود همچنین فعالیت‌های قابل توجهی در زمینه سرگرمی‌های مرتبط با شب و گردشگری شبانه در حال انجام است. گردشگری جنسی (sex-tourism) و گردشگری شراب (alco-tourism) نیز از رایج‌ترین سرگرمی‌های شبانه برای گردشگران در سراسر دنیا محسوب می‌شوند اما شرایط جوی و اعتقادات حکومتی و مردمی ایران به گونه‌ای نیست که این دو نوع از گردشگری به صورت مشهود در حال فعالیت باشند (الدريج و اسمیت، ۲۰۱۹: ۳۷۴).

۲-۱-۸- کیفیت خدمات واحدهای اقامتی و پذیرایی

از مهم‌ترین عناصر اصلی در صنعت گردشگری، واحدهای اقامتی و پذیرایی می‌باشند. این تاسیسات شامل: هتل‌ها، مهمان‌سراها، کاروان‌سراها، پانسیون‌ها، زائرسراها، رستوران‌ها، غذاخوری‌ها، کافه‌ها و هر فضایی که در حال ارائه خدمات اقامتی و پذیرایی باشد هستند. ارائه توصیفی دقیق از واژه «کیفیت» بسیار مبهم و دشوار است اما در واقعیت کیفیت برای هر چیزی بخشی از سرشت آن است و طبیعتاً جزئی از آن محسوب می‌گردد. در ارتباط با کالاهایی که دارای ماهیت فیزیکی هستند برای سنجش کیفیت، شرایط دشواری وجود ندارد و به راحتی می‌توان با تعیین استانداردهای کمی، کیفیت محصول یا کالا را ارزیابی کرد. اما ارزیابی کیفیت در مبحث خدمات کاری بس دشوار است چرا که خدمات از ویژگی‌های خاصی شکل گرفته‌است (مستوفی و فرمانی، ۱۳۸۸: ۳۹) این ویژگی‌ها عبارت‌اند از: ناملموس و غیرقابل رویت بودن، تفکیک‌ناپذیری، تغییرپذیری و فناپذیری. نکته مهم در گردشگری این است که سنجش و ارزیابی رضایت گردشگر درباره عوامل ارائه خدمات گردشگری تاثیر بسیار مثبتی بر روند برنامه‌ریزی، تعیین استراتژی‌های تجاری و همچنین افزایش کیفیت خدمات دارد. سطح کیفیت خدماتی که به ادراک گردشگر می‌رسد بر رضایت آن‌ها به طور مثبت و منفی تاثیرگذار است بنابراین یک واحد اقامتی یا پذیرایی باید برای افزایش میزان رضایت گردشگر از میزبانی و خدمات خود، کیفیت خدمات‌دهی را بهبود ببخشد (علامه و نکته‌دان، ۱۳۸۹؛ اسعدی و همکاران، ۱۳۹۵: ۵).

۲-۱-۹- کیفیت خدمات حمل و نقل عمومی

سیستم حمل و نقل به عنوان یک مسئله حیاتی در زندگی انسان‌ها از دیرباز مورد توجه بشر بوده که امروزه با پیشرفت سریع تکنولوژی توانسته‌است ابزارهای پیشرفته‌تری را در اختیار خود قرار دهد (مبهور و فعال، ۱۳۹۲؛ امان‌پور و همکاران، ۱۳۹۴: ۳۹). چراکه یکی از نیازهای اساسی مردم در قالب سکونت‌گاه‌های انسانی موضوع دسترسی یا آمد و شد است که در حوزه مسائل شهری به عنوان ترافیک و حمل و نقل شهری شناخته می‌شود. حمل و نقل به صورت عمومی عبارت است از حرکت و جابه‌جایی مردم یا کالا بین نقاط مختلف داخل شهر یا بین شهرها. گسترش حمل و نقل عمومی می‌تواند به بهبود وضعیت ترافیک کمک کند اما اگر کیفیت حمل و نقل عمومی پایین باشد و نتواند اعتماد مردم را جلب کند باعث شلوغی و ازدحام ترافیک می‌شود. سیستم حمل و نقل یکی از مشخصه‌های نشان‌دهنده میزان توسعه یک کشور محسوب می‌شود و به دنبال آن برخورداری از حمل و نقل عمومی پایدار به عنوان یکی از اجزای اصلی زندگی شهری امروزی شناخته می‌شود. بدیهی است که حمل و نقل درون‌شهری باید به گونه‌ای باشد که از خودروهای شخصی حداقل استفاده و از وسایل حمل و نقل عمومی حداکثر استفاده توسط شهروندان و گردشگران صورت گیرد و این در صورتی تحقق می‌یابد که سرویس‌های حمل و نقل عمومی مانند: متروها، اتوبوس‌ها، تاکسی‌های مجاز و پیک‌ها از کیفیت خدمات قابل قبولی برخوردار باشند و رضایت شهروندان و گردشگران را در رابطه با وسایل نقلیه عمومی جلب نمایند. کیفیت خدمات حمل و نقل و سهولت دسترسی آن از عوامل افزایش رضایت مردم به شمار می‌آید اما بار معنایی کیفیت و رضایت متفاوت است چرا که کیفیت دارای مفهوم عینی، شناختی و سنجشی است در حالی که رضایت یک عنصر ذهنی

مبتنی بر احساسات است. احساس رضایت گردشگران از حمل و نقل عمومی عامل مهمی در جهت ایجاد انگیزه سفر دوباره می‌باشد همچنین باعث بهبود روند افزایش کیفیت این خدمات‌دهی نیز می‌شود (ملکی و همکاران، ۱۳۹۴: ۴۱).

