

بررسی تأثیر ویژگی‌های جشنواره‌های موسیقی سنتی نواحی بر توسعه گردشگری فرهنگ؛ مورد مطالعه: شهرستان کرمانشاه

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۸/۰۲

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۸/۳۰

کد مقاله: ۷۶۶۳۷

امیر بابایی^۱، علیرضا نوری^{۲*}

چکیده

گردشگری موسیقی شاخه‌ای از شاخه‌های گسترده گردشگری فرهنگی است، به طوری که امروزه بخش قابل توجهی از گردشگران بین‌المللی به این نوع گردشگری تمایل دارند. رویدادهای موسیقی از جمله جشنواره‌های موسیقی در مناطق روستایی می‌توانند به عنوان عامل جذب گردشگر و کسب درآمدهای حاصل از گردشگر تلقی شوند. برخی مؤلفه‌های جشنواره‌های موسیقی از جمله پتانسیل بالای آن‌ها به عنوان جاذبه‌های گردشگری، ارتقای هویت فرهنگی و فردی و همچنین موفقیت‌های اقتصادی از جمله تأثیرات این جشنواره‌ها برای گردشگری محلی می‌باشند. تحقیق حاضر با هدف بررسی نقش ویژگی‌های جشنواره‌های موسیقی نواحی بر توسعه گردشگری فرهنگی انجام شده است. در این راستا تحقیق حاضر به لحاظ هدف، کاربردی، از نظر نحوه جمع‌آوری داده‌ها توصیفی و از نظر نحوه تجزیه و تحلیل داده‌ها به صورت کمی و از نظر تحلیل به صورت همبستگی می‌باشد. ابزار گردآوری، پرسش‌نامه و نحوه جمع‌آوری اطلاعات پیمایشی و میدانی می‌باشد. برای پایایی پرسش‌نامه از آلفای کرونباخ و برای روایی سازه از تحلیل بارهای عاملی تأییدی استفاده گردید. جامعه آماری کلیه گردشگران شهر کرمانشاه و روش نمونه‌گیری غیرتصادفی ساده و حجم نمونه طبق فرمول کوکران ۳۸۴ نفر می‌باشد که پس از جمع‌آوری اطلاعات از طریق پرسش‌نامه و نتایج تجزیه تحلیل اطلاعات، فاکتور ویژگی‌های جشنواره موسیقی شامل عوامل فردی، سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و زیرساختی به عنوان عوامل تأثیرگذار برگردشگری فرهنگی معرفی گردید.

واژگان کلیدی: جشنواره موسیقی، موسیقی نواحی، گردشگری فرهنگی، گردشگران شهر کرمانشاه، توسعه گردشگری

۱- کارشناس ارشد مدیریت بازاریابی جهانگردی

۲- استادیار و عضو هیئت علمی موسسه آموزش عالی شان‌دیز (نویسنده مسئول) a.r.n52520@gmail.com

۱- مقدمه

گردشگری عامل مهمی برای توسعه و توسعه اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی کشورها می‌باشد (رضوانی، ۱۳۸۶: ۵۰). گردشگری فرهنگی از مهم‌ترین گونه گردشگری در ایران و بسیاری از کشورهای دنیا بوده و رکن اصلی این گونه گردشگری، شناخت گذشتگان و آشنا شدن با آداب و سنن گذشتگان، شغل‌های سنتی، اقتصادی و الگوهای فرهنگی (موسیقی، رقص، جشن و ...) می‌باشد (اشرفی و کاظم‌پور، ۱۳۹۱). گردشگری موسیقی به دلیل همراه بودن با جشنواره‌ها، زیرمجموعه‌ای از گردشگری فرهنگی است و موسیقی هم در قلب رویدادهای فرهنگی قرار دارد و هر ساله تعداد زیادی رویداد فرهنگی سازماندهی شده با تعداد زیادی مخاطب ملی و بین‌المللی را به خود جذب می‌کند (گیسون و کانل، ۲۰۰۵). هدف از توسعه گردشگری فرهنگی، تغییراتی است که در هنر، عادات و آداب و رسوم افراد ساکن در جامعه میزبان رخ می‌دهد (وای گی چاک، ۱۳۷۷: ۳۲۷). لذا می‌توان بیان نمود که جشنواره‌های موسیقی منابع بسیار خوبی برای ایجاد محصولات جدید گردشگری در یک منطقه هستند (گونزالس روتو و میرابل، ۲۰۰۹). همچنین ایجاد اشتغال و دست‌یافتن به درآمد ارزی مناسب و پایدار و همچنین تفاهم فرهنگی متقابل در راستای صلح و وفاق بین‌المللی از جمله اثرات این صنعت است (مکیان و نادری بنی، ۲۰۰۳: ۲۰۵).

۲- بیان مساله

گردشگری موسیقی شاخه وسیعی از گردشگری فرهنگی بوده و امروز بخش چشمگیری از گردشگران بین‌المللی به این گونه گردشگری گرایش دارند (راستگو، نیلوفر، ۱۳۹۸). به عبارتی دیگر، زبان فرهنگی، آداب و رسوم موسیقی و فولکلور، عادات غذایی، سنت‌ها و آداب دینی و مذهبی و قومی، تنها راه ارتباطی است که نیاز به ترجمه خاصی نداشته و هر گردشگر می‌تواند پیام‌ها و معانی دلخواه خود را مطابق با وضعیت روحی و روانی خود دریافت کند. از این رو گردشگری فرصت‌ها و پتانسیل‌هایی را ایجاد می‌کند که به واسطه آن می‌توان فرهنگ‌های منزوی و در آستانه فراموش شدن را به جهانیان معرفی و یا به ظهور دوباره آن کمک نموده و با معرفی آن به گردشگر، فرصت اقتصادی و اجتماعی بسیاری را فراهم کرده و برای حفظ و حراست از آن به‌عنوان یکی از ویژگی‌های فرهنگ قومی تلاش کرد (اکبری، ۱۳۹۱). رویدادهای موسیقی مانند جشنواره‌های موسیقی در مناطق روستایی را می‌توان عاملی برای جذب گردشگر و کسب درآمد از گردشگران به شمار آورد. برخی از مؤلفه‌های کارناوال‌های موسیقی مانند ظرفیت زیاد آنها به‌عنوان جاذبه‌های گردشگری، توسعه هویت‌های فرهنگی و شخصی و نیز توسعه اقتصادی از تأثیر کارناوال و جشنواره‌ها بر گردشگری محلی است (گونزالس و میرابل، ۲۰۰۹). گردشگری موسیقی در دنیا، بیانگر رشد اقتصادی و خلق فرصت‌های کاری و شغلی تمام‌وقت است. صنعت موسیقی فرصت‌های بسیار خوبی برای توسعه گردشگری به وجود می‌آورد که هدف آن هم رشد اقتصادی و هم ارتقای ارزش‌های فرهنگی جامعه است. گردشگری فرهنگی یکی از ریشه‌ای‌ترین گونه‌های گردشگری در ایران و شمار زیادی از کشورهای جهان می‌باشد که پایه اصلی این گونه گردشگری، شناخت دیرینه و شناخت آداب و آیین گذشته، کارهای سنتی اقتصادی و الگوهای فرهنگی (موسیقی، جشن، رقص و ...) بوده و این نوع گردشگری مخاطبان جدید و دلبستگان زیادی را برای هنرهای بومی، علی‌الخصوص، موسیقی محلی به وجود می‌آورد (پاپلی یزدی، ۱۳۸۵). گردشگری موسیقی اقوام فرصتی برای آشنایی با فرهنگ قومی توده‌ها بوده و گردشگرانی که در تورهای فرهنگی بزرگ از تئاترهای محلی و مراسم موسیقی محلی حتی در زمان کوتاه دیدن کرده‌اند تجربه خوشایندی داشته‌اند و احساس کرده‌اند که فرهنگ اصیل را به گونه‌ای درست لمس کرده‌اند (جانسون، ۲۰۰۲). در حال حاضر و با توجه به رشد روزمره حرفه گردشگری و مشهود بودن آن در زندگی انسان‌ها، آماده کردن زمینه مناسبی به جهت حفاظت از فرهنگ محلی الزامی می‌باشد. با توجه به جایگاه و پتانسیل موسیقی بومی و محلی و فهمیدن اهمیت اثرات گردشگری، احتیاج به فهم دقیق و علمی نتایج توسعه گردشگری موسیقی و برنامه‌ریزی مفصل و نظام‌مند به جهت نیرومند ساختن اثرات مثبت و تقلیل اثرات منفی و توسعه گردشگری فرهنگی، از دلایل ارزشمند بودن و ضرورت پژوهش در این باره می‌باشد (کریمی، ۱۳۸۹). با توجه تحقیقات انجام شده علی‌رغم اینکه در مورد نقش گردشگری موسیقی و جذب گردشگر قبلاً کار شده است؛ اما نقش تأثیر برپایی جشنواره‌های موسیقی سنتی و بومی نواحی در توسعه گردشگری فرهنگی مغفول مانده است که محقق سعی می‌کند خلاً تحقیقاتی در این زمینه را برطرف نماید. از آنجا که مهم‌ترین انواع موسیقی، موسیقی محلی می‌باشد که تأثیر زیادی در جذب گردشگر دارد، در این راستا، تحقیق فوق‌الذکر به دنبال توضیح این مطلب است که چگونه می‌توان در مناطق روستایی از پتانسیل موسیقی محلی در زمینه توسعه گردشگری فرهنگی سود جست.

