



قمی، مریم؛ تبریزی، نازنین و زال، محمدحسن (۱۳۹۷). ارزیابی اثرات اجتماعی گردشگری موسیقی فولکلور بر جوامع محلی از دیدگاه کارشناسان (مورد مطالعه: شهر آق‌قلا). *جامعه‌شناسی نهادهای اجتماعی*، ۵(۱۲)، ۹۵-۱۱۳.

## ارزیابی اثرات اجتماعی گردشگری موسیقی فولکلور بر جوامع محلی از دیدگاه کارشناسان (مورد مطالعه: شهر آق‌قلا)

مریم قمی<sup>۱</sup>، نازنین تبریزی<sup>۲</sup> و محمدحسن زال<sup>۳</sup>

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۱۱/۱۵

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۴/۲۰

### چکیده

گردشگری موسیقی یکی از جذاب‌ترین انواع گردشگری بوده و توجه به موسیقی بومی نقش بسیار مهمی در جذب گردشگران آن دارد. اکنون زمان آن است که از نگاهی نو به این بخش از صنعت گردشگری در کشور توجه شود. نظر به جایگاه و ظرفیت موسیقی محلی ترکمن، نیاز به شناخت دقیق و علمی اثرات توسعه‌ی این نوع گردشگری در شهر آق‌قلا به عنوان یکی از مهدهای آن و برنامه‌ریزی جامع و نظام‌مند در راستای تقویت آثار مثبت، کاهش اثرات منفی از علل اهمیت و ضرورت تحقیق و تتبع در این باب می‌باشد. با توجه به اینکه بیشتر تحقیقات این حوزه بر سنجش اثرات اقتصادی متمرکز بوده‌اند، نادیده گرفتن اثرات اجتماعی- فرهنگی، موجب عدم برنامه‌ریزی در زمینه‌ی کاهش اختلالات ناخواسته در زندگی جامعه‌ی میزبان یا افزایش منافع اجتماعی می‌شود با توجه به تمامی این موارد، در این مقاله به بررسی اثرات اجتماعی- فرهنگی گردشگری موسیقی ترکمن از دیدگاه کارشناسان و متخصصین پرداخته شده است. جهت تحلیل داده‌ها از روش تحلیل سلسله مراتبی و نرم‌افزار اکسپرت چویس استفاده گردید. نتایج نشان می‌دهد که از میان شاخص‌های مؤلفه‌های مثبت، عوامل "ارتقاء غرور اجتماعی، افزایش مشارکت اجتماعی و ارتقاء زیبایی جامعه" و همچنین از میان شاخص‌های مؤلفه‌های منفی، عوامل "افزایش جرم و بزهکاری، افزایش ترافیک و تضعیف گویش محلی" از دیدگاه کارشناسان، بیشترین میزان اهمیت را کسب کرده است.

**کلیدواژه‌ها:** گردشگری؛ موسیقی فولکلور؛ اثرات اجتماعی؛ شهر آق‌قلا.

۱ - کارشناسی ارشد، برنامه ریزی و توسعه جهانگردی، دانشگاه مازندران، بابلسر،

maryam.ghomi20@gmail.com

۲ - استادیار گروه جهانگردی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران (نویسنده مسئول)، n.tabrizi@umz.ac.ir

۳ - استادیار گروه جهانگردی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران، m.zaal@umz.ac.ir

## ۱- مقدمه و بیان مسأله

در تحولات اخیر گردشگری، موسیقی - در سبک‌ها و اشکال مختلف - به سرعت در حال تبدیل شدن به دلیلی اساسی برای سفر و در نتیجه بازاری برای گردشگران می‌باشد (گیسون و کانل، ۲۰۰۵: ۱). گردشگری موسیقی، چه از نوع کلاسیک و چه موسیقی پاپ<sup>۱</sup>، در اواخر دهه-های قرن ۲۰ رشد چشمگیری داشته و موجب شکل‌گیری الگوهای متمایزی از تفریح و گردشگری شده است (همان: ۹).

مسلم است هر نوع از گردشگری، اثرات خاص خود را بر روی جوامع میزبان به همراه خواهد داشت. از ابعاد سه‌گانه‌ی گردشگری<sup>۲</sup>، بعد اجتماعی در بحث گردشگری پایدار کمتر مورد توجه قرار گرفته است و شاید دلیل، این است که «اثرات اجتماعی فرهنگی گردشگری معمولاً به آرامی و در طول زمان رخ می‌دهند و تا حد زیادی نامرئی و نامحسوس می‌باشد. (اسواربروک، ۱۹۹۹: ۶۹)». علیرغم اینکه تعداد قابل توجهی از دانشمندان علوم اجتماعی بر پیامدهای منفی گردشگری تأکید می‌کنند، برخی از دانشمندان نیز معتقدند توسعه‌ی گردشگری در کشورهای جهان سوم اثرات مثبتی داشته است (دوان، ۱۹۸۹: ۲۱۷).