۲-۱-۱- امنیت و ایمنی فضای شبانه

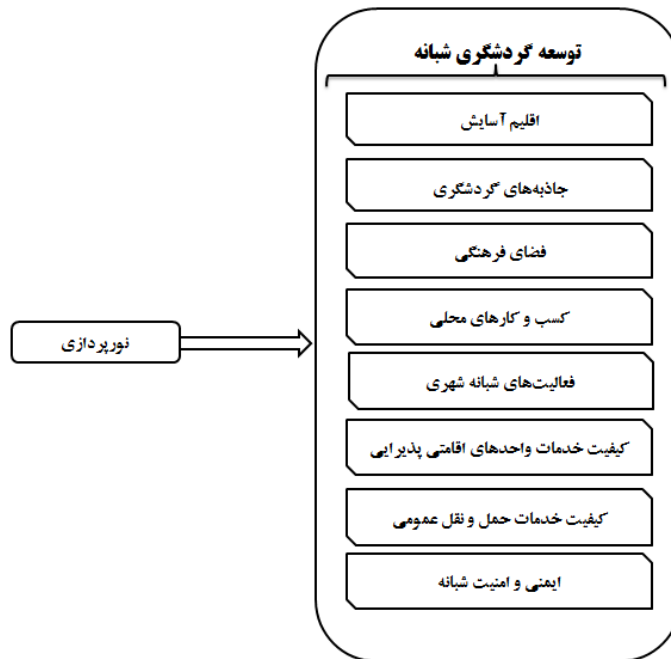
امنیت در شهر نوعی احساس آسایش و آرامش باطنی محسوب می‌گردد که از محیط پیرامون حاصل می‌شود و پس از درک ذهنی آن، نوعی احساس در امان بودن در فرد بوجود می‌آورد. حس داشتن امنیت از چگونگی قرار گرفتن انسان در محیط طبیعی یا محیط‌های انسان‌ساخت به شکل گونه‌ای ادراک روانی حاصل می‌شود. احساس امنیت شامل: امنیت اجتماعی، امنیت کالبدی و امنیت محیطی می‌باشد، هنگامی که این مشخصه‌ها تامین باشد می‌توان صحبت از امنیت شهری را به میان آورد (بمانیان و محمودی‌نژاد، ۱۳۸۷؛ حبیبی و صدیقی، ۱۳۹۴: ۸). همانطور که اشاره شد امنیت نوعی احساس و ادراک است و بیشتر به احساسات روانی شهروندان و گردشگران از عوامل هراس‌آور برمی‌گردد و امکان دارد میزان ناامنی احساس‌شده توسط فرد با واقعیت عوامل خارجی هراس‌آور تطابق نداشته باشد. بنابراین میزان احساس امنیت یا ناامنی، بنا به احساسی که فرد در محیط پیرامون خود ایجاد یا دریافت می‌کند در نوسان و متفاوت خواهد بود. به عبارت دیگر در جامعه‌ای که امنیت وجود دارد لزوماً احساس امنیت در مردم وجود ندارد چرا که احساس امنیت از موارد دیگری مانند ذهنیت مردم از جامعه نشأت می‌گیرد (نوروزی و فولادی سپهر، ۱۳۸۸؛ حبیبی و صدیقی، ۱۳۹۴: ۱۱). امروزه سبک زندگی با روشن نگاه داشتن دائمی شهرها، رها شدن از آهنگ طبیعی روز و شب، افزایش کار شبانه، افزایش ساعات کاری و باز بودن واحدهای فعالیتی مطابقت پیدا کرده است (پاتارست^۱ و کونکه^۲، ۲۰۱۳؛ علم‌دانی و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۹). اکثر مطالعاتی که درباره نورپردازی انجام شده‌اند نشان داده‌اند که با رونق روشنائی شبانه در مکان‌های مناسب و نامناسب، ترس از ارتکاب جرم، مشکلات رفت و آمدی مردم و گمنامی فضاهای شبانه موجود در شب بسیار کاهش می‌یابد. بنابراین وجود نور کافی و نورپردازی‌های زیبا در شهر باعث جذابیت و خواناتر بودن شهر و به دنبال آن موجب افزایش ایمنی و امنیت موجود در شب برای شهروندان و گردشگران ورودی به آن منطقه می‌شود (شرقی و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۹).