۳- مروری بر پیشینه پژوهش

در سال‌های اخیر مطالعات زیادی در ارتباط با اثرات عوامل مختلف بر توسعه گردشگری فرهنگی انجام شده است. به عنوان نمونه حاج‌آقا میر و همکاران، (۱۴۰۰) در پژوهشی با عنوان طراحی الگوی مطلوب برای توسعه گردشگری فرهنگی در ایران نشان

داد که شاخص‌های اجتماعی بیشترین تأثیر را در بین شاخص‌های گردشگری فرهنگی در کشور دارند. شکاری (۱۴۰۰) در پژوهشی با عنوان طراحی الگویی برای توسعه گردشگری فرهنگی با رویکرد موسیقی در ایران بیان کرد، طراحی رویدادهایی با محوریت موسیقی محلی، و جشنواره‌های مشترک با سایر کشورهایی که دارای زبان مشترک هم هستند به دلیل شباهت‌های فرهنگی، اجرای موسیقی نواحی در مکان‌های عمومی و طراحی کردن بسته‌های سفر با رویکرد موسیقی نواحی از روش‌های توسعه گردشگری موسیقی است. وزین و همکاران، (۱۳۹۵) در پژوهشی با عنوان پیامدهای فرهنگی توسعه گردشگری در کشور از دیدگاه صاحب‌نظران نشان می‌دهد که توسعه گردشگری پیامدهای فرهنگی مثبت و منفی متعددی برای جامعه گردشگری مقصد در سطوح محلی و ملی دارد. سجاد امیدوارفر و همکاران، (۱۳۹۸) در پژوهشی دیگر با عنوان نقش موسیقی محلی و بومی در جذب گردشگر، نشان می‌دهد که موسیقی محلی می‌تواند سهم بسزایی در جذب گردشگر داشته باشد و باعث فرایند گسترش فضای گردشگری شود. کریم پور، (۱۳۹۸) در پژوهشی دیگر با عنوان بررسی تأثیر رویدادهای فرهنگی در توسعه گردشگری با رویکرد توسعه جشنواره‌های غذا در مشهد بیان می‌کند برپایی آیین‌ها، مراسم، موسیقی زنده و ... می‌تواند به جذب گردشگر کمک کند. سجادی، (۱۳۹۷) در پژوهش دیگری با عنوان تبیین تأثیرات جشنواره‌های محلی بر توسعه گردشگری روستایی بیان می‌کند برپا نمودن جشنواره‌های محلی از دید اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، کالبدی و زیست‌محیطی در پیشرفت توسعه گردشگری روستایی مؤثر است. حاجی رضایی، (۱۳۹۵) در پژوهشی دیگر با عنوان نقش موسیقی در گردشگری فرهنگی ایران بیان نمود که موسیقی محلی و اصیل چه در داخل و چه در خارج از کشور جزء جدانشدنی فرهنگ هر منطقه است و می‌تواند چه در داخل و چه در خارج تأثیر بسزایی در توسعه گردشگری داشته باشد. کیاچوری و همکاران، (۱۳۹۳) در پژوهش دیگری با عنوان نقش موسیقی محلی و بومی در جذب گردشگر نشان می‌دهد که موسیقی بومی مازندران می‌تواند گردشگران را جذب کند و باعث رونق و تنوع در بخش گردشگری منطقه شود. افتخاریان، (۱۳۹۲) در تحقیقی با عنوان بررسی نقش جشنواره‌های موسیقی در توسعه گردشگری در ایران بیان می‌کند عامل موسیقی در برگزاری فستیوال‌های موسیقی و غیر موسیقی به‌خصوص در ایران به علت فراوانی و کثرت در ساز و لحن، یکی از عوامل اصلی رونق گردشگری رویداد است. ارکان گونش، (۲۰۲۲) در پژوهشی با عنوان همکاری جشنواره‌های محلی باهدف گردشگری پایدار، بیان می‌کند جشنواره‌ها در منطقه‌ای که در آن برگزار می‌شوند تأثیر مثبت یا منفی اقتصادی، اجتماعی و یا فرهنگی دارند. پرایس هاواردو همکاران، (۲۰۱۹) در تحقیقی با عنوان تحلیل طولی تأثیرات گردشگری موسیقی بیان می‌کنند: گردشگری موسیقی در دهه‌های اخیر رونق گرفته است و بخشی از رشد گردشگری فرهنگی بوده است.

۴- مبانی نظری

گردشگری قبل از اینکه یک صنعت و فعالیت اقتصادی باشد پدیده‌ای است فرهنگی که در ایجاد تغییرات فرهنگی بسیار تأثیرگذار می‌باشد. رخدادهای فرهنگی و هنری که قسمت فراوانی از مراسم و رویدادها در ایران را در برمی‌گیرند قسمتی از این گردشگری هستند. عامل موسیقی در اجرا و برگزاری جشنواره‌های موسیقی به‌ویژه در ایران، به علت تنوع آن یکی از عوامل اصلی رونق گردشگری رویداد به شمار می‌آید. از این رو پژوهش فوق بعد از بیان مبانی نظری و تعاریف متغیرهای تحقیق به بررسی تأثیر جشنواره‌های موسیقی محلی بر جذب گردشگری فرهنگی خواهد پرداخت.