نگرش واقع بینانه‌تر آن است که گردشگری هر دو نتیجه مثبت و منفی را در کشورهای جهان سوم به ارمغان داشته است اما سطوح مربوطه، با توجه به ساختارهای اجتماعی-فرهنگی کشور، منطقه‌ی گردشگری و سطح توسعه‌ی آن متفاوت می‌باشد. ایران نیز مهد تنوع موسیقی است و هم اکنون زمان آن است که از نگاهی نو به این بخش از صنعت گردشگری توجه شود. موسیقی فولکلور ترکمن، یکی از بارزترین شاخصه‌های فرهنگی شهر آق‌قلا می‌باشد. موسیقی در این جامعه مانند دیگر جوامع و اقوام علاوه بر پاره‌ای خصوصیات کلی، دارای ویژگی‌های خاص خود می‌باشد که این امر حاصل تأثیر عواملی همچون قدمت تمدن، احساسات و عواطف مردمی که در آن فرهنگ نشو و نما یافته، کیفیت جغرافیایی محل سکونت قوم، طبیعت پیرامون، شرایط قومی، حوادث تاریخی، عوامل اجتماعی و خاطرات شادی بخش و دوران غم انگیز است (مرادی، ۱۳۸۲: ۱۳). با توجه به بررسی‌های اولیه‌ی محقق، آق‌قلا شهری است با بافت سنتی که مردم این شهر تمایل به عرضه‌ی موسیقی خود را ابراز نموده‌اند. امروزه مراسم بزرگداشت مخطومقلی شاعر پرآوازه‌ی ترکمن همراه با اجرای موسیقی در این شهر و دیگر شهرهای استان برگزار می‌شود و اکنون زمان آن رسیده است که با مدیریت، از اثرات سوء ناشی

1- Popular

2- The Triple bottom line

از توسعه‌ی مدیریت نشده‌ی آن پیش‌گیری شود. موارد ذکر شده، اهمیت پژوهش در این امر را آشکار می‌سازد تا با برنامه‌ریزی مناسب در جهت بهره‌برداری بهینه از ظرفیت‌های فرهنگی منطقه، گردشگران بی‌شماری را اعم از داخلی و خارجی به منطقه جذب نموده و با افزایش درآمد سرانه‌ی جامعه محلی، سطح رفاه آنها را ارتقاء بخشید. با توجه به ظرفیت‌های موجود در حوزه‌ی موسیقی محلی ترکمن و با در نظر گرفتن این امر که در حال حاضر گردشگری موسیقی به‌طور رسمی و حرفه‌ای در این شهر ایجاد نشده است، پژوهش حاضر به دنبال پاسخ‌گویی به این پرسش کلیدی است که توسعه‌ی گردشگری موسیقی چه اثرات اجتماعی- فرهنگی در شهر آق‌قلا در پی خواهد داشت؟

## ۲- پیشینه پژوهش

### ۲-۱- پژوهش‌های تجربی

تاکنون در رابطه با عنوان دقیق و محتوای تحقیق حاضر، مطالعه، گزارش یا سندی مشاهده نشده است اما هر یک از موضوعات مورد بررسی در این تحقیق در تحقیقات دیگر در سطوح بین‌المللی و ملی مورد مطالعه و بررسی قرار گرفته‌اند. در اکثر پژوهش‌های ملی در دهه اخیر، موضوعاتی نظیر موسیقی مقامی، موسیقی عشایر، موسیقی گیلانی و جشنواره‌های مرتبط مورد بررسی قرار گرفته و عوامل زمینه‌ساز توسعه و آثار این نوع فعالیت‌ها به تفصیل تبیین شده است. موضوع مورد بحث در مطالعات بین‌المللی سابقه طولانی داشته و ابعاد مختلف فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و زیست‌محیطی گردشگری موسیقی محلی بر جوامع میزبان مورد تحلیل و بررسی قرار گرفته و آثار متنوع آن گزارش گردیده است. نتایج اکثر پژوهش‌های نامبرده حاکی از بروز توأم آثار مثبت و منفی به ویژه در بخش فرهنگی- اجتماعی می‌باشد.

