

نقش موسیقی بومی و محلی در راستای جذب گردشگر (نمونه موردی شهر تبریز)

سجاد امیدوارفر^۱، نیما بایرام زاده^{۲*}، فرناز دشتی^۳، سیدمسعود حامد^۴

- ۱- دانشجوی کارشناسی ارشد برنامه ریزی مسکن و بازآفرینی شهری، دانشگاه محقق اردبیلی
- ۲- دانشجوی کارشناسی ارشد برنامه ریزی شهری، باشگاه پژوهشگران جوان و نخبگان، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز
- ۳- دانشجوی کارشناسی ارشد کاربری اراضی و ممیزی املاک، دانشگاه محقق اردبیلی
- ۴- دانشجوی کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشگاه محقق اردبیلی

*Nima.bayramzadeh@yahoo.com

ارسال: اسفند ماه ۹۷ پذیرش: خرداد ماه ۹۸

چکیده

در تبریز، موسیقی جزئی از فرهنگ زنده مردم محسوب می شود. در این میان موسیقی مردمی شناخته شده و جذاب عاشیقلر (عاشق ها) که با سرشت بومی مردم آذربایجان آمیخته است، از جایگاه ویژه ای برخوردار است. هدف این مقاله بررسی نقش موسیقی محلی در توسعه گردشگری تبریز می باشد. در این پژوهش ضمن بررسی و شناخت جایگاه ویژه موسیقی بومی به عنوان فرهنگ زنده مردم آذربایجان، به ارائه راهکارهای پیشنهادی در جهت حفظ و پویایی موسیقی محلی در جذب گردشگر و تنوع بخشی به گردشگری در تبریز پرداخته شده است. در این ارتباط پژوهش حاضر یک پژوهش توصیفی-تحلیلی می باشد که منابع و اطلاعات آن به صورت کتابخانه ای و میدانی از منابع معتبر جمع آوری گردیده است که شامل کتاب ها، مجلات، مقالات علمی-پژوهشی، مصاحبه با اساتید، کارشناسان و صاحب نظران در این زمینه می باشد. نتایج تحقیق نشان می دهد موسیقی محلی تبریز می تواند سهم قابل ملاحظه ای در جذب گردشگر باشد و موجب فرایند گسترش فضایی گردشگری تبریز باشد.

کلمات کلیدی: موسیقی، بومی و محلی، گردشگری، تبریز.

۱- مقدمه

در حال حاضر، گردشگری یکی از ارکان اصلی اقتصاد تجاری جهان است. افزون بر این، بسیاری از برنامه ریزان و سیاست گذاران توسعه نیز از صنعت گردشگری به مثابه رکن اصلی توسعه پایدار یاد می کنند. گردشگری فعالیتی ترکیبی و مستلزم

مشارکت بخش های مختلف و متعدد جامعه است و به همان میزان نیز اثرات گسترده ای در بر دارد. از این رو در هر مرحله نیازمند برنامه ریزی و هماهنگی است [۱].

در بین انواع مختلف سفر و مسافرت، گردشگری و به ویژه گردشگری فرهنگی، دریچه های نوینی از شناخت، توسعه و پایداری را برای جوامع به همراه داشته است. این امر موجب شده تا امروز، صنعت گردشگری «به عنوان نیروی محرکه در توسعه جهانی» [۲] همه ارکان یک جامعه را در بر بگیرد و به عنوان بخشی از ابعاد توسعه اجتماعی-فرهنگی، در کنار توجه به درآمد، اشتغال [۳] و ویژگی های ساختاری-کارکردی خاص که توانسته است خود را در متن گردشگری جهان جای دهد [۴] از اهمیت زیادی برخوردار باشد [۵].

گردشگری شهری ترکیب پیچیده ای از فعالیت های مختلف است که از بهم پیوستن ویژگی های محیطی و میزان توانمندی و کشش شهر در جذب بازدیدکنندگان و ارائه خدمات است. نخستین شرط موفقیت هر شهر در توسعه گردشگری، وجود زیرساخت های مناسب شهری، یکپارچگی همه سازمان های ذیربط و مدیریت عاقلانه و مدبرانه در عرصه های سیاسی، فرهنگی، اجتماعی است. از طرف دیگر تنسيق و امایش جاذبه های شهر، استفاده پایدار از منابع گردشگری، ایجاد امکانات و تسهیلاتی که دسترسی به جاذبه ها را تسهیل کند، رضایت خاطر بازدیدکنندگان و کنترل محلی دومین شرط لازم در توسعه گردشگری است [۶].

فضای گردشگری شهری، فضایی است که منابع گردشگری در آن وجود دارد [۷]. این فضاها را در شهر های معاصر می توان به دو دسته تقسیم کرد [۸]:

۱. فضاهای مدرن یا جدید نظیر پارک ها، مراکز فروش مدرن، فرهنگسراها، میادین و پلاژها
۲. فضا های سنتی نظیر بازارها، امام زاده ها، گورستان ها، باغ ها، مساجد و سایر اماکن تاریخی

مدیریت گردشگری خصوصاً گردشگری پایدار در بسیاری از کشور ها، به منزله ی نمادی از هویت فرهنگی، طبیعی انسانی از بخش های مهم اقتصادی محسوب می شود از این رو، پایداری در گردشگری، مستلزم توجه نظام مند به ابعاد فنی، فرهنگی، سیاسی، اقتصادی، تاریخی و زیست محیطی در حرکت به سوی استفاده از جاذبه های گردشگری مطابق با نیاز امروز و حفظ و ماندگاری این منابع برای آینده است [۹].

گردشگری فرهنگی فرصتی را فراهم می آورد که می توان از آن در جهت گسترش عوامل فرهنگی و هنری مانند موسیقی و هنرهای نمایشی بهره برد و گسترش فعالیت های هنری در سطح جامعه کاهش ناهنجاری های اجتماعی را به همراه دارد. بدین جهت است که بسیاری از کشورهای فعال در زمینه گردشگری این فرصت را مغتنم شمرده و به ارائه روشهای نوین و خلاقانه پرداخته اند [۱۰].

هنر، در طول تاریخ ابزاری برای سازگاری، انعطاف، خلاقیت، دوستی و آرامش انسان بوده است. در میان انواع هنر، موسیقی به دلیل انرژی زایی، تحرک، امکان انتزاع زیاد و جاذبه ذاتی، بسیار نافذ بوده و به طرز فوق العاده ای بشر را به خود جذب کرده است [۱۱].