۴-۱- گردشگری فرهنگی

گردشگری به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین صنعت‌های بین‌المللی بوده و در این میان گردشگری فرهنگی از رشد سریعی برخوردار می‌باشد. از دهه ۱۹۸۰ به بعد گردشگری فرهنگی به‌عنوان منبع اصلی برای توسعه اقتصادی خیلی از مقاصد مطرح شد (سازمان همکاری و توسعه اقتصادی، ۲۰۱۶). یکی از متمایزترین و مهم‌ترین تعاریف گردشگری فرهنگی که به‌وسیله انجمن علمی بین‌المللی در سال ۱۹۹۰ ارائه گردیده است. بر مبنای این تعریف: «گردشگری فرهنگی فعالیتی است که افراد را توانا می‌کند تا رسومات زندگی مختلف بقیه مردم را تجربه کرده و در نوبت اول برداشتشان از سنت‌ها، آداب و رسوم، مکان فیزیکی، باورهای ذهنی و مکان‌های معماری، تاریخی، باستان‌شناسی یا بقیه تعاریف فرهنگی به‌جامانده از زمان‌های گذشته را به دست آورند.» به‌عبارت‌دیگر، گردشگری فرهنگی به دنبال کسب استنباط یا ارزیابی هویت مکان مورد بازدید است. در گردشگری فرهنگی منظور اصلی گردشگر مشاهده آثار فرهنگی یک مقصد مثل مراسم رفتارهای نمایش نامه‌ها، نمایشگاه‌ها، هنر و موسیقی آن است (لطفی خاچکی، ۱۳۸۷). در گردشگری فرهنگی، منظور واقعی گردشگران، دیدن نمونه‌های فرهنگی یک مقصد مانند مراسم، رفتارها، نمایشگاه‌ها، هنر و موسیقی آن مکان است. در نواحی درحال توسعه، مکان‌های مذهبی یا کارگاه‌های صنایع دستی از جمله جذابیت‌های فرهنگی برای گردشگران است (کاظمی، ۱۳۸۰: ۱۵).

۲-۴- گردشگری رویداد

گردشگری رویداد شامل برنامه‌ریزی، پیشرفت و بازاریابی جشنواره‌ها و رخدادهای ویژه است و به‌عنوان یک رونق دهنده جاذبه‌های گردشگری و یک کاتالیزور برای رشد زیر ساخت‌های اقتصادی محاسبه می‌گردد (غزالی در کالینزو مینیز، ۲۰۰۷). رویدادها بسیار متنوع و گسترده هستند و می‌توانند موضوعات حاوی موضوع‌های مختلف و وسیعی مانند موسیقی، صنایع دستی، میراث فرهنگی قومی و بومی، سنت‌های مذهبی، رویدادهای مهم تاریخی و... باشند (رنجبریان، ۱۳۸۳). جشنواره‌ها یا رویدادها بر تعدادی از فعالیت‌ها متمرکز می‌شوند که حول یک موضوع خاص و در مدت‌زمان محدودی انجام می‌شود (صالح و رایان، ۱۹۹۳). لازم به ذکر است که در بسیاری از مقالات لاتین، تفاوتی بین جشنواره و رویداد وجود قائل نیستند، بنابراین در این سطرها جشنواره به معنای همان رویداد است (فضولی، ۱۳۹۴: ۱۸). بازارهای گردشگری رویداد عموماً به رویدادهای تجاری، ورزشی، کارناوال‌ها و جشن‌های فرهنگی منسب می‌شود. برای رویدادها، تقسیم‌بندی‌های مختلفی وجود دارد. یکی از عمده‌ترین این تقسیم‌بندی‌ها، گونه‌شناسی انواع رویدادها بر اساس تفاوت‌های موضوعی ارائه شده توسط گنز (۲۰۰۸: ۲۱) است.

۳-۴- جشنواره‌ها

رویدادها به شرطی جاذبه گردشگری یک مقصد به حساب می‌آیند که قدرت جذب بازدیدکنندگان غیرمحلی را دارا باشند. برخی از محققین بر این عقیده هستند که جشنواره‌ها در یک مقصد می‌توانند فصل ارتقا گردشگری را طولانی‌تر کرده و یا فصل تازه‌ای در گردشگری ایجاد کنند (درت، ۲۰۰۴). در واقع طراحی یک رویداد به‌خودی‌خود به معنای تبدیل آن به یک جاذبه گردشگری نیست. رویدادها باید مراحل فراوانی را بگذرانند تا در پایان پس از جذب گردشگران به آن رویداد به جاذبه گردشگری و محصول تبدیل شوند. در دهه ۱۹۷۰، جشنواره‌های موسیقی قسمتی از راهبردهای گردشگری بومی شدند و به‌زودی ارزش اقتصادی قابل‌قبولی پیدا کردند (گیسون و کانل، ۲۰۰۶: ۲۱۵). در دهه ۱۹۸۰، جشنواره‌های موسیقی به نحو فزاینده‌ای به‌عنوان وسیله مهمی جهت تبلیغ مکان‌ها و مناطق مورد بهره‌برداری قرار گرفتند. اکثر مناطق دورافتاده، بدون منابع جذب توریست، اقدام به بهره‌برداری از موسیقی جهت ایجاد درآمد گردشگری کردند (گیسون و کانل، ۲۰۰۶: ۲۱۳). در واقع جشنواره‌های موسیقی هم مصرف‌کنندگان محلی، ملی و بین‌المللی و هم مشتریان تجاری را هدف قرار می‌دهند.

۴-۴- مؤلفه‌های تأثیرگذار در برپایی جشنواره‌های موسیقی

به‌طور کلی عوامل مؤثر در برگزاری جشنواره شامل عوامل فردی، اقتصادی، سیاسی، فرهنگی - اجتماعی و زیرساختی است که بنا به کیفیت برنامه، سهولت دسترسی (موقعیت، حمل‌ونقل، سهولت تهیه بلیت)، سهولت تردد در جشنواره، تنوع رویدادها و برنامه‌ها، جاذبه‌های دیگر منطقه یا شهر میزبان و زمان برگزاری جشنواره، مخاطبان خاص خود را جذب می‌کند. جشنواره نقش اقتصادی مهمی برای شرکت‌های تولیدکننده محصولات موسیقی ایفا می‌کند و منجر به فروش بیشتر آلبوم و دسترسی بیشتر موزیسین‌ها به مخاطبان بیشتر می‌گردد. درآمد حاصل از گردشگری در برپایی جشنواره‌ها مهم است. براین‌اساس بین گردشگر و بقای جشنواره‌ها در منطقه رابطه دوطرفه برقرار است. حتی زمانی که جشنواره مقدار کمی کار تمام‌وقت تولید می‌کند و فقط از اقتصاد محلی حمایت کند، باز هم تأثیر ملموس و مثبتی بر آن مناطق دارد. نقش اصلی جشنواره‌ها معرفی جایگاه موسیقی فراموش شده یا کمتر شنیده شده است و اغلب توسط دولت یا سازمان‌های غیرانتفاعی فرهنگی محلی حمایت می‌شود. جشنواره‌ها بازدیدکنندگان را از سرتاسر جهان جذب می‌کنند تا از به اشتراک گذاشتن هویت‌ها و سنت‌های فرهنگی بازدید کنند. از اهداف اصلی برگزاری جشنواره‌ها در جهان، به جذب مخاطبان خاص از یک بازار یا منطقه محلی، افزایش آگاهی فرهنگی و تجارب جوامع محلی، ایجاد درآمد گردشگری و یا رفع نیاز گردشگران، ایجاد تجربه مشترک بین افراد از فرهنگ‌های مختلف، معرفی یک شهر یا منطقه و جایگزین کردن روابط اجتماعی نادرست اشاره کرد (گیسون، کانل، ۲۰۰۵: ۲۱۱).