### ۲-۲- چارچوب مفهومی

#### ۲-۲-۱- گردشگری موسیقی

گردشگری موسیقی شامل طیف وسیعی از اقداماتی است که در آن مکان‌های تولید موسیقی (چه در گذشته و چه در زمان حال)، توسط استراتژی‌های دولت، هیأت ارتقاء گردشگری و شرکت‌های میراث موسیقایی تبدیل به نقاطی جذاب برای گردشگران شوند (کانل و گیسون، ۲۰۰۲: ۲۰۰۴). کانل و گیسون (۲۰۰۴)، گردشگری موسیقی را صنعتی بسیار بزرگ می‌دانند که در سال ۱۹۹۹، تقریباً ۱۷ درصد از ۳٫۵ میلیارد دلار صنعت گردشگری

ایالات متحده را به خود اختصاص داد (کانل و گیبسون، ۲۰۰۴). گردشگری موسیقی در انگلیس از سال ۲۰۱۱ تا ۲۰۱۴، ۳۴ درصد رشد داشته است. تعداد گردشگران موسیقی از ۷,۱ میلیون به ۹,۵ میلیون نفر افزایش یافته که ۳۹ درصد این گردشگران، خارجی بوده‌اند. این نوع گردشگری نه تنها موجب افزایش نشاط و رفاه مردم شده بلکه باعث جاری شدن ثروت به اقتصاد محلی در سراسر انگلیس گردیده است (موزیک انگلستان<sup>۱</sup>، ۲۰۱۵).

گردشگری موسیقی یک پدیده‌ی اجتماعی است که نمی‌تواند به سادگی از دیگر اشکال گردشگری و یا دیگر سرگرمی‌ها و فعالیت‌ها به منظور مشخص کردن اثرات اقتصادی‌اش جدا شود (گیبسون و کانل، ۲۰۰۵: ۹۴). گردشگری موسیقی سفر افراد برای گوش دادن به اجراهای زنده و یا تجربه‌ی تاریخچه‌ی مرتبط با ایجاد و یا اجرای موسیقی در مکان‌هایی غیر از محیط معمول زندگی آن‌ها را شامل می‌شود. این مکان‌ها می‌توانند شامل سالن‌های اجرا، موزه‌ها، خانه‌های موسیقی‌دانان و همچنین مکان‌های مربوط به متن یک ترانه<sup>۲</sup> است (کانل و گیبسون، ۲۰۰۴: ۴). گردشگری موسیقی با موسیقی کلاسیک پدید آمد. در دهه‌های اخیر قرن ۲۰ ظهور مرحله‌ی جدیدی از موسیقی پاپ، احیای موسیقی محلی و اهمیت روزافزون موسیقی کلاسیک، موجبات گسترش و تنوع قابل توجه گردشگری موسیقی را فراهم نمودند (گیبسون و کانل، ۲۰۰۵: ۱۲). جشنواره‌های موسیقی، مؤلفه‌ای کلیدی از گردشگری موسیقی می‌باشند که صدها سال از موجودیت آن می‌گذرد. در تاریخچه‌ی امروزی و مدرن تر موسیقی، جشنواره‌ی پاپ مونتری<sup>۳</sup> در تابستان ۱۹۶۷، یکی از مهم‌ترین نقاط عطف جشنواره‌های موسیقی در نظر گرفته می‌شود. بعد از آن در ماه ژوئن «تابستان عشق»<sup>۴</sup> به عنوان لحظه‌ای نمادین در تاریخچه‌ی موسیقی، نسلی را شکل داد. چند سال بعد، معروف‌ترین جشنواره‌ی موسیقی در ۱۹۶۹ در ووداستاک<sup>۵</sup> اجرا شد. این جشنواره جمعیتی بالغ بر ۴۰۰ هزار نفر را به خود جذب نمود (هادسون و همکاران، ۲۰۱۵). جذابیت جشنواره‌های موسیقی به این است که افراد می‌توانند با شرکت در جشنواره، سبک‌های موسیقایی متفاوتی را با احتمال ارتباط با افرادی که احساسی شبیه آن‌ها دارند، در یک مکان گوش کنند. خدمات جشنواره‌های موسیقی، فراهم آوردن تجربه‌ی موسیقایی می‌باشد (زایروسکایا و پاولونیت، ۲۰۱۰: ۹). بخش جشنواره‌های موسیقی تا حدی رشد کرده است که تبدیل به صنعتی بزرگ و قابل ملاحظه شده است. در سراسر دنیا

1- United kingdom music (uk music)

2- Lyrics

3- Monterey Pop Festival

4- Summer of Love

5- Woodstock

بیش از ۸۰۰ جشنواره‌ی موسیقی در انواع مختلف در ۵۷ کشور وجود دارد (هادسون و همکاران، ۲۰۱۵: ۶۹).