موسیقی از کاربردی ترین عناصر هنری در جوامع مختلف است و جز بخش جدایی ناپذیر از زندگی اکثر مردم می باشد [۱۲]. موسیقی در برون ریزی احساسات، افزایش بصیرت و خود آگاهی نسبت به خود و محیط، تأثیر بسیار بارزی دارد و در بسیاری از مواقع زندگی، که کلام و بیان پاسخگو نیست، موجب همدردی و همدلی شده و از همه مهمتر احساسات را وسعت می بخشد [۱۳]. موسیقی پیوندی ذاتی با گردشگری دارد. به عنوان یک جاذبه، یک معرف برای وضع معیشت و سبک زندگی، محلی برای پیام ها و انگیزه های سفر. در ساده ترین سطح، رویدادها و اجراهای صحنه های موسیقی تقریباً پای ثابت تمامی گونه های گردشگری هستند. موسیقی در سطح جهان به عنوان یک بخش اساسی از تجربیات فرهنگی و سبک زندگی شناخته می شود تا جایی که گردشگران به طور کلیشه ای انتظار دارند تجربه حضورشان در مکانهای فرهنگی با موسیقی خاصی همراه شود [۱۴].

۲- بیان مساله

رشد و گسترش گردشگری از جمله پدیده های مهم اواخر قرن بیستم است که با سرعت در قرن جدید ادامه یافته است. افزایش سطح درآمد، تنوع در ایام فراغت، تغییرات و نگرش جدید به مفاهیم زندگی، ایجاب می کند که گردشگری گسترش و توسعه یابد [۱۵].

آنچه بیش از ابعاد کالبدی در حضور و تعامل اجتماعی افراد در فضاهای عمومی مؤثر بوده، خلق رویدادهای اجتماعی است که در عین ایجاد فرصت های مشارکت در فعالیت های اجتماعی، می تواند زمینه ساز ارتقای حس تعلق به مکان نیز باشد. موسیقی نیز در کسوت هنر شهری می تواند یک رویداد اجتماعی باشد که شهروندان با گزینش و اختیار خود ضمن مشارکت در خلق این رویداد به تعاملات اجتماعی با یکدیگر پرداخته و از دریافت حس هویت جمعی برخوردار می شوند. همچنین وجود چنین رخدادهای موسیقایی در فضاهای عمومی همچون تکایا و گذرگاه های عمومی و میادین می تواند به کالبد فضا معنا ببخشد. تبدیل فضای عمومی به فضای جمعی به عنوان یک فضای متکامل و درخور جامعه مدنی یکی از پتانسیل های هنر شهری به ویژه موسیقی در شهر می تواند باشد. به قول لفور «فضا مفهومی» در خود» نیست بلکه مفهومی است که در طول زمان و در یک فرایند اجتماعی تولید می شود [۱۶].

موسیقی و گردشگری، ارتباط عمیق و دیرینه ای با هم دارند بطوریکه موسیقی بومی بازتابی از فرهنگ و هویت مردم به شمار می رود. موسیقی جزء جدایی ناپذیر از زندگی مردمان یک سرزمین می باشد و در جای جای زندگی و فرهنگشان رد پای موسیقی وجود دارد. موسیقی یکی از زیباترین و پرطرفدارترین هنرها است و جزیی از فرهنگ و ابزار بازگو کننده هویت فردی و گروهی است. موسیقی و گردشگری دو امری هستند که همواره نقش مهمی در افزایش روحیه و نشاط بازی کرده اند [۱۷]. موسیقی به عنوان یکی از قدیمی ترین هنرها در تمدن شرق بیشترین تأثیر را بر قوه شنوایی انسان دارد. علی رغم تأثیرگذاری موسیقی بر جوامع انسانی، در ایران، هنر موسیقی مخصوصاً اجرای آن در فضاهای عمومی شهر کمتر مورد توجه و استقبال مسئولان دولتی و مدیران شهری قرار گرفته است [۱۸].

موسیقی از دیرباز به همراه نسل بشر در حال تکامل می باشد و با پیشرفت روزافزون شهرنشینی این نیاز بشری نیز در انواع مختلف در شهرها نمایان می شوند نظیر نمایش های موزیکال، ارکسترها، کنسرت ها، موسیقی خیابانی. همچنین در بافت های محلی شهرها نیز به صورت یک نوع فرهنگ محلی می توان به چنین موسیقی های متنوعی برخورد کرد. در شهر تبریز نیز موسیقی تحت عنوان موسیقی عاشیقلر به عنوان فرهنگی از این شهر به صورت نماد در آمده است که بنظر می رسد استفاده از این نوع موسیقی بتواند گردشگرهای خارجی و داخلی را بتواند به این شهر جذب نماید و باعث بهبود صنعت گردشگری در این شهر شود.

۳- پیشینه پژوهش

در رابطه با موسیقی و نقش آن در گردشگری پژوهشگران مطالعات زیادی انجام داده اند، زیاری و صادقی در مقاله موسیقی و گردشگری اشاره کرده اند که موسیقی سنتی جزیره قشم می تواند جاذب گردشگر و موجب رونق و تنوع بخشی به جاذبه های گردشگری جزیره قشم باشد و گردشگری عامل و انگیزه ای می شود برای حفظ و احیای موسیقی سنتی، و از آنجایی که موسیقی جزئی از فرهنگ است حفظ و پویایی موسیقی سنتی موجب تقویت هویت و فرهنگ بومی جزیره قشم در عصر جهانی شدن فرهنگ می شود [۱۹]. کلانتری و قیامی در مقاله گردشگری موسیقی اشاره کرده اند که در دنیای امروز، گردشگری یکی از منابع مهم درآمد در میان کشورهای جهان محسوب می شود کشوری مانند ایران که سرزمین اقوام گوناگون است و هر کدام دارای سبک خاصی از موسیقی و ساز مخصوص به آن می باشند. موسیقی تربت جام می تواند جاذب گردشگر و موجب رونق و تنوع بخشی به جاذبه های گردشگری منطقه باشد زیرا گردشگری موسیقی حفظ و احیای فرهنگی بومی منطقه را در پی

دارد [۲۰]. همچنین در بخش نقش جشنواره های موسیقی محلی در توسعه گردشگری، تاج زاده نمین و هاشم زاده اشاره کرده اند که گردشگری مبتنی بر موسیقی تلفیقی از دو تفریح جذاب است که در سراسر دنیا طرفداران بسیاری دارد و همچنین جشنواره های موسیقی محلی قابلیت توسعه گردشگری را دارند و همینطور توسعه گردشگری نیز باعث حفظ و پویایی موسیقی محلی می شود [۲۱].