۵-۴- موسیقی نواحی ایران

موسیقی محلی ایران (نواحی) شامل آوازها و دستگاه‌هایی است که در بین مردم ایران وجود داشته و کاملاً قابل‌فهم و قابل‌درک بوده و در نقاط مختلف ایران باقی‌مانده و سهم زیادی در سرمایه اجتماعی و فرهنگی ما دارد (فاضلی، محمد، ۱۳۸۶). این موسیقی شامل موارد زیر می‌باشد:

۱-۵-۴- موسیقی مقامی و آیینی

موسیقی مقامی (موغامی) یادمان جلوه‌های تماشایی فرهنگ کهن مشرق‌زمین است که از تغییر و دگرگونی اعصار حفظ شده و نغمه‌هایی در موسیقی موغامی می‌توان یافت که به عهد باستان بازمی‌گردد. مقام، در موسیقی محلی به نغمه‌های ساخته شده، گفته

می‌شود که بر اساس رویدادهای تلخ‌وشیرین، جشن‌ها، کار و فعالیت، جنگ و دلاوری و یا عشق به وجود آمده است (کلانتری و همکاران، ۱۳۹۴).

۴-۵-۲- موسیقی دستگاهی (سنتی)

موسیقی دستگاهی (سنتی) از موسیقی موعامی (مقامی) تکامل یافته است؛ اما مفهوم دستگاه با مفهوم موعام کاملاً متفاوت است. موسیقی دستگاهی دارای سیستمی فشرده و مدون به نام ردیف است که به معنای به نظم درآوردن تمام نغمات موسیقی ایرانی بوده که شامل هفت دستگاه و پنج آواز و گوشه‌های مختلف داخل آن می‌باشد (لطفی، محمدرضا، ۱۴۰۰).

۴-۵-۳- موسیقی مذهبی

آیین‌ها و مذاهب حاضر در ایران هرکدام دارای موسیقی آیینی و مذهبی مخصوص به خود هستند که مذاهب گوناگون اسلامی - اعم از شیعه و سنی - هرکدام بنا به اعتقادات و نیازهای آیینی خود از موسیقی بهره می‌برند که بر حسب محتوا و عملکرد می‌توان آن را به شاخه‌های زیر تقسیم کرد: ۱) عاشورایی (۲) تعزیه (۳) عبادی (۴) عرفانی و خانقاهی (درویشی، محمدرضا، ۱۳۷۶).

۵- فرضیه های تحقیق

۵-۱- فرضیه اصلی تحقیق

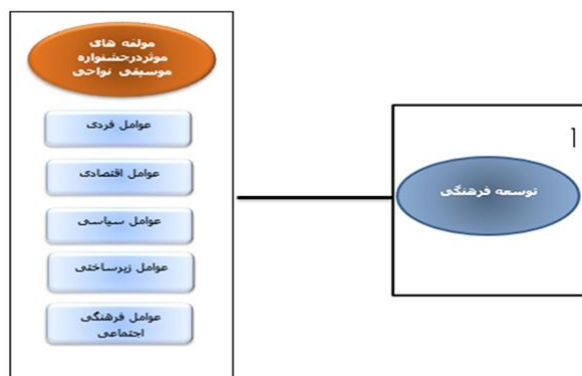
مؤلفه‌های برگزاری جشنواره‌های موسیقی سنتی نواحی بر توسعه گردشگری فرهنگی تأثیر معناداری دارند.

۵-۲- فرضیه های فرعی تحقیق

- ۱) عوامل فردی جشنواره موسیقی نواحی ایرانی بر توسعه گردشگری فرهنگی تأثیر معناداری دارد.
- ۲) عوامل سیاسی جشنواره موسیقی نواحی ایرانی بر توسعه گردشگری فرهنگی تأثیر معناداری دارد.
- ۳) عوامل اجتماعی فرهنگی جشنواره موسیقی نواحی ایرانی بر توسعه گردشگری فرهنگی تأثیر معناداری دارد.
- ۴) عوامل اقتصادی جشنواره موسیقی نواحی ایرانی بر توسعه گردشگری فرهنگی تأثیر معناداری دارد.
- ۵) عوامل زیرساختی جشنواره موسیقی نواحی ایرانی بر توسعه گردشگری فرهنگی تأثیر معناداری دارد.

۶- مدل مفهومی پژوهش

با توجه به بررسی مبانی نظری، پیشینه تحقیقات انجام شده و مدل‌های مشابهی که در این پژوهش انجام شده است، مدل زیر، به اثبات رسیده است.



شکل ۱- مدل مفهومی پژوهش

۷- روش شناسی تحقیق

پژوهشگر در این پژوهش به بررسی تأثیر ویژگی‌های جشنواره‌های موسیقی سنتی نواحی بر توسعه گردشگری فرهنگی (مورد مطالعه: شهرستان کرمانشاه) می‌پردازد. با توجه به موضوع و فرضیه‌ها، روش این تحقیق به لحاظ هدف، کاربردی بوده، از نظر نحوه جمع‌آوری داده‌ها به صورت توصیفی و از نظر نحوه تجزیه و تحلیل داده‌ها به صورت کمی و از نظر تحلیل به صورت همبستگی می‌باشد.

جامعه آماری کلیه گردشگران شهر کرمانشاه و روش نمونه‌گیری غیرتصادفی و حجم نمونه ۳۸۴ نفر می‌باشد که پس از جمع‌آوری اطلاعات از طریق پرسش‌نامه استاندارد به منظور جمع‌آوری اطلاعات مورد نیاز خود از شیوه پیمایشی و میدانی استفاده

گردیده است. در این تحقیق به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش‌های آمار توصیفی و استنباطی بطور همزمان استفاده شده و آزمون تحلیل عامل اکتشافی و تأییدی و آزمون معادله ساختاری برای پاسخ فرضیه‌های تحقیق مورد استفاده قرار می‌گیرد. ضمناً برای انجام محاسبات، بسته نرم افزاری Spss/pc++ و لیزرل به کار گرفته شده است.

۱-۷- پایایی

در این پژوهش برای سنجش پایایی از روش آلفای کرونباخ که در بیشتر پژوهش‌ها مبنای می باشد استفاده شده است که با توجه به مناسب بودن ضرایب آلفا اعتبار درونی تأیید می‌شود.

جدول ۱- ضرایب آلفای کرونباخ برای پرسش‌نامه‌های تحقیق در نمونه نهایی

ردیف	سرفصل سؤالات	ضریب آلفای کرونباخ
۱-۱	عوامل فردی	۰/۷۸۵۹
۱-۲	عوامل اقتصادی	۰/۷۹۵۹
۱-۳	عوامل سیاسی	۰/۸۷۵۷
۱-۴	عوامل فرهنگی اجتماعی	۰/۷۸۸۹
۱-۵	عوامل زیرساختی	۰/۷۸۸۳
۲	توسعه گردشگری فرهنگی	۰/۷۳۱۰

۸- تجزیه تحلیل داده‌ها

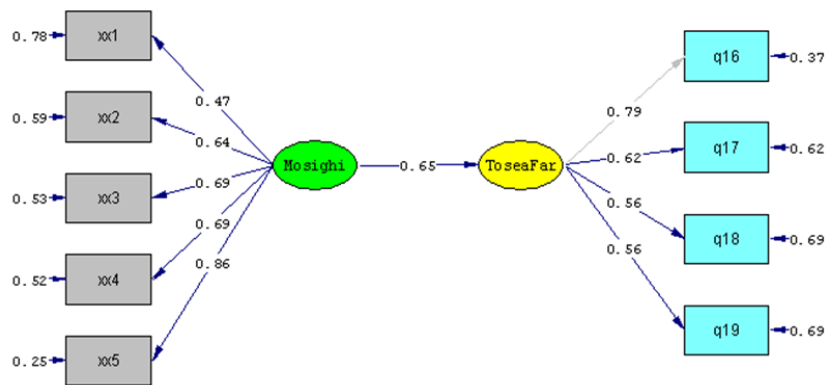
در بخش آمار توصیفی از جداول فراوانی و درصدها، میانگین‌ها و انحراف معیارها برای نمایش سیمای آزمودنی‌ها استفاده و در آمار استنباطی از آزمون کولموگروف اسمیرنوف برای تعیین توزیع نرمالیته استفاده گردید.