۲-۲- پیشینه تحقیق

در دهه ۱۹۷۰ میلادی نورپردازی مصنوعی در محیط به عنوان ابزاری برای جذابیت بیشتر فضای شهری و تامین‌کننده امنیت و ایمنی ساکنان و گردشگران شهری در هنگام شب استفاده شد اما استفاده استاندارد و اصولی از نور در فضای محیطی و بیرونی به قرن ۱۷ برمی‌گردد که نخستین تصاویر منظر شبانه توسط انسان برای فستیوال‌های بارکو به ثبت رسید (ریتز^۳، ۲۰۰۶: ۷۴۲). جوردانو^۴ در پژوهش خود (۲۰۱۸)، به بررسی طراحی نورپردازی در فضای باز به عنوان یک ابزار برای توسعه گردشگری در شهر والادولید اسپانیا پرداخت. براساس این پژوهش تمرینات نورپردازی در فضای باز در دهه‌های اخیر به طور چشمگیری تغییر کرده‌است چرا که نورپردازی کاربردی به همراه استفاده از آن به تدریج منجر به افزایش چشم‌انداز کیفی نور شد. پژوهش جوردانو نشان‌داد که نقش سنتی نور برای اهداف امنیتی با طراحی نورپردازی برای زیبایی‌سازی دارد در نتیجه شهرهای اروپایی بنا به سیاست‌ها و اهداف توسعه گردشگری نیاز شدیدی به توسعه گردشگری شبانه با استفاده از طراحی‌های نورپردازی دارند اما با این حال در تحقیقات علمی به این روند در حال رشد توجه کمتری شده. این پژوهش با هدف تمرکز بر پروژه‌های نورپردازی، استفاده از طراحی نور را برای اهداف گردشگری مورد بررسی قرار داد. نتایج نشان دادند بررسی تصمیمات طراحی روشنایی و نور در اهداف اقتصادی، سیاسی و زیست‌محیطی تأثیر بسزایی دارند و موجب الهام بخشیدن به استفاده روزافزون از اشکال مختلف برجستگی نور در راه توسعه اهداف گردشگری می‌باشد. در حالی که دو سال قبل لاند^۵ در مطالعه خود (۲۰۱۶)، به بررسی چگونگی ترویج نورپردازی و به موجب آن توسعه گردشگری زمستانی در شمال ایسلند پرداخت. این مطالعه نشان داد که در سال‌های اخیر، گردشگری زمستانی در ایسلند به طور مداوم در حال توسعه است و نورپردازی در شمال این کشور تبدیل به یکی از جاذبه‌های مهم گردشگری شده است، همچنین از سال ۲۰۰۹ استفاده از چراغ و نور به طور عمده برای بهبود مناظر طبیعی مورد استفاده قرار گرفته، نتایج این مطالعه حاکی از این بود که نورپردازی در شمال کشور زمستانی ایسلند که تاریکی بسیار فراگیری دارد موجب شده تا ذهن گردشگران از یک منطقه تاریک و بسیار سرد که می‌تواند خطرناک هم باشد تغییر پیدا کرده و دیدگاه آن‌ها روز به روز بهبود پیدا کرده‌است چراکه شرایط آب و هوایی هم با توجه به چراغ‌های متعدد به سمت مساعد شدن پیش‌رفته و احساس خطر در

1 Pottharst
2 Koneke
3 Ritter
4 Giordano
5 Lund

شمال ایسلند بسیار کاهش یافته است با این وجود غین^۱ و همکاران در پژوهش خود (۲۰۱۱)، به بررسی توسعه گردشگری شبانه شهری بر اساس پروژه‌های نورپردازی شبانه در شهر گوانژو چین پرداختند که در این پژوهش عوامل توسعه گردشگری شبانه شامل: اقلیم مناسب، غنای جاذبه گردشگری، غنای فضای فرهنگی و رونق کسب و کارهای محلی بررسی شده‌است، همچنین میزان تأثیرگذاری پروژه‌های نورپردازی در مکان‌های توریستی بر اقتصاد منطقه و فعالیت‌های گردشگری شبانه نیز کاملاً آشکار بوده‌است. هدف اصلی این پژوهش استفاده صحیح از مزایای زمان شب برای گذران اوقات فراغت گردشگران است. در نتیجه مردم و دولت می‌بایست اهمیت گردشگری شب و تأثیر بسزای نورپردازی بر آن را به رسمیت بشناسند و به تکامل هر چه بیشتر آن کمک کنند. نتایج حاکی از این پژوهش نشان داد که شهر گوانژو با آب و هوایی بی‌نظیر، جاذبه‌های گردشگری بسیار، فضای فرهنگی غنی از زندگی شبانه و بازارهای عظیم گردشگری، برای توسعه گردشگری شبانه مزایای بسیاری دارد و محدودیتی مانند: ساعات محدود یکی از موانع توسعه گردشگری شبانه به شمار می‌رود چرا که اکثر جاذبه‌های گردشگری قبل از ساعت ۶ عصر تعطیل می‌شوند و گردشگران در هنگام شب فرصتی برای لذت بردن از مناظر زیبا و جاذبه‌ها ندارند. بدین ترتیب توسعه گردشگری شبانه نیاز به تلاش کل جامعه دارد و پژوهشگران موظف هستند نحوه روابط بین متغیرهای گردشگری شبانه را بیشتر بررسی کنند. اما در ایران ناصحی و همکاران در تحقیقی (۱۳۹۶)، به بررسی نقش نور و اصول طراحی آن به عنوان عنصری گرافیکی در گرافیک محیطی و بافت گردشگری شهر اصفهان پرداختند. این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر روش، توصیفی تحلیلی بود. گردآوری اطلاعات به شیوهی کتابخانه‌ای و میدانی به صورت مشاهده‌ی مستقیم انجام شده. ابزار گردآوری اطلاعات فیش‌برداری از روش مشاهده و تجزیه تحلیل تصاویر بوده‌است. نتایج بدست‌آمده نشان داد که در بافت گردشگری شهر اصفهان، توجه به اصول گرافیکی در به کارگیری عناصر روشنایی و اصول زیبایی‌شناسی مد نظر نبوده‌است و پارازیت شدید نوری در فضای داخلی بناها مشاهده می‌شود. بنابراین بهره‌مند شدن از تجربه و تخصص افراد کاردان در این زمینه گویای حل این مسائل خواهد بود. در حالی که غفاری و همکاران در مطالعه خود (۱۳۹۵)، به بررسی نقش نورپردازی هنری در توسعه گردشگری شهر تبریز پرداختند. این پژوهش از نوع کتابخانه‌ای بوده و راه کارهای لازم جهت توسعه فضاهای گردشگری را ارائه داده‌است. در این پژوهش نورپردازی هنری، نورپردازی شهری، امنیت و آرامش، جذابیت فضای گردشگری و زمان گشت و گذار گردشگران مورد بررسی قرار گرفته. نتایج این پژوهش حاکی از آن بود که نورپردازی نه تنها یک فعالیت تزئینی است بلکه به عنوان حرکتی مدرن در معماری مجدد فضاهای شهری به شمار می‌رود و می‌تواند ضمن بهبود کیفیت زندگی شهری، توسعه گردشگری شهری را نیز به همراه داشته باشد. یک سال قبل از پژوهش غفاری، شیخ بیگلر و تبریزی در مطالعه‌ای تحلیلی (۱۳۹۴)، به ارزیابی مقایسه‌ای پنج کلان‌شهر کشور: اصفهان، تبریز، شیراز، مشهد و یزد از لحاظ چهار معیار کلی شامل: «جاذبه‌ها و خدمات»، «وضع موجود شهر شب»، «مطلوبیت محیطی» و «وضعیت حمل و نقل شبانه» جهت برنامه‌ریزی و توسعه‌ی گردشگری شبانه پرداختند. نتایج این ارزیابی نشان داد که در صورت اراده بر پایه‌گذاری و توسعه‌ی گردشگری شبانه در سطح ملی، براساس تلفیق نظرات کارشناسان حوزه‌ی گردشگری، شهر اصفهان با امتیاز قابل ملاحظه‌ای به عنوان گزینه‌ی ترجیحی در میان پنج شهر مورد مطالعه می‌باشد. همچنین خلیوند و اعلائی در پژوهشی (۱۳۹۴)، به بررسی نقش نورپردازی در توسعه گردشگری برای شهر اهواز پرداختند که هدف از این پژوهش شناختن صنعت گردشگر به عنوان یکی از راهبردهای اقتصادی و فرهنگی بود و یافته‌های پژوهش حاکی از آن بود که نورپردازی شهری در جذابیت محیط و بناهای شهری، افزایش زمان گشتن و خرید در بازار و افزایش آسایش و امنیت گردشگران شهری در هنگام شب بسیار موثر است. با این حال دو سال قبل غلامحسینی و همکاران در پژوهش خود (۱۳۹۲)، به بررسی تأثیرگذاری نورپردازی در امنیت شهری و توسعه گردشگری شهر شیراز پرداختند که هدف از این پژوهش آشنایی با ضرورت‌های نورپردازی به عنوان یکی از اصلی‌ترین عناصر شهری و بررسی تأثیر نورپردازی در امنیت گردشگران شهر شیراز بود. یافته‌های این پژوهش نشان داد که بیش از ۹۱ درصد شهروندان و گردشگران شهر شیراز به تأثیر بالای نورپردازی بر افزایش آسایش و امنیت شهروندان و گردشگران و همچنین افزایش زمان گردشگری تا ساعات پایانی شب اشاره کرده‌اند. بنابراین نتایج براین شد که نورپردازی مناسب برای جاذبه‌های گردشگری شهر شیراز، علاوه بر ایجاد بهبود کیفیت زندگی شهری، به توسعه گردشگری در شهر شیراز نیز منجر می‌شود. در شکل شماره ۱ مدل تحلیلی پژوهش نشان داده شده است:



شکل (۱): مدل تحلیلی پژوهش (مأخذ: غین و همکاران (۲۰۱۱)، شاو (۲۰۱۴)، استونسون و همکاران (۲۰۱۳))

هدف اصلی پژوهش حاضر بررسی نقش نورپردازی در توسعه گردشگری شبانه شهری است؛ به همین منظور فرضیه اصلی پژوهش به شرح ذیل در نظر گرفته شده است: "نورپردازی بر توسعه گردشگری شبانه در مقصد تاثیر معنادار دارد" و براساس تعاریف علمی هشت فرضیه فرعی به شرح زیر مورد بررسی قرار گرفته است: فرضیه اول: نورپردازی بر اقلیم آسایش در مقصد تاثیر معنادار دارد. فرضیه دوم: نورپردازی بر جاذبه‌های گردشگری در مقصد تاثیر معنادار دارد. فرضیه سوم: نورپردازی بر فضای فرهنگی در مقصد تاثیر معنادار دارد. فرضیه چهارم: نورپردازی بر کسب و کارهای محلی در مقصد تاثیر معنادار دارد. فرضیه پنجم: نورپردازی بر فعالیت‌های شبانه شهری در مقصد تاثیر معنادار دارد. فرضیه ششم: نورپردازی بر کیفیت خدمات واحدهای اقامتی و پذیرایی در مقصد تاثیر معنادار دارد. فرضیه هفتم: نورپردازی بر کیفیت خدمات حمل و نقل عمومی در مقصد تاثیر معنادار دارد. فرضیه هشتم: نورپردازی بر ایمنی و امنیت شبانه در مقصد تاثیر معنادار دارد.