همچنین مقالاتی در حوزه موسیقی و گردشگری تبریز وجود دارد که تاج زاده نمین و هاشم زاده در مقاله نقش موسیقی های محلی در توسعه گردشگری منطقه اشاره کرده اند که موسیقی های محلی قابلیت جذب و توسعه گردشگری منطقه ای را دارند و به طور متقابل توسعه گردشگری منطقه ای نیز باعث حفظ احیاء و پویایی موسیقی محلی می شود [۲۲]. در مقاله دیگری تحت عنوان راهکارهایی برای طراحی موزه موسیقی اشاره کرده اند که هدف از طراحی چنین موزه ای در شهر تبریز توجه به فرهنگ و موسیقی اصیل آذربایجان، ایجاد فضای معماری مناسب برای آشنایی با انواع سازهای موسیقی، طراحی و تقسیم بندی گالری ها بر اساس نوع سازها، ایجاد فضای معماری مناسب برای گردآوری آثار هنرمندان موسیقی و سازهای مربوطه، طراحی مراکز فرهنگی تخصصی در داخل موزه همانند کتابخانه تخصصی موسیقی و آنفی تئاتر می باشد [۲۳]. در این رابطه، پوراحمد و همکاران در مقاله بررسی و تحلیل نقش موزه ها در توسعه گردشگری فرهنگی (مطالعه موردی: موزه های شرق استان مازندران) اشاره کرده اند که گردشگری و به ویژه گردشگری فرهنگی، می تواند دریچه های نوینی از شناخت، توسعه و پایداری را برای جوامع به همراه داشته باشد و در بخش یافته هایشان نشان می دهد موزه های کلبادی شهر ساری و گوهرتپه ی شهر بهشهر، به صورت بالقوه نقش به سزایی در جذب گردشگر و معرفی تاریخ و فرهنگ شرق مازندران دارند [۲۴]. همچنین مرعشی، نباتی و بایرام زاده در مقاله نقش مدیریت شهری در توسعه گردشگری شهری ارومیه اشاره کرده اند که شهر ارومیه به عنوان مرکز استان آذربایجان غربی، که دارای میراث تاریخی و فرهنگی بسیار زیادی است که توانمندی خود را برای جذب گردشگر اذعان می دارد که همچنین بر اساس مطالعات میدانی و اسنادی انجام گرفته، شهر ارومیه به لحاظ برخورداری از جاذبه های گردشگری، که به نوعی نقش اساسی در توسعه گردشگری شهری دارد، و از طرفی دیگر چون یک شهر چند اقلیتی با فرهنگ و آداب رسوم متفاوتی است، پتانسیل بالایی در جذب گردشگر را داراست [۲۵].

۴- اهداف پژوهش

برای این پژوهش می توان اهداف زیر را در نظر گرفت:

۱. بررسی نقش موسیقی محلی در توسعه گردشگری تبریز
۲. جذب گردشگر فرهنگی
۳. افزایش میزان سرزندگی و خوانایی شهر
۴. افزایش میزان آگاهی مردم از موسیقی محلی تبریز

۵- سوالات پژوهش

۱. آیا موسیقی بومی تبریز پتانسیل لازم برای جذب گردشگر را دارد؟
۲. چگونه می توان از طریق موسیقی بومی تبریز میزان گردشگر فرهنگی را افزایش داد؟

۶- فرضیه پژوهش

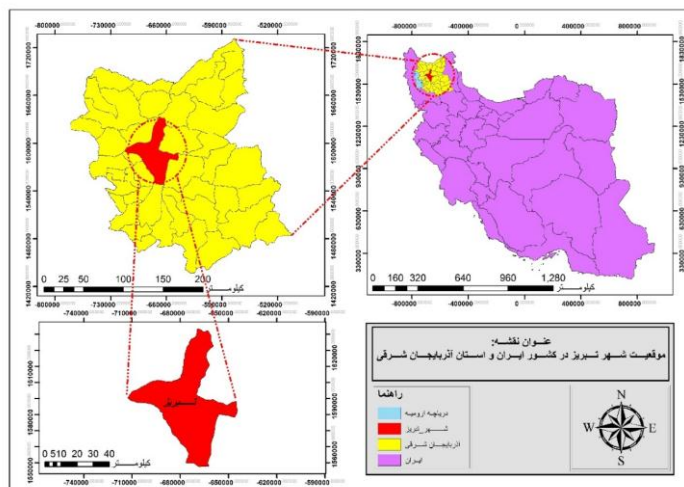
۱. بنظر می رسد موسیقی بومی و محلی تبریز پتانسیل لازم جهت افزایش میزان گردشگر را دارد.
۲. بنظر می رسد موسیقی بومی و محلی جایگاه ویژه ای در راستای جذب گردشگر دارد.

۷- روش تحقیق

روش تحقیق از نظر هدف کاربردی و از نظر ماهیت توصیفی-تحلیلی می باشد که منابع و اطلاعات اولیه آن از منابع معتبر نظیر کتاب، مقالات علمی- پژوهش، مصاحبه با اساتید، کارشناسان و صاحب نظران در این زمینه و سایر منابع معتبر علمی جمع آوری گردیده است تا مبانی نظری کاملی از پژوهش حاصل شود سپس به بررسی موسیقی اصیل آذری پرداخته شده تا به بررسی نقش موسیقی بومی در راستای جذب گردشگر پرداخته شود. همچنین برای بررسی فرضیه ها از پرسشنامه استفاده شده است که این پرسشنامه ها توسط ۳۰ نفر از اساتید و فارغ التحصیلان رشته های مربوطه نظیر شهرسازی، جغرافیا، معماری، گردشگری و ... پر شده است و برای تحلیل این پرسشنامه از برنامه SPSS و آزمون میانگین یک جامعه استفاده شده است و در نهایت به ارائه راهکارهای نهایی پرداخته شده است.

۸- محدوده مورد مطالعه

تبریز مرکز و بزرگترین شهر آذربایجان، شهری باستانی و تاریخی پر آوازه که شهرت همه گیر دارد و شهر اولین ها در ایران است که از جمله می توان به احداث اولین قرائت خانه عمومی ایران در سال ۱۳۱۲، اولین مدرسه نوین، اولین عکاسخانه و سایر موارد دیگر اشاره کرد [۲۶]. وسعت شهرستان تبریز به طور تقریبی ۱۷۸۱ کیلومتر مربع است. شهرستان تبریز از شمال به شهرستان اهر، از جنوب به شهرستان اسکو، از شرق به شهرستان هریس و استان آبد و از غرب و شمال غرب به شهرستان شبستر و شهرستان سرسبز مرند محدود می گردد. این شهرستان در ۴۶ و ۲۵ طول شرقی و ۳۸ و ۲ عرض شمالی از نصف النهار گرینویچ واقع شده است و ارتفاع تقریبی آن از سطح دریا ۱۳۰۰ تا ۲۱۰۰ متر متغیر می باشد. شهرستان تبریز از دو ناحیه کوهستانی و دشت تشکیل شده است. ارتفاع از سطح دریا در دشت ۱۳۱۰ و در مناطق کوهستانی تا ۲۱۰۰ متر بالغ می گردد. این شهرستان از شمال و جنوب، به وسیله کوه های عینالی و سهند احاطه شده است (شکل ۱).