جدول ۲- آزمون کولموگروف - اسمیرنوف برای پرسش‌نامه‌های تحقیق در نمونه نهایی

نتیجه	آزمون کولموگروف - اسمیرنوف		متغیرهای تحقیق	ردیف
	سطح معنی‌داری	Z آماره		
نرمال	۰/۶۹۷	۰/۷۰۹	جشنواره‌های موسیقی نواحی ایرانی	۱
نرمال	۰/۵۷۱	۰/۷۸۴	عوامل فردی	۱-۱
نرمال	۰/۱۰۶	۱/۲۱۱	عوامل اقتصادی	۱-۲
نرمال	۰/۴۸۱	۰/۸۴	عوامل سیاسی	۱-۳
نرمال	۰/۵۷۷	۰/۷۸	عوامل فرهنگی اجتماعی	۱-۴
نرمال	۰/۶۳	۰/۷۴۸	عوامل زیرساختی	۱-۵
نرمال	۰/۱۴	۱/۱۵۳	توسعه گردشگری فرهنگی	۲

۱-۸- تحلیل عاملی تأییدی پرسش‌نامه پژوهش

نتایج حاصل از تحلیل عاملی تأییدی سوالات پرسشنامه تحقیق، نشان می‌دهد که بارهای عاملی بدست آمده بیشتر از ۰/۳ بوده و مولفه‌های مربوط به این متغیر قابل دسته بندی در یک عامل مجزا هستند. نتایج حاصل از تحلیل عاملی تأییدی سوالات پرسشنامه، نشان می‌دهد بار عاملی کلیه ابعاد در شکل بالاتر از ۰/۳ است. شاخص برازش معادل ۲/۵۳ شده است، (میزان مطلوب این شاخص عددی کمتر از ۳ است). همچنین مقدار آماره RMSEA معادل ۰/۰۷۶ است. ضمناً سطح معیاداری آزمون یا همان p - value معادل ۰/۰۰۰۱ گردیده است و تا این مرحله می‌توان این نتیجه را گرفت که مدل از برازش مناسبی برخوردار است و مولفه‌های مربوط به پرسش‌نامه بطور مجزا قابل تحلیل هستند. بنا براین با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان به روایی تأییدی اذعان داشت. با توجه به قبول تحلیل عاملی اکتشافی و تأییدی روایی سازه پرسش‌نامه مورد تأیید قرار گرفت.

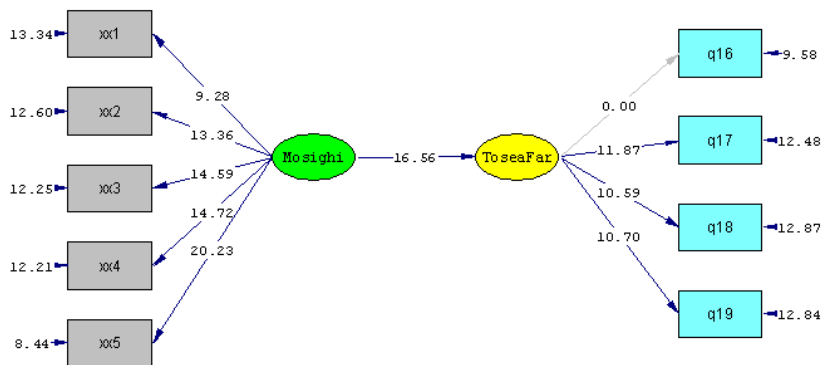


Chi-Square=58.70, df=26, P-value=0.00000, RMSEA=0.035

شکل ۲- تحلیل مسیر بر اساس شاخص t

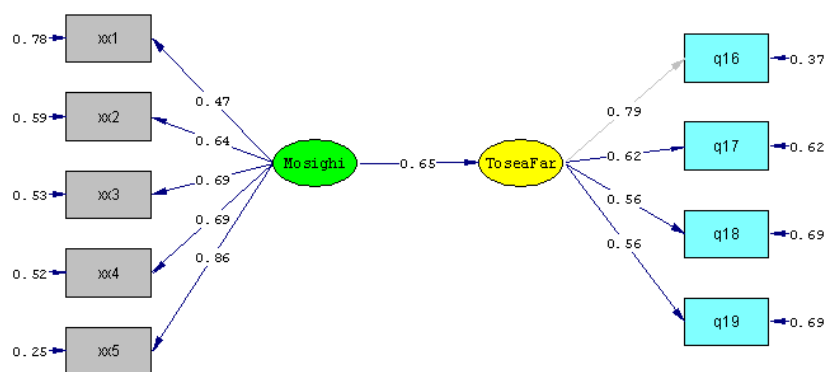
۲-۸- نتایج آزمون فرضیه‌های پژوهش

فرضیه اصلی: جشنواره‌های موسیقی سنتی نواحی بر توسعه گردشگری فرهنگی تأثیر معناداری دارد.



Chi-Square=58.70, df=26, P-value=0.00000, RMSEA=0.035

شکل ۳- تحلیل مسیر بر اساس شاخص t، تأثیر جشنواره‌های موسیقی سنتی نواحی ایرانی بر توسعه گردشگری فرهنگی



Chi-Square=58.70, df=26, P-value=0.00000, RMSEA=0.035

شکل ۴- تحلیل مسیر بر اساس شاخص ضریب اثر، تأثیر جشنواره‌های موسیقی سنتی نواحی ایرانی بر توسعه گردشگری فرهنگی

جدول ۳- تحلیل مسیر شاخص‌های برازندگی تأثیر جشنواره‌های موسیقی سنتی نواحی ایرانی بر توسعه گردشگری فرهنگی

AGFI	GFI	RMSEA	P	مقدار رابطه	آماره t	χ^2/df
۰/۹۲	۰/۹۳	۰/۰۳۵	۰/۰۰۰۱	۰/۶۵	۱۶/۵۶	۲/۲۵

همان‌طور که در جدول ۳ مشاهده می‌شود، باتوجه به شرایط معادله ساختاری، شاخص برازش برابر با ۲/۲۵ و مقدار آن کمتر از ۳ است که نشان می‌دهد مدل نظری با داده‌ها برازش دارند و توسط این داده‌ها تأیید می‌شود و نشان می‌دهد که پایایی لازم برخوردار است. RMSEA معادل ۰/۰۳۵ از سوی P-value (سطح معناداری) ۰/۰۰۰۱ است که کمتر از ۰/۰۵ است. همچنین مقدار آماره t، تأثیر جشنواره‌های موسیقی سنتی نواحی ایران بر توسعه گردشگری فرهنگی برابر با ۵۶/۱۶ و بیش از ۱/۹۶ است. ضمناً سایر شرایط معادله ساختاری نیز برقرار است، بنابراین در سطح $\alpha = 0.05$ فرض صفر رد و فرضیه مقابل را مبنی بر اینکه جشنواره‌های موسیقی سنتی نواحی ایرانی بر توسعه گردشگری فرهنگی تأثیر معناداری دارد را قبول می‌کنیم.