### ۲-۲-۲- اثرات اجتماعی گردشگری

متیسون و وال (۱۹۸۲) اثرات اجتماعی را «تغییر در کیفیت زندگی ساکنان مقاصد گردشگری» تعریف کرده‌اند؛ بنابراین، می‌توان گفت همه اثرات یک بعد اجتماعی دارند (متیسون و وال، ۱۹۸۲: ۱۳۷). تعریف دیگر اثرات اجتماعی می‌تواند «اثرات توسعه یا فعالیت‌های گردشگری بر زندگی ساکنان معاصر جامعه و فعالیت‌های فردی یا گروهی آنها» تعریف شود (سیمز و دملو، ۲۰۰۵: ۲۷۲). اثرات اجتماعی این‌گونه نیز تعریف می‌شوند: «تمامی عواقب و پیامدهای اجتماعی و فرهنگی ناشی از هرگونه فعالیت عمومی یا خصوصی، برای جمعیت بشری که شیوه‌ی زندگی مردم، کار کردن، بازی کردن، ارتباط با یکدیگر و سازمان‌دهی برای رفع نیازهای جامعه را تغییر می‌دهد». این اصطلاح همچنین اثرات فرهنگی مثل تغییرات در هنجارها، ارزش‌ها و اعتقاداتی که شناخت مردم از خود و جامعه‌ی آنها را توجیه می‌کند، شامل می‌شود (دینابرگسکایا و اکتر، ۲۰۱۰: ۱۰؛ مک کامبس و همکاران، ۲۰۱۵: ۱۵۷). پارک (۲۰۰۷) اصطلاح اثرات اجتماعی را «تغییرات در شرایط فرهنگی و اجتماعی که می‌تواند مثبت یا منفی بوده و به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم از یک فعالیت، پروژه یا برنامه ناشی شود» تعریف می‌کند (پارک، ۲۰۰۷؛ به نقل از دینابرگسکایا و اکتر، ۲۰۱۰: ۱۰). هدف پژوهش حاضر ارزیابی هر دو بعد مثبت و منفی اثرات اجتماعی گردشگری موسیقی بر جامعه‌ی محلی می‌باشد که جنبه‌های فرهنگی را نیز در بر می‌گیرد. در نتیجه از تعریف اثرات اجتماعی ارائه شده توسط پارک (۲۰۰۷) که «تغییرات در شرایط فرهنگی و اجتماعی که می‌تواند مثبت یا منفی بوده و به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم از یک فعالیت، پروژه یا برنامه ناشی شود» در این پژوهش به کار گرفته شد. گردشگری موسیقی، در این تعریف نوعی فعالیت محسوب می‌شود.

### ۲-۲-۳- انواع اثرات اجتماعی گردشگری

قبل از بررسی انواع خاص اثرات، مهم است که بدانیم پایه و منشأ این اثرات از کجاست. برخی از انواع اثرات اجتماعی- اقتصادی، تغییرات طبیعی ناشی از هر نوع توسعه اقتصادی هستند حتی زمانی که ساکنان و گردشگران از زمینه‌های فرهنگی و سطوح اجتماعی و

اقتصادی مشابه هستند؛ که معمولاً در مورد گردشگری داخلی صدق می‌کند. اثرات دیگر، از تفاوت‌های اجتماعی-اقتصادی بین ساکنان و گردشگران با زمینه‌های فرهنگی یکسان و یا متفاوت ناشی می‌شود. سطوح توسعه‌ی اجتماعی، اقتصادی و سیاسی ساکنان و گردشگران می‌تواند یک عامل بسیار مهم باشد. نوع سوم اثرات می‌تواند ناشی از تفاوت‌های فرهنگی قابل‌توجه بین ساکنان و گردشگران باشد. (اینسکیپ، ۱۹۹۱: ۳۶۷). عمدتاً به نظر می‌رسد مشکلات در مقاصدی مثل کشورهای در حال توسعه رخ دهد، جایی که اکثریت گردشگران از کشورهای توسعه یافته‌اند و دولت حرف کمی در توسعه‌ی گردشگری برای مردم محلی دارد (اسواربروک، ۱۹۹۹: ۷۱).