شکل ۱- نقشه موقعیت شهر تبریز در کشور ایران و استان آذربایجان شرقی

همچنین از عوامل موثر در گسترش گردشگری انبوه در تبریز می توان موارد زیر را عنوان نمود:

- آب و هوای مطلوب
- آشنایی با آداب و رسوم و فرهنگ متفاوت آذربایجان
- جذابیت مقاصد قدیمی و بسیاری از مکان های ارزشمند شهر تبریز
- وجود نقاط تاریخی و گردشگری متفاوت در تبریز
- دارا بودن قدیمی ترین بازار سرپوشیده

۹- مبانی نظری**۹-۱- گردشگر**

گردشگری پدیده قرن بیستم است و نمی توان آن را نادیده گرفت بلکه باید به عنوان پدیده ای که وجود دارد (خوب یا بد) به آن نگرست. همه ساله، میلیون نفر به سفر می روند و کسی نمی تواند آن ها را از سفر باز دارد؛ آن ها خواهند ماند، پس بگذارید از این حرکت به عنوان منبعی برای توسعه استفاده شود [۲۷].

بی تردید گردشگر و تجربه سفر قلب پدیده گردشگری است، تجربه ای که گردشگر هنگام بازدید از یک مقصد گردشگری در پی به دست آوردن آن است. برای این که مقصد بتواند تجربه های با کیفیت ارائه کند، هم خط مشی گذاران و هم مدیران، باید انگیزه های گردشگران را برای سفر و عواملی که انتخاب مقصد را ممکن می سازد و چگونگی حمل و نقل و انتخاب نهایی فعالیت هایی که قرار است در مقصد انجام شود و نیز نیازهای متأثر از این فعالیت ها را شناسایی کنند. فقط زمانی می توانیم گردشگر را درک کنیم که به سمت توسعه تسهیلات، رویدادها، فعالیت ها و برنامه هایی حرکت کنیم که باعث تمایز یک مقصد از سایر مقاصد می شود [۲۸].

۹-۲- رفتار گردشگر

رفتار گردشگر شامل فعالیت های ذهنی، احساسی و فیزیکی است که افراد در هنگام ارزیابی، انتخاب، خرید و استفاده از محصولات و خدمات به منظور برآوردن نیازها و خواسته هایشان در آنها درگیر می شوند [۲۹]. این رفتار ممکن است در سطح فرد، گروه و یا سازمان اتفاق بیافتد. همچنین رفتار مصرف کننده شامل مجموعه ای از فرآیندهای روانی و فیزیکی است که قبل از خرید آغاز می شود و بعد از خرید نیز ادامه می یابد [۳۰].

به طور کلی می توان گفت که رفتار مصرف کننده یک فرآیند پیچیده و پویاست. وقتی که این رفتار در گردشگری به کار برده می شود این فرآیند پیچیده تر می شود زیرا محصول این صنعت ناملموس و غیر قابل ذخیره است. اما مفهوم رفتار گردشگر را نیز می توان در رابطه با موضوعات مرتبط با رفتار مصرف کننده توضیح داد [۳۱].

۹-۳- انواع گردشگری

تاکنون صاحب نظران و سازمان های بین المللی با توجه به معیار های مختلف، دسته بندی های متعدد از گردشگران ارائه کرده اند برای مثال می توان به گردشگری ((انبوه)) و ((جایگزین)) اشاره کرد [۳۲]. گردشگری انبوه عبارت است از گردشگری معمولی که در سطح گسترده در سراسر جهان وجود دارد. این نوع گردشگری کاملاً به صنعت گردشگری وابسته است. امروزه بسیاری از گردشگران با اطمینان از حمایت سازمان های گردشگری، برنامه سفر خود را بر اساس پیشنهاد های این موسسه تنظیم می کنند و به سفر می روند ویژگی بارز گردشگری انبوه در برابر گردشگری جایگزین این است که برنامه های سفر در گردشگری انبوه کاملاً رایج و دارای مقبولیت عمومی است در حالی که در گردشگری جایگزین هر انتخاب دیگری غیر از گردشگری انبوه را شامل می شود و ممکن است برای جامعه میزبان، مفید یا زیانبار باشد مانند گردشگران خاصی که با انگیزه استفاده از مواد مخدر سفر می کنند [۳۳]. در یک تقسیم بندی دیگر، گردشگری به سه نوع ((فرهنگی))، ((طبیعت گردی)) و ((ماجراجویانه)) دسته بندی شده است که بطور مختصر از آن به عنوان گردشگری ((ACE)) یاد می شود [۳۴].

۹-۴- گردشگری فرهنگی

گردشگری با انسان و انگیزه ها، خواستها و آرزوهای او که منبعث از فرهنگ جامعه است ارتباط دارد، به حدی که می توان گفت محرک اصلی گردشگری، در واقع همین اختلاف فرهنگ ها است [۳۵]. وجود تفاوت های فرهنگی امروزه سبب گردیده

تا گردشگران زیادی به قصد آشنایی با دیگر فرهنگ ها، کسب تجربه و افزایش آگاهی، به مقصد های مختلف در گوشه و کنار جهان سفر کنند [۳۶].

گردشگری فرهنگی بازدید از جاذبه ها، فعالیت ها و مراسم فرهنگی ای است که عوامل عمده انگیزشی برای سفر هستند. این نوع گردشگری شامل زیربخش هایی مانند گردشگری میراث، گردشگری هنری و گردشگری خلاق و بومی است. محیط های بازدید ممکن است شهر یا روستا، طبیعی یا انسان ساخت باشد. گردشگری میراث با سایت های ملموس و سنن ناملموس سروکار دارد. گردشگری هنری بازدید از هنرهای دیداری و نمایشی، جشنواره ها و رویدادهای هنری است. در این نوع گردشگری علاوه بر دیدار از نگارخانه ها، موزه ها، تئاترها و کنسرت ها، از اشکال دیگر تجربی تر گردشگری مانند هنرها، صنایع، رقص و موسیقی محلی نیز بازدید می شود. گردشگری خلاق حاکی از مشارکت فعال تر گردشگران در گردشگری فرهنگی است [۳۷]. برای درک بهتر فرآیند مدیریت فرهنگ، از جمله سازماندهی محتویات موسیقی در گردشگری فرهنگی، نقطه شروع مقصد توریستی است که از روزهای پیشین تاریخی تا کنون "نقطه مرکزی سفرهای توریستی" بوده است [۳۸].