فرضیه‌های فرعی:

۱- عوامل فردی جشنواره‌های موسیقی سنتی نواحی بر توسعه گردشگری فرهنگی تأثیر معناداری دارد

جدول ۴- تحلیل مسیر شاخص‌های برازندگی تأثیر عوامل فردی جشنواره‌های موسیقی سنتی نواحی ایرانی بر توسعه گردشگری فرهنگی

AGFI	GFI	RMSEA	P	مقدار رابطه	آماره t	χ^2/df
۰/۹۲	۰/۹۲	۰/۰۶۵	۰/۰۰۰۱	۰/۵۶	۱۲/۸۵	۲/۱۶

همان‌طور که در جدول ۴-۹ ملاحظه می‌گردد، باتوجه به شرایط معادله ساختاری، شاخص برازش معادل ۲/۱۶ و مقدار از ۳ کمتر است که نشان می‌دهد مدل نظری با داده‌ها برازش دارند و با این داده‌ها تأیید می‌شوند و نشان می‌دهد پایایی لازم را داشته است. RMSEA معادل ۰/۰۶۵ از طرفی، P-value (سطح معنی‌داری) ۰/۰۰۰۱ می‌باشد که کمتر از ۰/۰۵۰ است. همچنین مقدار آماره t، تأثیر عوامل فردی جشنواره‌های موسیقی سنتی نواحی ایرانی بر توسعه گردشگری فرهنگی معادل ۱۲/۸۵ و از عدد ۱/۹۶ بیشتر است ضمناً سایر شرایط معادله ساختاری نیز برقرار می‌باشد، لذا در سطح فرض صفر را رد و فرض مقابل را مبنی بر اینکه، عوامل فردی جشنواره‌های موسیقی سنتی نواحی ایرانی بر توسعه گردشگری فرهنگی تأثیر معناداری دارد را می‌پذیریم.

همان‌طور که در جدول ۴ ملاحظه می‌گردد، باتوجه به شرایط معادله ساختاری، شاخص برازش معادل ۲/۱۶ و مقدار از ۳ کمتر است که نشان می‌دهد مدل نظری با داده‌ها برازش دارند و با این داده‌ها تأیید می‌شوند و نشان می‌دهد پایایی لازم را داشته است. RMSEA معادل ۰/۰۶۵ از طرفی، P-value (سطح معنی‌داری) ۰/۰۰۰۱ می‌باشد که کمتر از ۰/۰۵۰ است. همچنین مقدار آماره t، تأثیر عوامل فردی جشنواره‌های موسیقی سنتی نواحی ایرانی بر توسعه گردشگری فرهنگی معادل ۱۲/۸۵ و از عدد ۱/۹۶ بیشتر است ضمناً سایر شرایط معادله ساختاری نیز برقرار می‌باشد، لذا در سطح فرض صفر را رد و فرض مقابل را مبنی بر اینکه، عوامل فردی جشنواره‌های موسیقی سنتی نواحی ایرانی بر توسعه گردشگری فرهنگی تأثیر معناداری دارد را می‌پذیریم.

۲- عوامل اقتصادی جشنواره‌های موسیقی سنتی نواحی بر توسعه گردشگری فرهنگی تأثیر معناداری دارد.

جدول ۵- تحلیل مسیر شاخص‌های برازندگی تأثیر عوامل اقتصادی جشنواره‌های موسیقی سنتی نواحی ایرانی بر توسعه گردشگری فرهنگی

AGFI	GFI	RMSEA	P	مقدار رابطه	آماره t	χ^2/df
۰/۹	۰/۹۱	۰/۰۶۲	۰/۰۱۰۷۱	۰/۷۷	۱۰/۳۲	۲/۴۸

همان‌طور که در جدول ۵ ملاحظه می‌گردد، باتوجه به شرایط معادله ساختاری، شاخص برازش معادل ۲/۴۸ و مقدار از ۳ کمتر است که نشان می‌دهد مدل نظری با داده‌ها برازش دارند و با این داده‌ها تأیید می‌شوند و نشان می‌دهد پایایی لازم را داشته است. RMSEA معادل ۰/۰۶۲ از سوی P-value (سطح معنی‌داری) ۰/۰۱۰۷۱ می‌باشد که کمتر از ۰/۰۵ است. همچنین مقدار آماره t، تأثیر عوامل اقتصادی جشنواره‌های موسیقی سنتی نواحی ایرانی بر توسعه گردشگری فرهنگی معادل ۱۰/۳۲ و از عدد ۱/۹۶ بیشتر

است ضمناً سایر شرایط معادله ساختاری نیز برقرار می‌باشد، لذا در سطح $\alpha = 0.05$ فرض صفر را رد و فرض مقابل را مبنی بر اینکه، عوامل اقتصادی جشنواره‌های موسیقی سنتی نواحی ایرانی بر توسعه گردشگری فرهنگی تأثیر معناداری دارد را می‌پذیریم.

۳- عوامل سیاسی جشنواره‌های موسیقی سنتی نواحی بر توسعه گردشگری فرهنگی تأثیر معناداری دارد.

جدول ۶- تحلیل مسیر شاخص‌های برازندگی تأثیر عوامل سیاسی جشنواره‌های موسیقی سنتی نواحی بر توسعه گردشگری فرهنگی

AGFI	GFI	RMSEA	P	مقدار رابطه	آماره t	χ^2/df
۰/۹۳	۰/۹۳	۰/۰۵۳	۰/۰۳۴	۰/۶۱	۱۰/۳۶	۲/۰۷

همان‌طور که در جدول ۶ ملاحظه می‌گردد، باتوجه به شرایط معادله ساختاری، شاخص برازش معادل ۲/۰۷ و مقدار از ۳ کمتر است که نشان می‌دهد مدل نظری با داده‌ها برازش دارند و با این داده‌ها تأیید می‌شوند و نشان می‌دهد پایایی لازم را داشته است. RMSEA معادل ۰/۰۵۳ از سویی P-value (سطح معنی‌داری) ۰/۰۰۰۱ می‌باشد که کمتر از ۰/۰۵ است. همچنین مقدار آماره t، تأثیر عوامل سیاسی جشنواره‌های موسیقی سنتی نواحی ایرانی بر توسعه گردشگری فرهنگی معادل ۱۰/۳۶ و از عدد ۱/۹۶ بیشتر است ضمناً سایر شرایط معادله ساختاری نیز برقرار می‌باشد، لذا در سطح صفر را رد و فرض مقابل را مبنی بر اینکه، عوامل سیاسی جشنواره‌های موسیقی سنتی نواحی ایرانی بر توسعه گردشگری فرهنگی تأثیر معناداری دارد را می‌پذیریم.

۴- عوامل فرهنگی جشنواره‌های موسیقی سنتی نواحی بر توسعه گردشگری فرهنگی تأثیر معناداری دارد.