اثرات و تغییرات اجتماعی- فرهنگی ناشی از گردشگری، در قیاس با اثرات اقتصادی و زیست‌محیطی بسیار پیچیده‌تر، نامحسوس و ناملموس‌تر بوده و برای اینکه صورت خارجی به خود بگیرند، نیازمند زمان می‌باشند؛ به همین دلیل ارزیابی آن‌ها نیز زمان‌بر خواهد بود و نمی‌تواند به صورت مستقیم دیده یا اندازه‌گیری شوند (سیمز و دملو، ۲۰۰۵: ۲۷۲). همچنین میلمن و پیزام نیز معتقدند که اندازه‌گیری اثرات اجتماعی گردشگری به دلیل غیرمستقیم بودن آن‌ها تا حد زیادی مشکل است به طوری که ممکن است احساس شود هنوز اثرات دیگری مانده‌اند که هویدا نشده‌اند و یا کسی متوجه آن‌ها نشده است (میلمن و پیزام، ۱۹۸۸: ۱۹۱).

گردشگری معمولاً یکی از عوامل تغییرات اجتماعی-اقتصادی در هر منطقه‌ای بوده که گویا یکی از آشکارترین عوامل تغییر می‌باشد. تغییرات معمولاً از طرقی مثل توسعه‌ی سایر بخش‌های اقتصادی، مانند تولید یا معدن، پیشرفت مدارس و دیگر امکانات جامعه، قرار گرفتن در معرض رسانه‌های گروهی، رادیو، تلویزیون، روزنامه و مجلات، برگشتن ساکنانی که به خارج از منطقه سفر کرده‌اند و با خود ایده‌ها و چالش‌های جدیدی برای ارزش‌ها و سبک زندگی محلی به ارمغان آورده‌اند و بسیاری عوامل دیگر، نیز می‌توانند رخ دهند. اغلب اوقات گردشگری نقش یک قربانی در دسترس را برای تمامی تغییرات ناخواسته‌ای که می‌تواند در یک منطقه رخ دهد، ایفا می‌کند (اینسکیپ، ۱۹۹۱، ۳۶۶).

#### ۲-۲-۴- متغیرهای اثرات اجتماعی گردشگری

فردلین (۲۰۰۶) معتقد است، ردیابی شاخص‌های اجتماعی یک عمل درازمدت<sup>۱</sup> بوده و جمع‌آوری داده‌ها در یک‌زمان واحد و مشخص، آگاهی و بینش زیادی در زمینه‌ی اثرات

گردشگری ایجاد نمی‌کند (فردلین، ۲۰۰۶: ۲۷). لذا اندازه‌گیری اثرات اجتماعی ناشی از هر نوع گردشگری نباید مختص به یک دوره‌ی زمانی خاص بوده و پس از آن به حال خود رها شود. در این صورت این اثرات فقط مختص یک نقطه از زمان بوده و قابل تعمیم نخواهد بود. قابل ذکر است که بعضی از اثرات چندبعدی بوده و می‌توان آن‌ها را در طبقه‌ی اثرات زیست‌محیطی و یا اثرات اقتصادی قرار داد؛ اما پژوهشگرانی همچون دوان (۱۹۸۹)، لنکفورد و هاوارد (۱۹۹۴)، دلامر (۱۹۹۸)، رید (۲۰۰۴)، اندرک و همکاران (۲۰۰۵)، فردلین و همکاران (۲۰۰۶)، تووار و لاکوود (۲۰۰۸)، دینابرگسکایا و اکتر (۲۰۱۰) و کیم و همکاران (۲۰۱۵)، برخی از شاخص‌های زیست‌محیطی (مانند افزایش آلودگی، ظرفیت تحمل و...) و همچنین میلن و پیزام (۱۹۸۸)، کینگ و همکاران (۱۹۹۳)، فردلین و همکاران (۲۰۰۶)، تووار و لاکوود (۲۰۰۸) و کیم و همکاران (۲۰۱۵)، «افزایش فرصت‌های شغلی» را جزو اثرات اجتماعی محسوب نموده‌اند، در این مطالعه نیز به تبعیت از آنان و همچنین به دلیل اثری که این متغیرها می‌تواند بر کیفیت زندگی ساکنان یک مقصد گردشگری داشته باشد، این اثرات، در قالب اثرات اجتماعی موردبررسی قرار خواهد گرفت. در این پژوهش، شاخص‌های زیر به‌عنوان شاخص‌های مورد مطالعه انتخاب شده‌اند که در جدول ۱ به‌طور کامل نشان داده شده است.