۳- روش‌شناسی تحقیق

۳-۱- روش پژوهش

پژوهش حاضر در دسته تحقیقات کاربردی قرار دارد و روش انجام آن با توجه به اینکه متغیرها صرفاً وجود دارند و پژوهش قصد بررسی روابط میان متغیرها و تشریح و توصیف آن‌ها را دارد روش توصیفی تحلیلی می‌باشد. اطلاعات و داده‌های اصلی پژوهش از طریق مطالعات کتابخانه‌ای و اقدامات میدانی (طراحی، توزیع و تکمیل پرسش‌نامه) حاصل شده و توسط نرم‌افزار SPSS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته‌اند. به همین منظور پرسش‌نامه‌ای (محقق‌ساخت) توسط پژوهشگر طراحی و با روش مقطعی بین نمونه‌ای از جامعه آماری مورد نظر (کلیه گردشگران ورودی به منطقه ثامن شهر مشهد که در محدوده زمانی نیمه دوم سال ۱۳۹۸ در آن منطقه سکونت داشته‌اند) توزیع و تکمیل گردید. تمام پرسش‌نامه‌ها در منطقه موردنظر و پس از بازدید گردشگران از فضاها و جاذبه‌های مورد نظر و کسب تجربه عینی ناشی از نورپردازی محیطی بین آن‌ها توزیع و برای افزایش صحت و سهولت در پاسخگویی در ابتدا توضیحات مختصری در ارتباط با موضوع پژوهش و مطالعه به آن‌ها ارائه گردید. حجم نمونه، بنا بر قاعده حد مرکزی و بر اساس اینکه متغیرهای پژوهش حاضر کمی هستند و باید از آمار پارامتریک استفاده شود ابتدا پیش‌نمونه‌گیری از جامعه آماری به تعداد ۳۰ نفر انجام شد تا نرمالیت توزیع جامعه مورد سنجش قرار گیرد، سپس با توجه به نامعلوم بودن جامعه آماری و

انحراف معیار پیش‌نمونه که (مقدار ۰/۵) در نظر گرفته می‌شود، مقادیر در فرمول کوکران برای جامعه نامعلوم جای‌گذاری شده و حداقل حجم نمونه به تعداد ۳۸۴ عدد مشخص شد. روایی پرسشنامه از نوع صوری بوده و با تایید و اظهارنظر متخصصان و اساتید در رابطه با وضعیت سوالات حاصل شده، همچنین میزان پایایی پرسشنامه با استفاده از ضریب α کرونباخ توسط نرم‌افزار SPSS آزمون شده و مقدار (۷/۶۳) بدست آمده است که با توجه به اینکه ضریب α بیشتر از حد استاندارد (۷) می‌باشد نشان‌دهنده پایایی قابل قبول پرسشنامه پژوهش حاضر است. برای آزمون فرضیه‌های پژوهش با توجه به سنجش تاثیر یک‌متغیر بر یک‌متغیر از آزمون T تک‌نمونه‌ای استفاده شده است.

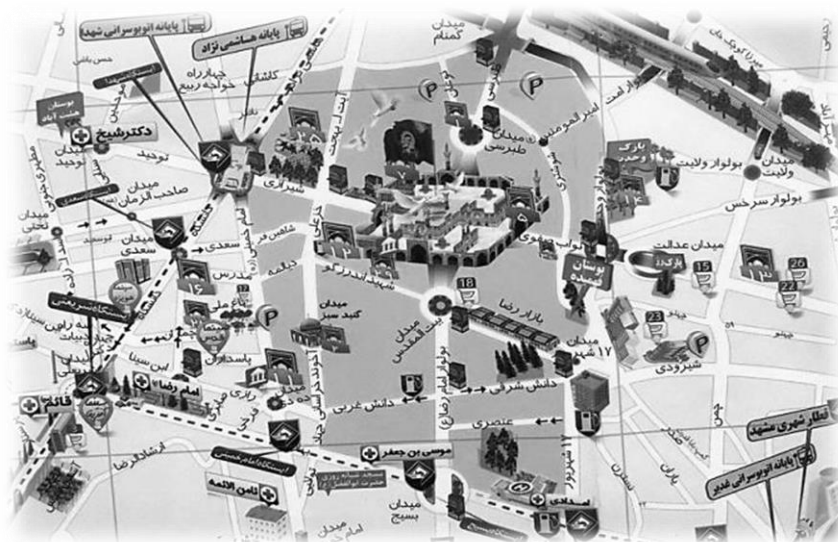
۳-۲- محدوده مورد مطالعه

مشهد بزرگترین کلان‌شهر مذهبی کشور است و طبق آخرین آمار در سال ۱۳۹۵ با جمعیت ۳,۰۰۱,۱۸۴ نفر دومین شهر پرجمعیت ایران پس از تهران است (مرکز آمار ایران، سرشماری عمومی نفوس و مسکن، ۱۳۹۵). شامل ۱۳ منطقه و ۴۰ ناحیه می‌باشد و از نظر آب و هوایی دارای اقلیمی متغیر، اما معتدل و متمایل به سرد و خشک است. تابستان‌های مشهد گرم و خشک است و از زمستان‌های سرد و مرطوب برخوردار است. اما محدوده دقیق مطالعه در پژوهش حاضر، یکی از مناطق ۱۳‌گانه مشهد به نام ثامن می‌باشد که محیط اطراف آستان رضوی را شامل می‌شود. جدول شماره ۱ منطقه ثامن را از چهار جهت اصلی اطراف توضیح داده است:

جدول (۱): توضیحات مربوط به نواحی منطقه ثامن (منبع: تولائی و همکاران، ۱۳۹۱: ۲۸۶)

شمال	میدان شهدا، خیابان آیت‌الله شیرازی، خیابان خسروی نو، میدان بیت‌المقدس
جنوب	بزرگراه کلانتری، کمربندی ۷۵ متری جنوبی مشهد، میدان جمهوری اسلامی
شرق	میدان بیت‌المقدس، خیابان امام رضا (ع)، میدان بسیج، پایانه مسافربری
غرب	میدان شهدا، خیابان و میدان دکتر شریعتی، خیابان دانشگاه، میدان جمهوری اسلامی