جدول ۷- تحلیل مسیر شاخص‌های برازندگی تأثیر عوامل فرهنگی جشنواره‌های موسیقی سنتی نواحی بر توسعه گردشگری فرهنگی

AGFI	GFI	RMSEA	P	مقدار رابطه	آماره t	χ^2/df
۰/۹۳	۰/۹۳	۰/۰۵۳	۰/۰۳۴	۰/۶۱	۱۰/۳۶	۲/۰۷

همان‌طور که در جدول ۷ ملاحظه می‌گردد، باتوجه به شرایط معادله ساختاری، شاخص برازش معادل ۲/۷۷ و مقدار از ۳ کمتر است که نشان می‌دهد مدل نظری با داده‌ها برازش دارند و با این داده‌ها تأیید می‌شوند و نشان می‌دهد پایایی لازم را داشته است. RMSEA معادل ۰/۰۶۴ از سویی P-value (سطح معنی‌داری) ۰/۰۰۰۱ می‌باشد که کمتر از ۰/۰۵ است. همچنین مقدار آماره t، تأثیر عوامل فرهنگی اجتماعی جشنواره‌های موسیقی سنتی نواحی ایرانی بر توسعه گردشگری فرهنگی معادل ۱۰/۶۳ و از عدد ۱/۹۶ بیشتر است ضمناً سایر شرایط معادله ساختاری نیز برقرار می‌باشد، لذا در سطح صفر را رد و فرض مقابل را مبنی بر اینکه، عوامل فرهنگی اجتماعی جشنواره‌های موسیقی سنتی نواحی ایرانی بر توسعه گردشگری فرهنگی تأثیر معناداری دارد را می‌پذیریم.

۵- عوامل زیرساختی جشنواره‌های موسیقی سنتی نواحی بر توسعه گردشگری فرهنگی تأثیر معناداری دارد.

جدول ۸- تحلیل مسیر شاخص‌های برازندگی تأثیر عوامل زیرساختی جشنواره‌های موسیقی سنتی نواحی بر توسعه گردشگری

AGFI	GFI	RMSEA	P	مقدار رابطه	آماره t	χ^2/df
۰/۹۲	۰/۹۱	۰/۰۶۶	۰/۰۰۰۱	۰/۵۹	۱۷/۲۱	۲/۲۷

همان‌طور که در جدول ۸ ملاحظه می‌گردد، باتوجه به شرایط معادله ساختاری، شاخص برازش معادل ۲/۲۷ و مقدار از ۳ کمتر است که نشان می‌دهد مدل نظری با داده‌ها برازش دارند و با این داده‌ها تأیید می‌شوند و نشان می‌دهد پایایی لازم را داشته است. RMSEA معادل ۰/۰۶۶ از سویی P-value (سطح معنی‌داری) ۰/۰۰۰۱ می‌باشد که کمتر از ۰/۰۵ است. همچنین مقدار آماره t،

تأثیر عوامل زیرساختی جشنواره‌های موسیقی سنتی نواحی ایرانی بر توسعه گردشگری فرهنگی معادل ۷/۲۱۱ و از عدد ۱/۹۶ بیشتر است ضمناً سایر شرایط معادله ساختاری نیز برقرار می‌باشد، لذا در سطح فرض صفر را رد و فرض مقابل را مبنی بر اینکه، عوامل زیرساختی جشنواره‌های موسیقی سنتی نواحی ایرانی بر توسعه گردشگری فرهنگی تأثیر معناداری دارد را می‌پذیریم.

۹- نتیجه‌گیری و پیشنهادها

در بیان نتایج حاصل از فرضیات مشخص شد که هرگاه فعالیت‌های گردشگری ارتباط نزدیکی با جوامع محلی داشته باشند، گردشگری می‌تواند موجب تغییر در ابعاد اجتماعی، فرهنگی، محیطی و اقتصادی جامعه محلی گردد. یکی از این نوع فعالیت‌ها جشنواره‌های فرهنگی می‌باشند که رویدادهای رسمی و مفرحی هستند که شامل موسیقی، رقص، تئاتر، فیلم، کمدی و هنرهای خیابانی بوده و هریک از این انواع می‌تواند زیر بخش‌هایی نیز داشته باشد. رویدادهای موسیقی از جمله جشنواره‌های موسیقی سنتی نواحی در مناطق روستایی می‌توانند به‌عنوان عامل جذب گردشگر و کسب درآمدهای حاصل از گردشگر تلقی شده و توجه به عوامل فردی، اقتصادی، سیاسی، اجتماعی - فرهنگی و زیرساختی مؤثر در برگزاری جشنواره‌ها نقشی تعیین‌کننده در توسعه گردشگری فرهنگی داشته باشند. در واقع چون موسیقی با زندگی مردم مستقیماً در ارتباط بوده و در آئین‌ها و زندگی روزمره آنها وجود دارد، جشنواره‌های موسیقی حقیقتاً بیشترین تغییر را روی فرهنگ افراد داشته و متقابلاً انگیزه را برای بازدید مجدد گردشگران تقویت نموده و باعث توسعه و پیشرفت زندگی موسیقائی شهر (حمایت و تشویق موسیقیدانان مستعد)، ارائه فرصت آموزش و یادگیری یک مهارت جدید (مثل موسیقی، زبان)، فرصت کشف استعدادها و مهارت‌های فرهنگی افراد، ارائه فرصت تفریح و سرگرمی باکیفیت بالا، فرصت تماشای موسیقی زنده و جذب طبقه خلاق (هنرمندان موسیقی) می‌گردد.

با توجه به تحلیل فوق در این راستا پیشنهادات زیر مطرح می‌شود:

- ایجاد شورای ویژه در سطح شهرستان متشکل از نمایندگان اتحادیه‌ها، هتل‌ها و رستوران‌ها، آژانس‌های جهانگردی، نیروی انتظامی و... اهتمام در آموزش مجریان برگزاری جشنواره‌های موسیقی.
- ظرفیت‌یابی، بسترسنجی و آسیب‌شناسی گردشگری فرهنگی در زمینه موسیقی و گنجاندن گردشگری موسیقی به‌عنوان بسته‌های سفر در برنامه‌های تبلیغاتی
- آموزش موسیقی سنتی نواحی ایرانی به جوانان توسط بزرگان موسیقی سنتی نواحی، همچنین اجرای موسیقی سنتی و اصیل ایرانی توسط افراد خبره در اماکن اقامتی، جاذبه‌ها و اماکن تاریخی فرهنگی و اجرای موسیقی فاخر و موردپسند گردشگران در اوقات و حالات مناسب
- تسهیل در برگزاری جشنواره‌ها بوسیله جذب حامی مالی و اسپانسر برای برگزاری جشنواره‌ها و ارائه تسهیلات بانکی و معرفی فرصت‌های سرمایه‌گذاری به سرمایه‌گذاران بومی، داخلی و خارجی و در نظر گرفتن مشوق‌های دولتی از جمله تخفیفات مالیاتی.
- اجرای جشنواره‌ها و کنسرت‌های موسیقی مشترک با سایر مللی که موسیقی نزدیک به موسیقی و فرهنگ ما دارند و ایجاد بستر مناسب و شرایط مطلوب تبلیغات موسیقی ملی و فاخر در مجامع بین‌المللی مانند برگزاری موسیقی اصیل ایرانی در مراسم افتتاحیه و اختتامیه مسابقات ورزشی.
- برگزاری نمایشگاه‌ها و جشنواره‌های صنایع‌دستی و موسیقی و رقص‌های محلی و اجرای کنسرت‌های محلی و دعوت از نوازندگان و خوانندگان محلی در رسانه استانی
- اضافه نمودن موضوع گردشگری موسیقی به‌عنوان واحد اختیاری در رشته‌های مرتبط مثل هتلداری، جهانگردی، جغرافیا و برنامه‌ریزی توریسم.
- برپایی نمایشگاه صنایع‌دستی از ادوات و سازهای موسیقی و اجرای تورهای آموزشی صنایع‌دستی با محوریت هنر ساز ایرانی و تأسیس موزه‌های تخصصی موسیقی در سراسر کشور یا تبدیل خانه‌های هنرمندان و بزرگان موسیقی به موزه
- ایجاد یا بهسازی زیر ساخت‌های ارتباطی برای گردشگران (راه دسترسی، برق، مخابرات، آب، اطلاع‌رسانی و...) و زیر ساخت‌های خدماتی (اقامتگاه، پذیرایی، تفریحی، سیستم بانکی) و برنامه‌ریزی برای افزایش سطح امنیت گردشگران