۹-۵- هنر شهری

طبق تعریف کلی، هنر ابزاری برای بیان عواطف و دیدگاه آدمی است. شهر نیز به عنوان ساختاری انسانی، نقش مرکزی را در زندگی مردم ایفا می کند. هنر شهری، هنری است که خواه ناخواه نه با هدف ایجاد گالری و تجارت، بلکه بیشتر برای بیان احساسات، گفت و گوی بین انسان ها و تعالی هنر اجتماعی و زندگی شهری، توسط مردم هنرمندان و هنر دوستان خلق می شود. هنر شهری، یعنی زیبا کردن شهر، نه تنها از لحاظ تصویری، بلکه از لحاظ مفهومی. این هنر یعنی زنده نگه داشتن داوطلبانه شهر؛ یعنی به حرف درآوردن دیوارهای خاکستری شهر و نه شعارنویسی و پوستر چسبانی تبلیغاتی یا پروپاگاندا ایدئولوژیکی. هنر شهری، هنری است که به انسان می اندیشد نه به پول و دیوارهای سفید موزه ها و حراجی های پرزرق و برق [۳۹]. جشنواره ها، رویدادها و به ویژه جشنواره های موسیقی روز به روز در حال افزایش هستند. گسترش جشنواره های موسیقی به کمک تعطیلات به طور مداوم در افزایش درآمد کمک کرده است [۴۰]. علاوه بر این، یکی دیگر از مهم ترین چیزهایی که فستیوال های موسیقی را حتی بیشتر مورد توجه قرار می دهد این است که این جشنواره های موسیقی انواع مختلفی از فعالیت های مرتبط با موسیقی را ارائه می دهند [۴۱]. در نتیجه، گسترش بیشتر در انواع مختلف جشنواره ها و رویدادهای موسیقی، با احساس بهبود در درک ما از ارتباط روابط بین نوع رویداد موسیقی و انگیزه بازدید کننده باید سازمان یافته باشد [۴۲].

۹-۶- گردشگری موسیقی

نمونه های زیادی از ارتباط موسیقی و گردشگری در سراسر جهان وجود دارد، تعداد زیادی از گردشگران از بایروت به خاطر واگنر، سالزبورگ برای موتزارت و سیدنی برای اپرا بازدید می کنند. مثالهای جدیدی از ارتباط موسیقی و گردشگری عبارتند از: خانه موسیقی و موزه صدا در وین، ارک دلا موزیکال Auditorium در رم، در استان Pistoia جشنواره صدا و رنگ مسیرهای صوتی، جشنواره تابستانی ملکه و جشنواره پیستویا بلوز [۴۳].

موسیقی پیوندی ذاتی با گردشگری دارد. به عنوان یک جاذبه، یک معرف برای وضع معیشت و سبک زندگی و محلی برای پیام ها و انگیزه های سفر. در ساده ترین سطح، رویدادها و اجراهای صحنه ای موسیقی تقریباً پای ثابت تمامی گونه های گردشگری هستند. موسیقی در سطح جهان به عنوان یک بخش اساسی از تجربیات فرهنگی و سبک زندگی شناخته می شود تا جایی که گردشگران به طور کلیشه ای انتظار دارند تجربه حضورشان در مکان های فرهنگی با موسیقی خاص همراه شود [۴۴]. موسیقی که برگرفته از فرهنگ اصیل و ناب منطقه باشد و در جاهای دیگر نشینده اند می تواند جاذبه بیشتری داشته باشد. امروزه در سراسر جهان مکان های گردشگر پذیر یکی از خدماتی که به گردشگران عرضه می دارند ارائه موسیقی در قالب های مختلف

است. گردشگری و موسیقی رابطه دو سویه و متقابلی با یکدیگر دارند و از طرفی موسیقی به دلیل جاذبه و زیبایی خود می تواند جاذب گردشگر شود و به محصولات گردشگری در یک مکان تنوع بخشی کند [۴۵].

موسیقی از پشتوانه های فرهنگی هر ملتی محسوب شده، بیانگر حس زیبایی شناسی و پاسخ به نیازهای روحی انسان است. موسیقی نوعی زبان بیان اندیشه، فرهنگ و کمک به بهتر رساندن مفاهیم، آمال و آرزوهای انسانی به شیوه ای جذاب و دلربا است. حضور موسیقی از بزم و رزم گرفته تا ایجاد حالات و فضاهاى قدسی و روحانی، حضوری پویا و فعال در زندگی اجتماعی انسان است. به این ترتیب موسیقی صحنه های حیات بشری و راز و رمزهای نهفته در آن را آشکار ساخته و سهمی شایسته و در خور تأمل یافته است [۴۶].

۹-۷- موسیقی آذربایجانی و انواع ساز

هنر عاشیقی مهم ترین و غنی ترین شاخه ادبیات شفاهی آذربایجان است. به تعبیر دیگر، اگر عاشیق ها نبودند، از فولکلور غنی آذربایجان به جز چیزهای پراکنده و کم محتوا، هیچ نمی ماند [۴۷].

موسیقی آذربایجانی از دو نوع یا شاخه اصلی تشکیل شده که از لحاظ تقسیم بندی موسیقایی منشاء و حالت های مختلفی دارند. معمولاً نوع سازهای موسیقی آذربایجانی، خاستگاه و دوستاناران اقسام موسیقی با هم تا حدی متفاوت اند، هرچند بسیاری دوستانار هر دو هستند. تعداد بسیاری از موسیقی دانان با آشنایی به هر دو نوع از این موسیقی توانسته اند آثاری هنری بزرگی در قالب اپراها، موسیقی سمفونیک و موسیقی برای باله خلق نمایند. از مهم ترین گونه های موسیقی آذربایجانی می توان به موسیقی میخانه ای، هنر اجرای آذربایجانی تار، بالابان، ناقارا، باغلاما و گارمان اشاره کرد [۴۸].