براساس منابع به‌روزشده توسط معاونت گردشگری و زیارت شهر مشهد در سال ۹۸؛ شکل شماره ۲ به نمایش دقیق منطقه ثامن و خیابان‌های منتهی به حرم مطهر رضوی می‌پردازد، لازم به ذکر است که این تصویر نمایش‌دهنده به‌روزترین نقشه منطقه‌ای برای منطقه ثامن، خیابان‌ها و محیط‌های اطراف آستان پاک و مقدس رضوی می‌باشد:



شکل (۲): نقشه هوشمند راهنمای گردشگری منطقه ثامن (مأخذ: معاونت گردشگری و زیارت شهر مشهد، ۱۳۹۸)

منطقه شهری ثامن، هسته اصلی و قدیمی شهر مشهد را در خود جای داده است. با عنایت به زیارتی بودن شهر مشهد، موقعیت مکانی حرم مطهر امام‌رضاع (در مرکز منطقه ثامن، ورود سالانه بیش از ۲۰ میلیون نفر گردشگر داخلی و خارجی و علاقه بسیار آن‌ها نسبت به اسکان در واحدهای اقامتی اطراف حرم مطهر امام رضا (ع)، این منطقه شاهد تراکم زیاد واحدهای اقامتی از جمله: هتل‌ها، هتل آپارتمان‌ها، مهمانپذیرها و خانه‌های استیجاری بوده است که موجب تمرکز بخش عظیم گردشگران به منطقه مذکور شده است (سقای، ۱۳۹۰؛ مافی و همکاران، ۱۳۹۴: ۴). منطقه ثامن جمعیتی بالغ بر ۱۶۸۸۴ نفر را در وسعتی معادل ۳۵۷۶۶۴ مترمربع جای داده، لازم به ذکر است که این منطقه شامل دو ناحیه و شش محله می‌باشد و براساس آمار موجود در

وبسایت رسمی میراث فرهنگی استان خراسان: این منطقه دارای ۹۰۴ واحد اقامتی معادل ۲۹۷۱۳ اتاق می‌باشد و از ظرفیت پذیرش مسافر به تعداد ۷۹۷۸۶ تخت برخوردار است (جاودانی و مسلمان‌زاده، ۱۳۹۱؛ مافی و همکاران، ۱۳۹۴: ۷). اکثر جاذبه‌های گردشگری موجود در این منطقه که مورد توجه و بازدید گردشگران قرار می‌گیرند در جدول شماره ۲ شاخه‌بندی و گردآوری شده‌است:

جدول (۲): جاذبه‌های گردشگری منطقه نامن شهر مشهد (مأخذ: معاونت گردشگری و زیارت مشهد، ۱۳۹۸)

مذهبی	مجموعه حرم مطهر امام رضا	مقبره شیخ بهائی	گنبد سبز	مسجد شاه
زیارتی	مسجد جامع گوهرشاد	مقبره شیخ طبرسی	گنبد خشتی	آرامگاه پیریلان دوز
بازارها	بازار بزرگ مشهد (سرشور)	بازار مرکزی	بازار عباس‌قلی‌خان	بازار بزرگ فرش مشهد
مراکز خرید	مرکز خرید آرمان	بازار رضا	سرای عزیز ا... اف	مجتمع تجاری توس ونک
	بازار حکیم (بازار روس‌ها)	بازار الغدیر	بازار امین	-----
تاریخی	آرامگاه نادرشاه و موزه نادری	خانه تاریخی داروغه	حوض انبار معجزدار	موزه آستان قدس رضوی
فرهنگی	خانه تاریخی توکلی	خانه تاریخی امیری	آبانبار بازار فرش	حمام قلی‌بیک (موزه مردم‌شناسی)
تفرجگاه	پارک میرزا کوچک‌خان	-----	-----	-----

۳-۳- تجزیه و تحلیل

نتایج بدست‌آمده از پرسش‌نامه پژوهش حاضر حاکی از آن است که ۳۷/۵ درصد از پاسخ‌دهندگان را زنان و در مقابل ۶۲/۵ درصد را مردان تشکیل داده‌اند. جدول شماره ۳ همه ویژگی‌های فردی بررسی‌شده در پژوهش را به خوبی نمایش داده‌است:

جدول (۳): ویژگی‌های فردی جامعه نمونه (مأخذ: نتایج استخراج‌شده از پرسش‌نامه، ۱۳۹۸)

جنسیت و تاهل		محدوده سنی		سطح تحصیلات	
زن	۳۷/۵٪	زیر ۲۴ سال	۳۹/۱٪	زیر دیپلم	۱۵/۹٪
مرد	۶۲/۵٪	۲۵ تا ۴۴ سال	۳۰/۷٪	دیپلم	۳۷/۲٪
مجرد	۳۹/۸٪	۴۵ تا ۶۴ سال	۲۱/۹٪	لیسانس	۳۹/۸٪
متاهل	۶۰/۲٪	۶۵ سال و بیشتر	۸/۳٪	فوق لیسانس	۷/۰٪

در قالب پاسخ به گویه‌های مطرح‌شده در پرسش‌نامه در ارتباط با نورپردازی محیطی در شهر، گردشگران به بیان نظرات خود پرداختند و با توجه به فرضیات و تاثیرگذاری متغیرهای پژوهش بر یکدیگر و اینکه در پژوهش حاضر سنجش رابطه برای یک متغیر مستقل نسبت به یک متغیر وابسته بررسی می‌شود از آزمون آماری T تک نمونه‌ای استفاده شده‌است. نتایج تحلیل آزمون T تک نمونه برای فرضیات پژوهش حاضر در جدول شماره ۴ ارائه شده‌است:

جدول (۴): شاخص‌های استنباطی آزمون T تک نمونه‌ای مولفه‌ها (مأخذ: محاسبات تحقیق حاضر)

Test Value = 0						متغیرهای فرعی (فاکتورهای توسعه گردشگری شبانه)
95% Confidence Interval of the Difference		تفاوت میانگین‌ها	سطح معناداری	درجه آزادی ^۲	(f) آماره آزمون ^۱	
حد کم	حد بالا					
۱۵,۵۹۸۳	۱۵,۰۴۷۵	۱۵,۳۲۲۹۲	۰,۰۰۰۵	۳۸۳	۱۰۹,۳۸۶	اقلیم آسایش
۱۸,۳۱۱۷	۱۷,۹۱۲۲	۱۸,۱۱۱۹۸	۰,۰۰۰۵	۳۸۳	۱۷۸,۲۶۶	جاذبه‌های گردشگری
۱۵,۱۲۷۰	۱۴,۴۸۲۴	۱۴,۸۰۴۶۹	۰,۰۰۰۵	۳۸۳	۹۰,۳۱۰	فضای فرهنگی
۱۷,۷۰۴۹	۱۷,۲۸۹۹	۱۷,۴۹۷۴۰	۰,۰۰۰۵	۳۸۳	۱۶۵,۷۹۹	کسب و کار محلی
۱۶,۹۳۳۱	۱۶,۴۶۷۶	۱۶,۶۹۵۳۱	۰,۰۰۰۵	۳۸۳	۱۴۴,۱۳۱	فعالیت شبانه شهری
۱۷,۳۱۴۸	۱۶,۹۱۹۶	۱۷,۱۱۷۱۹	۰,۰۰۰۵	۳۸۳	۱۷۰,۳۰۵	کیفیت خدمات واحدهای اقامتی و پذیرایی
۱۶,۳۳۳۳	۱۵,۷۱۵۶	۱۵,۹۷۳۹۶	۰,۰۰۰۵	۳۸۳	۱۲۱,۵۵۸	کیفیت خدمات حمل و نقل
۱۹,۱۶۹۴	۱۸,۸۷۲۳	۱۹,۰۲۰۸۳	۰,۰۰۰۵	۳۸۳	۲۵۱,۷۰۹	ایمنی و امنیت شبانه
۱۹,۱۶۹۴	۱۸,۸۷۲۳	۱۹,۰۲۰۸۳	۰,۰۰۰۵	۳۸۳	۲۵۱,۷۰۹	توسعه گردشگری شبانه

۱ فضای نمونه به ازای هر برآمد ممکن
۲ میزان حق انتخاب

نتیجه‌گیری و پیشنهادات

براساس نتایج بدست‌آمده از آزمون فرضیات حاضر می‌توان ادعا کرد نورپردازی بر همه شاخص‌های توسعه گردشگری شبانه در منطقه ثامن شهر مشهد تأثیر مثبت و معناداری دارد و فرضیات پژوهش کاملاً مورد تأیید قرار گرفته‌اند بنابراین پس از بررسی تمام شاخص‌های توسعه گردشگری شبانه در پژوهش حاضر می‌توان ادعا کرد نورپردازی بر توسعه گردشگری شبانه در منطقه ثامن شهر مشهد نیز تأثیر مثبت و معناداری دارد. نتایج حاصل‌شده از آزمون فرضیه اصلی پژوهش با مطالعات گذشته که به صورت اختصاصی در زمینه تأثیر نورپردازی بر توسعه گردشگری شبانه انجام شده‌اند مانند: غین و همکاران (۲۰۱۱)، استونسون و همکاران (۲۰۱۳)، شاو (۲۰۱۴)، جوردانو (۲۰۱۷)، تقوایی و همکاران (۱۳۹۰)، شیخ‌بیگللو و تبریزی (۱۳۹۵) و شیخ‌بیگللو و همکاران (۱۳۹۸) همسویی دارد. پژوهش حاضر با محدودیت‌هایی نیز همراه بوده‌است: اول اینکه تنها ابزار گردآوری داده‌ها در پژوهش حاضر پرسش‌نامه بوده که ممکن است برخی از نمونه‌های آماری منظور محقق یا گوینه را درست متوجه نشده باشند و به دنبال آن جواب درستی هم نداده باشند لازم به ذکر است نتایج کسب‌شده از پژوهش حاضر منسوب به منطقه ثامن در شهر مشهد می‌باشد و بدیهی است که این نتایج را نمی‌توان به کل شهر مشهد تعمیم داد چرا که ممکن است نتایج در مناطق دیگر گردشگری متفاوت باشد. همچنین کمبود پژوهش‌های جدید در خصوص این موضوع در کشور نیز از محدودیت‌های پژوهش محسوب می‌شود. در همین راستا پیشنهاداتی به پژوهش‌های آتی ارائه گردیده‌است که شامل:

بررسی دیدگاه مردم بومی در خصوص ایجاد و توسعه گردشگری شبانه

بررسی تأثیرات روانی نور و رنگ در روحیات و فعالیت‌های مردم جامعه میزبان و مهمان

با توجه به اینکه پژوهش حاضر برای منطقه ثامن انجام شده‌است و نتایج کسب‌شده ممکن است با دیگر مناطق مطابقت نداشته باشد لذا به محققین آتی پیشنهاد می‌شود که پژوهش‌های مشابهی در مناطق گردشگری دیگر مانند: طرقبه و شاندیز انجام دهند و نتایج آن را با نتایج پژوهش حاضر به قیاس بگذارند.