منابع

۱. اشرفی، حسین؛ کاظم پور، زهرا (۱۳۹۱). کتابخانه ها و گردشگری فرهنگی فرصتی برای خدمت اطلاع رسانی. نشرچاپار. چاپ اول
 ۲. اکبری سامانی، ناهید؛ خانی، فضیله؛ قرنچیک، عبدالمجید (۱۳۹۱). نشریه پژوهش‌های جغرافیای انسانی. شماره ۸۲
 ۳. افتخاریان، بهنام، (۱۳۹۶)، کتاب گردشگری موسیقی، چاپ اول. صص: ۱۱۱_۱۱۶_۱۱۴.
 ۴. امیدوارفر، سجاد؛ بایرام زاده، نیما؛ دشتی، فرناز؛ حامد، سید مسعود (۱۳۹۸)، نقش موسیقی محلی در راستای جذب گردشگر (نمونه موردی شهر تبریز).
 ۵. پایلی یزدی، محمد حسن. سقایی، مهدی. (۱۳۸۵). گردشگری (ماهیت و مفاهیم). انتشارات سمت. چاپ اول
 ۶. حاج آقامیر، سید مصطفی و رشادت جو، حمیده و ابطحی، عطاءالله و صالحی امیری، سید رضا و عزیز آبادی فراهانی، فاطمه، (۱۴۰۰)، طراحی الگوی مطلوب توسعه گردشگری فرهنگی در ایران.
 ۷. حاجی رضایی، زهرا، فرخزاد، محمد، (۱۳۹۸)، نقش موسیقی در گردشگری فرهنگی ایران، کنفرانس سالانه علمی - تخصصی عمران، معماری، شهرسازی و علوم جغرافیا در ایران باستان و معاصر، تهران.
 ۸. خاکی، غلام رضا (۱۳۷۸)، روش تحقیق با رویکرد پایان‌نامه‌نویسی، چاپ سوم، انتشارات بازتاب - تهران
 ۹. درویشی، محمدرضا (۱۳۷۶)، موسیقی آیینی و مذهبی ایران. مجله هنر. شماره ۳۴.
 ۱۰. راستگو، نیلوفر؛ ایمانی، خوش‌خو؛ (۱۳۹۸)، گردشگری مبتنی بر موسیقی سنتی: ابزار، هدف یا وسیله مدیریت مقصد، هنر و تمدن شرق.
 ۱۱. رضوانی، علیرضا، (۱۳۸۶)، جغرافیا و صنعت توریسم، انتشارات پیام‌نور، تهران، ۲۲۵
 ۱۲. رنجبریان، بهرام، زاهدی، محمد (۱۳۸۳). رویدادهای گردشگری، تنوع و مدیریت. فصلنامه مطالعات جهانگردی، شماره ۵.
 ۱۳. سجادی، سعید، رضوانی، محمدرضا، (۱۳۹۷)، تبیین اثرات جشنواره‌های محلی بر توسعه گردشگری روستایی، دومین همایش ملی چشم‌انداز توسعه پایدار روستایی ایران، تهران
 ۱۴. فاضلی، محمد (۱۳۸۶)، جامعه‌شناسی مصرف موسیقی. تهران: پژوهشگاه هنر و ارتباطات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
 ۱۵. فضلوی، سیده فروزنده (۱۳۹۴)، بررسی تأثیر عوامل مؤثر بر اجرای موفق رویدادهای فرهنگی از دیدگاه گردشگران، مورد مطالعه جشن سده، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران.
 ۱۶. کاظمی، محمد (۱۳۸۷)، مدیریت گردشگری، تهران. انتشارات سمت
 ۱۷. کریم پور، فاطمه و استاد، فاطمه (۱۳۹۸)، بررسی اثرات رویدادهای فرهنگی در توسعه گردشگری شهری با رویکرد توسعه اجتماعی جشنواره‌های غذا در مشهد، چهارمین همایش بین‌المللی گردشگری، جغرافیا و محیط‌زیست پاک همدان.
 ۱۸. کریمی، جعفر و همکاران. (۱۳۸۹) نقش گردشگری در حفاظت محیط‌زیست سمیرم. مجموعه مقالات اولین همایش سلامت محیط‌زیست و توسعه پایدار دانشگاه آزاد اسلامی واحد بندرعباس.
 ۱۹. کلانتری، محسن و قیامی، مریم. (۱۳۹۴)، گردشگری موسیقی (موسیقی مقامی تربت‌جام). فصلنامه جغرافیایی فضای گردشگری (۱۵).
 ۲۰. کیاکجوری، داود و رزقی، خدیجه و ادهم، بنیامین، (۱۳۹۳)، بررسی نقش موسیقی بومی و محلی در جذب گردشگر (مطالعه موردی: استان مازندران) همایش ملی گردشگری، سرمایه‌های ملی و چشم‌انداز آینده اصفهان.
 ۲۱. گرجی دوز، سمیه و شکاری نمین، شیدا، (۱۴۰۰)، طراحی الگوی توسعه گردشگری فرهنگی با رویکرد موسیقی نواحی ایران.
 ۲۲. گی، چاک، وای (۱۳۸۲). جهانگردی در چشم‌انداز جامع، ترجمه دکتر علی پارساییان و دکتر سید محمد اعرابی، تهران: نشر دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
 ۲۳. لطفی خاچکی (۱۳۸۷) گردشگری به‌مثابه یک صنعت. مجله راهبرد. سال اول، شماره دوم، زمستان ۱۳۸۷
 ۲۴. لطفی، محمدرضا. (۱۴۰۰). شناخت موسیقی دستگاهی ایران به روایت: محمدرضا لطفی. مؤسسه انتشارات گنجینه کتاب نارون. چاپ اول. صفحه ۱۱ - ۲۰.
 ۲۵. مکیان، سیدنظام الدین؛ نادری بنی محمود. (۱۳۸۲). بررسی گردشگری خارجی در شهرستان یزد. تحقیقات اقتصادی، ۶۲
 ۲۶. وزین، نرگس و شیخی، احمدرضا، (۱۳۹۹)، پیامدهای فرهنگی توسعه گردشگری در کشور از دیدگاه خبرگان.
27. Erkan GÜNEŞ a a Erzincan Binalli Yıldırım University, Vocational School of Tourism and Hotel Management, Department of Travel-Tourism and Entertainment Services, Erzincan/Turkey

28. Derrett, R. (2004). Festivals, events and the destination. Festival and events Destination Image and Country Image Sport Marketing Quarterly, 23(3), 161.
29. Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research. Tourism management, 29(3), 403-428
30. Gibson Chris and Connell John, (2005) Music and Tourism On the Road Again channel view publications, London
31. Gonzalez, F. and Mirabell, O. (2009). Management music festival for tourism Catalonia (Spain), Tourism Review, Vol 4, pp. 53-65
32. Janson, M. (2002). On the Boundaries of Muslim Gender Ideology. ISIM Newsletter, 11(1), 28-28.
33. Saleh. Farouk. Ryan, Chris (1993). Jazz and knitwear: Factors that attract tourists to festivals Tourism Management.