مسائل اصلی که در موسیقی آذربایجان بدان توجه می شود به صورت زیر می باشد:

۱. دعوت به یگانگی، قداست خاص، ترویج زندگی ساده، بی تکلف و آرام،
 ۲. تصویر مشکلات و مسائل دوره های آشفته مثل جنگ،
 ۳. انتقال میراث ادبی گذشته، توجه به عواطف انسانی و معنوی،
 ۴. در شعر عاشیقی، اوزاها، تفریح و شادی ها، امیدها، زندگی و معشیت، جهان بینی و مسائل دینی به شکل بدیهی منعکس میشود،
 ۵. ارج نهادن به ارزش های معنوی و اخلاقی، ظرافت و زیبایی پرستی، جوانمردی و حلالیت طلبی [۴۹].
- همچنین از سازهای اصلی موسیقی آذربایجان می توان به موارد زیر اشاره کرد:

۱. بالابان: ساز بادی استوانه ای دو نی به طول حدود ۳۵ سانتی متر با هفت سوراخ انگشت، این ابزار موسیقی در بین مردمان آذربایجان، مخصوصاً در استان آذربایجان شرقی رایج است.
۲. تار: تار از سازهای زهی و ایرانی است که با زخمه نواخته می شود. جنس چوب کاسه تار از درخت توت، دسته آن گردو می باشد.
۳. ناقارا: از سازهای قدیمی و کوبه ای مردمان آذربایجانی در جمهوری آذربایجان و آذربایجانی های ساکن ایران به خصوص استان آذربایجان شرقی که امروزه در سراسر کشورهای حوزه قفقاز و ترکیه نیز کاربرد دارد. ناقارا استوانه ای چوبی و گاه پلاستیکی است که بر دو سر دهانه را از پوست پوشش می دهند. این ساز بیشتر در مراسم عروسی نواخته می شود.
۴. باغلاما: نام سازی ریشه گرفته از مردم منطقه آناتولی و آذربایجان است و در میان مردمان ترک رایج است. باغلاما و سازهای هم خانواده آن نقش مهمی در انتقال فرهنگ و موسیقی ترکی به عصر حاضر ایفا کرده اند.

۱۰- بحث و تحلیل

برای اندازه گیری میزان پایایی پرسشنامه از روش الفای کرونباخ استفاده شده است. با توجه به جدول شماره ۱ میزان الفای کرونباخ ۰.۷۲۳ می باشد و چون بیشتر از ۰.۷ می باشد بنابراین دارای پایایی مناسبی می باشد.

جدول ۱- آزمون کروناخ و روایی پرسشنامه

تعداد داده ها	آلفای کروناخ
۱۰	۰.۷۲۳

همچنین با توجه به جدول شماره ۲ می توان مشخصات افرادی را که پرسشنامه ها رو پر کرده اند مشاهده نمود که در این جدول جنسیت به صورت یکسان پخش شده و بیشتر افراد بین ۲۰ تا ۳۰ سال سن داشته اند همچنین بیشتر افراد دارای تحصیلات کارشناسی ارشد می باشند.

جدول ۲- اطلاعات فردی

عنوان گروه	جنسیت		سن					تحصیلات		
	مرد	زن	۲۰-۳۰	۳۰-۴۰	۴۰-۵۰	بالا تر از ۵۰	کارشناسی	کارشناسی ارشد	دکتری	مقاطع بالاتر
اساتید و فارغ التحصیلان	۱۵	۱۵	۱۵	۱۴	۱	۰	۵	۱۹	۳	۳

همچنین جدول شماره ۳ و ۴ نشانگر نظر کارشناسان در رابطه با جذاب بودن موسیقی برای گردشگر و همچنین میزان پتانسیل موسیقی تبریز در راستای جذب گردشگر را نشان می دهد که با توجه به این جداول، می توان نتیجه گرفت موسیقی محلی به میزان زیادی در راستای جذب گردشگر مؤثر بوده و همچنین موسیقی بومی و محلی تبریز به میزان زیاد پتانسیل لازم در راستای گردشگر را دارد. که هر کدام از این گویه ها دارای میانگین زیاد و رو بالا را دارند که نشانگر تأثیر نقش موسیقی بومی در راستای جذب گردشگر می باشد.

جدول ۳- میانگین گویه ها

میانگین	موسیقی بومی و محلی در راستای جذب گردشگر	پتانسیل موسیقی بومی و محلی تبریز در راستای جذب گردشگر
۴.۳۷	۴.۱۳	

جدول ۴- جدول فراوانی

	فراوانی		درصد فراوانی		پتانسیل موسیقی بومی و محلی تبریز در راستای جذب گردشگر	فراوانی		درصد فراوانی	
	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد		خیلی کم	کم	متوسط	زیاد
موسیقی بومی و محلی در راستای جذب گردشگر	خیلی کم	-	-	-		خیلی کم	-	-	-
	کم	-	-	-		کم	۱	۳.۳	
	متوسط	۲	۶.۷			متوسط	۴	۱۳.۳	
	زیاد	۱۵	۵۰			زیاد	۱۵	۵۰	
	خیلی زیاد	۱۳	۴۳.۳			خیلی زیاد	۱۰	۳۳.۳	

همچنین در راستای سنجش راهکارهای ارائه شده با توجه به جدول شماره ۵، مشاهده می شود که راهکار شماره ۱ بیشترین میانگین را کسب نموده است و کمترین میزان میانگین مربوط به راهکار شماره ۵ می باشد و همه راهکارها دارای میانگین متوسط و رو به بالایی هستند که نشانگر مناسب بودن راهکارهای ارائه شده است.

جدول ۵- میانگین راهکارها

میانگین داده ها	تعداد داده ها	راهکارها
۴.۵۳	۳۰	(۱) ایجاد پارک های موضوعی تحت عنوان مجتمع های سرگرمی خانوادگی حول محورهای موسیقی اصیل.
۴.۱۳	۳۰	(۲) برگزاری جشنواره ها و همایش های متعدد در زمینه موسیقی و ترانه های محلی آذربایجان.
۳.۸۷	۳۰	(۳) ایجاد مکان های مخصوص در طراحی های شهری برای استفاده بهینه از موسیقی های خیابانی
۴.۱	۳۰	(۴) برگزاری فستیوال های موسیقی عاشیق در تبریز
۳.۴۷	۳۰	(۵) ایجاد موزه های خانه های هنرمندان موسیقی و انتشار آثارشان در موزه ها

۳۰	۳۰	۶) استفاده از موسیقی های زنده در نقاط مهم گردشگری شهر تبریز
۳۰	۴۰۷	۷) تبلیغات موسیقی بومی و محلی تبریز
۳۰	۴۳۳	۸) نمادینه کردن موسیقی محلی و بومی شهر تبریز

۱۱- نتیجه گیری

با توجه به پیشرفت روزافزون تکنولوژی و همچنین تازه تر شدن نیازهای جامعه بشریت، در این راستا نمودهای جدید گردشگری نیز یکی از نیازهای روز جامعه بشریت بوده که دارای انواع مختلفی می باشد که یکی از آن ها گردشگری موسیقی می باشد. موسیقی از دیرباز همراه بشریت پیشرفت هایی طی نموده است که در بعدها های مختلفی در جامعه بشریت نمود پیدا کرده است مانند موسیقی محلی که از فرهنگ غنی آن ها سرچشمه می گیرد. در این بین موسیقی عاشیق نیز یکی از موسیقی های محلی ایران می باشد که دارای سخنان حکمت آموز و پند می باشد و در انواع مختلف مراسم ها از آن استفاده می نمایند با توجه به تحلیل های پرسشنامه و نظریات کارشناسان، موسیقی بومی و محلی می تواند یکی از عوامل جذب گردشگر به درون شهرها باشد و همچنین با توجه به یافته های پژوهش، موسیقی بومی و محلی شهر تبریز دارای پتانسیل لازم در راستای جذب گردشگر را دارد و با توجه به عوامل کلیدی مؤثر شهر تبریز می توان راهکارهای متنوعی را در رابطه با افزایش میزان گردشگر ارائه نمود.