منابع

- تقوایی، مسعود، وارثی، حمیدرضا، درکی، افشین، (۱۳۹۰)، بررسی نقش نورپردازی در توسعه گردشگری شهر اصفهان، «مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای»، بهار، سال دوم، شماره ۸، صص ۱۸-۱
- تولایی، سیمین، علی‌زاده، دانا، علی‌زاده، پرستو، (۱۳۹۱)، تحلیلی بر ساختار کلیدی محیط شهری در امنیت گردشگران منطقه ثامن مشهد، «فصلنامه معماری و شهرسازی آرمان شهر»، پاییز، سال دوم، شماره ۱۱، صص ۲۹۲-۲۷۹
- حلبیان، امیرحسین و پورعیدی‌وند، لاله، (۱۳۹۳)، روند شاخص اقلیمی گردشگری شهر اصفهان، «فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات مدیریت گردشگری»، بهار، سال نهم، شماره ۲۷، صص ۱۶۴-۱۴۳
- شیخ‌بیگللو، رعنا و سلطانی، زهرا، (۱۳۹۸)، مطلوبیت گردشگری شبانه شهری از دیدگاه گردشگران شهر شیراز، «فصلنامه گردشگری شهری»، بهار، دوره ۶، شماره یک، صص ۸۵-۶۷
- شیخ‌بیگللو، رعنا و تبریزی، نازنین، (۱۳۹۴)، توسعه گردشگری شبانه شهری در ایران، تحلیل مقایسه‌ای: شهرهای اصفهان، تبریز، شیراز، مشهد و یزد، «فصلنامه برنامه‌ریزی منطقه‌ای»، زمستان، سال ششم، شماره ۲۴، صص ۵۸-۴۵
- غفاری، عباس، طاهری، فرشته، فرهنگ، راحله، (۱۳۹۵)، نقش نورپردازی هنری در توسعه گردشگری شهر تبریز، «کنفرانس بین‌المللی رویکردهای نوین در علوم و تکنولوژی و مهندسی»، سال اول، شماره ۱، صص ۳۵-۲۴
- غلامحسینی، رحیم، کلانتری، محسن، احمدی، فرزانه، (۱۳۹۲)، تأثیرگذاری نورپردازی در امنیت شهری و توسعه گردشگری شهر شیراز، «فصلنامه برنامه‌ریزی منطقه‌ای»، بهار، سال سوم، شماره ۹، صص ۷۵-۶۷
- نرگسی، شهین، بابکی، روح‌اله، عفتی، مهناز، (۱۳۹۷)، بررسی رابطه بین گردشگری، رشد اقتصادی و توسعه مالی کشور ایران، «فصلنامه اقتصاد مالی»، پاییز، سال دوازدهم، شماره ۴۴، صص ۶۷-۴۱
- نصراللهی، زهرا، جهانبازی، نداء، ناصری، طاهره، (۱۳۹۳)، رده‌بندی استان‌های کشور برحسب جاذبه‌های گردشگری، «فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات مدیریت گردشگری»، زمستان، سال نهم، شماره ۲۸، صص ۳۷-۱۷
- همایونی، الهام، (۱۳۹۵)، بررسی رابطه بین فرهنگ و گردشگری با رویکرد جذب توریسم، «کنفرانس بین‌المللی مهندسی معماری و شهرسازی»، بهار، تهران: دبیرخانه دائمی کنفرانس
- Eldridge, A. and Smith, A (2019), "Tourism and the Night: Towards a Broader Understanding of Nocturnal City Destinations", Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events, Vol.11, No.3 .pp. 371-379 .
- Evans, G. (2012), "Hold back the Night: Nuit Blanche and All-night Events in Capital Cities", Current Issues in Tourism, Cities institute, London Metropolitan University, Vol.15, No.1-2 .pp. 35-49.

- Qin, G. LIN, M. Jin-hua, M. and Jun-lei, Z (2011), "The Development of Urban Night Tourism based on the Nightscape Lighting Projects a Case Study of Guangzhou", *Energy Procedia* 5 .pp. 477-481.
- Hsieh, A.T. and Chang, J (2006), "Shopping and Tourist Night Markets in Taiwan", *Tourism Management*, 27(1), February .pp. 138-145.
- Richards, G. (2014), "Creativity and Tourism in the City", *Current issues in Tourism*, Vol.17, No.2 .pp. 119-144.
- Stevenson, D. and Matthews, A (Eds.). (2013), "Culture and the City: Creativity, Tourism, Leisure", 1st Edition, June, by Routledge .
- Shaw, R. (2014), "Beyond Night-time Economy: Affective Atmospheres of the Urban Night", *Geoforum* Vol51, January .pp. 87-95.
- Yin, P. (2011), "Nighttime Tourism Activities of Domestic Tourists in Beijing: Exploratory Study", *Journal of System and Management Sciences*, Vol.1, No.6 .pp. 38-47.
- Giordano, E. and Ee-Ong, C (2017), "Light Festivals, Policy Mobilities and Urban Tourism", *Tourism Geographies*, April, Vol.19, No.5 .pp. 699-716.
- Giordano, E. (2018), "Outdoor Lighting Design as a Tool for Tourist Development: the Case of Valladolid", *European Planning Studies*, February, Vol.26, No.1 .pp.55-74.
- Lund, K.A. (2016), "Chasing the Lights: Darkness, Tourism and the Northern Lights", In book *Green Ice*, January, Palgrave Macmillan, London .pp. 49-71 .