۱۲- راهکارهایی نهایی

- در پایان نیز به ارائه پیشنهادات در رابطه با افزایش جذب گردشگر در شهر تبریز پرداخته شده است:
- ایجاد پارک های موضوعی تحت عنوان مجتمع های سرگرمی خانوادگی حول محورهای (موسیقی اصیل آذربایجانی، رقص آذری و هنرهای نمایشی).
 - نمادینه کردن موسیقی محلی و بومی شهر تبریز
 - برگزاری جشنواره ها و همایش های متعدد در زمینه موسیقی و ترانه های محلی آذربایجان.
 - برگزاری فستیوال های موسیقی عاشیق در تبریز
 - تبلیغات موسیقی بومی و محلی تبریز
 - استفاده از موسیقی های زنده در نقاط مهم گردشگری
 - ایجاد مکان های مخصوص در طراحی های شهری برای استفاده بهینه از موسیقی های خیابانی
 - ایجاد موزه های خانه های هنرمندان موسیقی و انتشار آثارشان در موزه ها

۱۳- مراجع

1. Machintosh, R., G., C. R. & Ritchie, R. B. (1995), Tourism principle, practice, philosophies, United States of America: John Wiley & sons, Inc
۲. فرهودی، رحمت الله و شورجه، محمود، ۱۳۸۳، برآورد برد گردشگری معبد آناهیتا، شهر کنگاور، فصلنامه مطالعات گردشگری، شماره ۷، صص ۱۹-۴۵
۳. محمدی، رسول؛ فیضی، وحید، ۱۳۸۷، مطالعه ی شرایط اقلیمی اصفهان به منظور توسعه گردشگری با استفاده از روش TCI، اولین همایش علمی سراسری دانشجویی جغرافیا، دانشگاه تهران، صص ۲۳-۲۶
4. Santos, Maria da Grace Mougá POCAS (2004). Fatina: Religious in Sanctuary. City, www.bibemp2.us.es.

۵. پوراحمد، احمد؛ مهدی، علی؛ مهدیان بهنمیری، معصومه؛ میرزایی کوتنایی، زهرا؛ محمدی، آرزو، ۱۳۹۱، بررسی و تحلیل نقش موزه ها در توسعه گردشگری فرهنگی (مطالعه موردی: موزه های شرق استان مازندران)، مجله برنامه ریزی و توسعه گردشگری، شماره یک، سال اول، تابستان ۹۱
۶. دیناری، احمد؛ (۱۳۸۴) گردشگری شهری در ایران و جهان، انتشارات واژگان خرد، ۱۵
۷. موحد، علی؛ (۱۳۸۶) گردشگری شهری اهواز، انتشارات دانشگاه شهید چمران، چاپ اول، ۴۳
۸. انوری، آریا و نساج، مینا؛ (۱۳۸۶) بررسی و تبیین نقش صنعت گردشگری در توسعه فضای شهری، همایش منطقه ای جغرافیا، گردشگری و توسعه پایدار، دانشگاه آزاد اسلامشهر، ۲۰
۹. مولائی، هشتجین، ناد علی و خوشنود؛ (۱۳۸۶) اکو توریسم و توسعه در کنار عملکرد مسلط جزایر خارک و خارکو، مجموعه مقالات همایش منطقه ای جغرافیا، گردشگری توسعه پایدار، تهران؛ انتشارات دانشگاه آزاد اسلامشهر، ۱۱
۱۰. کلانتری، محسن؛ قیامی، مریم، ۱۳۹۴، گردشگری موسیقی (موسیقی مقامی تربت جام)، فصلنامه فضای گردشگری، سال چهارم، شماره ۱۵، ص ۵۸-۵۹
۱۱. حسینی، سیدابراهیم؛ کریمی، سهیلا؛ نظیری، قاسم؛ شجاعی، سیده صدیقه، ۱۳۹۵، اثربخشی موسیقی آرام و بی کلام بر سلامت معنوی نوجوانان دختر شهر شیراز، فصلنامه علمی-پژوهشی زن و جامعه، سال هفتم، شماره یکم، بهار ۹۵
12. Gibbons, A. C. (1977). Popular Music Preference of Elderly People. *Journal of Music Therapy*, 14(4), 180-189.
۱۲. زاده محمدی، علی، ۱۳۸۹، مقدمه ای بر موسیقی درمانی: موسیقی درمانی برای همه، انتشارات اسرار دانش، مهرماه
۱۳. زندباف، حسین، (۱۳۸۸)، تاریخ و فرهنگ موسیقی جهان، تهران، چاپ اول، مرکز موسیقی حوزه هنری.
۱۴. خانی، فضیله؛ قاسمی، ابوطالب و قنبری نسب، علی (۱۳۸۸) بررسی اثرات گردشگری ساحلی با تکیه بر نظرسنجی از خانوارهای روستایی؛ مطالعه موردی: روستای چمخاله شهرستان لنگرود، پژوهش های جغرافیای انسانی، سال 1، شماره 4، صص ۵۱-۶۴
۱۵. صافیان، محمد جواد و ثابت، سارا. ۱۳۹۲. بررسی و تحلیل کارکرد هنر انتقادی در فضای پیاده شهری در چارچوب نظریه زندگی روزمره هانری لافور، مجموعه مقالات همایش بین المللی زندگی پیاده در شهر، ج۳، تهران: هنر معماری قرن
۱۶. کلانتری، محسن؛ قیامی، مریم، ۱۳۹۴، گردشگری موسیقی (موسیقی مقامی تربت جام)، فصلنامه فضای گردشگری، سال چهارم، شماره ۱۵، ص ۵۸-۵۹
۱۷. مدرک؛ آناهیتا، اصل فلاح؛ پریچهر، مسچی؛ مونا، ۱۳۹۵، موسیقی خیابانی، از گذشته تاکنون جایگاه موسیقی خیابانی در منظر شهر تهران، فصلنامه هنر و تمدن شرق، شماره سیزدهم، پاییز ۹۵
۱۸. زیاری، کرامت الله؛ صادقی، محمد، ۱۳۹۰، موسیقی و گردشگری نمونه موردی: موسیقی سنتی جزیره قشم، همایش ملی قشم و چشم انداز آینده، ۲۵ و ۲۶ اردیبهشت
۱۹. کلانتری، محسن؛ قیامی، مریم، ۱۳۹۴، گردشگری موسیقی (موسیقی مقامی تربت جام)، فصلنامه فضای گردشگری، سال چهارم، شماره ۱۵، ص ۵۸-۵۹
۲۰. تاج زاده نمین، ابوالفضل؛ هاشم زاده، ژاله، ۱۳۹۳، نقش جشنواره های موسیقی محلی در توسعه گردشگری از دیدگاه گردشگران بالقوه، فصلنامه علمی-پژوهشی مطالعات مدیریت گردشگری سال هشتم، شماره ۲۶، تابستان ۹۳
۲۱. تاج زاده نمین، ابوالفضل؛ هاشم زاده، ژاله، ۱۳۹۳، نقش موسیقی های محلی در توسعه ی گردشگری منطقه ای؛ مورد مطالعه: موسیقی محلی منطقه ی آذربایجان (عاشیققر)، نخستین سمینار علمی تخصصی جاذبه ها و دافعه های گردشگری آذربایجان شرقی.

۲۲. نواده شهلا، امیرعلی، ۱۳۹۴، راهکارهای طراحی موزه موسیقی در شهر تبریز با توجه به فرهنگ غنی شهر از لحاظ موسیقی آذربایجانی، کنفرانس بین المللی انسان، معماری، عمران و شهر
۲۳. پوراحمد، احمد؛ مهدی، علی؛ مهدیان بهنمیری، معصومه؛ میرزایی کوتناپی، زهرا؛ محمدی، آرزو، ۱۳۹۱، بررسی و تحلیل نقش موزه ها در توسعه گردشگری فرهنگی (مطالعه موردی: موزه های شرق استان مازندران)، مجله برنامه ریزی و توسعه گردشگری، شماره یک، سال اول، تابستان ۹۱
۲۴. فواد مرعشی، سید مومن؛ نباتی، محمد؛ بایرام زاده، نیما، ۱۳۹۳، دومین همایش ملی پژوهش های کاربردی در عمران معماری و مدیریت شهری، اسفند
۲۵. سرداری نیا، صمد، ۱۳۸۶، سیری در تاریخ آذربایجان، نشر اختر، تبریز
26. Kuban,d ,1987,conservation of historical environment for cultural survival, in R.hold(ed), conservation as cultural survival, Istanbul: the age khan award for architecture
۲۷. بذرافشان، مرتضی، ۱۳۹۵، درآمدی بر صنعت گردشگری، انتشارات مهکامه، چاپ سوم
28. Williams, A, 2002, Understanding The Hospitality Consumer, London: Butterworth-Heinemann Publications. Peer, p, olson, j and Grunert, K, 1999, Consumer Behavior and Marketing Strategy, Macgraw hill.
۲۹. بذرافشان، مرتضی، ۱۳۹۵، درآمدی بر صنعت گردشگری، انتشارات مهکامه، چاپ سوم
۳۰. کاظمی، مهدی؛ (۱۳۸۷) مدیریت گردشگری، انتشارات سمت، ۲۵
۳۱. زاهدی، شمسالسادات؛ (۱۳۸۲)، تحلیلی بر انواع توریسم و ارتباط آن ها با یکدیگر، فصلنامه مطالعات جهانگردی، انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی، تابستان ۸۲، ۲
32. Fennel,D.A, 2003, ecotourism, 2nd ed , reprinted by rout ledge, 30-33
۳۳. ضرغام، حمید، ۱۳۷۶، راهکارهای برای توسعه جهانگردی در جمهوری اسلامی ایران، مجموعه مقالات همایش جهانگردی و جمهوری اسلامی ایران، جلد ۱
۳۴. جهانیان؛ منوچهر، نادعلی پور، یعقوب، ۱۳۸۶، مدیریت گردشگری (تعاریف، ماهیت و اجزا)، انتشارات جهاد دانشگاهی، تهران
۳۵. اسمیت، ملاتی؛ مک لثود، نیکولا؛ روبرتسون، مارگارت هارت، ۱۳۹۱، مفاهیم کلیدی در مطالعات گردشگری، ترجمه باپیری، جعفر، انتشارات مهکامه
36. Krajnović, A. 2006. Mogućnosti implementacije sustava upravljanja kvalitetom u hrvatske turističke destinacije. PhD diss. Rijeka: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci.
۳۷. معاونت فرهنگی و هنرهای شهری سازمان زیباسازی شهر تهران، ۱۳۹۱، هنرهای شهری، موسسه نشرشهر
38. Frey, B.S. 1994. The Economics of Music Festivals: Journal of Cultural Economics, 18:29-39.
39. Bowen, H.; Daniels. M. 2005. Event Management: Does the music matter? Motivations for attending a music festival, vol.9, no. 3, pp 115-164.
40. Gold blatt, J.J. 1997. Special Events: Best Practices in Modern Event Management, p.63.
41. Gortan-Carlin, I. P. 2011. Glasba istrskih sodobnih skladateljev na prehodu v 21. stoletje in njena vloga v regionalnem turizmu. PhD diss. Ljubljana: Filozofska fakulteta
۳۸. زندباف، حسین، (۱۳۸۸)، تاریخ و فرهنگ موسیقی جهان، تهران، چاپ اول، مرکز موسیقی حوزه هنری.
۳۹. زیاری، کرامت الله؛ صادقی، محمد، ۱۳۹۰، موسیقی و گردشگری نمونه موردی: موسیقی سنتی جزیره قشم، همایش ملی قشم و چشم انداز آینده، ۲۵ و ۲۶ اردیبهشت
۴۰. رضائی نیا، عباس، ۱۳۸۲، جایگاه موسیقی مذهبی در ایران باستان، هنرهای زیبا، شماره ۱۳

۴۱. حسینی نثار، حسین، ۱۳۷۹، ادبیات عاشیقی را در یابیم، کتاب ماه ادبیات و فلسفه، شماره ۳۸، صص ۶۲-۶۷
۴۲. ایمرانی، رافیق، مترجم مجید تیموری فر، ۵۱۱۱، تاریخ دیرین موسیقی آذربایجان، نشر اختر، تبریز
۴۳. افندی اف، تیمورچین، ۱۳۸۴، گزارشی از وضعیت موسیقی در جمهوری آذربایجان، ترجمه قاسمی، پرویز، شماره ۱۹، صص ۸۴-۸۶
- علوم اجتماعی، چشم انداز ارتباطات فرهنگی