### ۳- روش تحقیق

پژوهش حاضر به لحاظ هدف کاربردی و به لحاظ ماهیت توصیفی-تحلیلی بوده و یافته‌های پژوهش به شیوه‌ی پیمایش مبتنی بر پرسشنامه جمع‌آوری شده است. گردشگری موسیقی به‌عنوان متغیر مستقل و اثرات اجتماعی حاصل از این نوع گردشگری به‌عنوان متغیر وابسته در نظر گرفته شده است. شاخص‌های مرتبط نیز از مطالعات صورت گرفته در این زمینه استخراج شد. برای تکمیل پرسشنامه، از متخصصین موسیقی ترکمن در استان گلستان و کارشناسان امر گردشگری که بیش از ۵ سال در زمینه‌ی گردشگری فعالیت داشته و شهر آق-قلا را می‌شناختند، استفاده گردید. افراد مذکور از طریق نمونه‌گیری گلوله برفی به تعداد ۵۳ نفر شناسایی شده و تمام شماری گردیدند. در نهایت ۵۰ پرسشنامه ی کامل، جمع‌آوری شده و در نرم‌افزار اکسپرت چویس<sup>۱</sup> با روش تحلیل سلسله مراتبی مورد تحلیل قرار گرفت. شایان ذکر می‌باشد که پرسشنامه مورد بحث بر اساس جدول شماره (۱) تدوین شده است.

جدول ۱: مؤلفه‌ها و شاخص‌های پژوهش

مؤلفه‌ها	شاخص‌ها
زیرساخت‌ها و توسعه شهری	ارتقاء زیبایی جامعه، افزایش امکانات و مراکز خرید و خدمات اجتماعی، افزایش امکانات تفریحی، ارتقاء امکانات بهداشتی، افزایش تعداد امکانات اسکان، نگهداری از امکانات (جاده‌ها، پارک‌ها، خدمات ورزشی و حمل‌ونقل عمومی)، ارتقاء شبکه‌ی حمل‌ونقل، افزایش کنترل دولت
منافع اقتصادی	افزایش تجارت برای کسب‌وکار محلی (رستوران، صنایع دستی و...)، افزایش فرصت‌های شغلی
انسجام اجتماعی / محیط اجتماعی	ارتقاء غرور اجتماعی ساکنان محلی، تقویت روحیه اجتماعی، ارتقاء وحدت و همبستگی اجتماعی، ایجاد نشاط اجتماعی، افزایش استاندارد زندگی (کیفیت زندگی)، تجلیل از جامعه، شناخت منابع و مهارت‌های اجتماعی، اعتماد متقابل بین مردم، حمایت اجتماعی
مشارکت و تبادلات اجتماعی فرهنگی	ارتقاء فرهنگ منطقه، درک فرهنگ‌های دیگر، ارائه انگیزه‌ای برای حفظ و احیاء سنن و فرهنگ‌های محلی، ارائه فرصت ملاقات افراد جدید برای ساکنان، احترام و مهمان‌نوازی نسبت به غریبه‌ها، فرصتی برای اجتماعی شدن، افزایش علاقه به رویدادهای موسیقی دیگر مناطق، مشارکت در فرهنگ محلی، دیدار اجراکنندگان جشنواره، تشویق به انواع فعالیت‌های فرهنگی (صنایع دستی، هنر، موسیقی)
دید جامعه و بهبود تصویر	افزایش فرصت برای معرفی میزبانی جامعه در جهان، افزایش قابلیت رؤیت در رسانه بهبود تصویر مقصد، بازشناسی مثبت جامعه و میراث فرهنگی، جو مثبت در جامعه، ارتقاء هویت اجتماعی جامعه، ایجاد احساس و نگرش مثبت در مورد منطقه در میان گردشگران، حس منحصربه‌فرد و ویژه بودن جامعه
فرصت دانش و سرگرمی	توسعه و پیشرفت زندگی موسیقایی شهر (حمایت و تشویق موسیقی‌دانان مستعد)، ارائه فرصت آموزش و یادگیری یک مهارت جدید (مثل موسیقی، زبان)، فرصت کشف استعدادها و مهارت‌های فرهنگی، ارائه فرصت تفریح و سرگرمی با کیفیت بالا، فرصت تماشای موسیقی زنده، جذب طبقه‌ی خلاق (هنرمندان موسیقی) به منطقه
تعارضات اجتماعی	بزهکاری و جرم‌های اجتماعی، جایجایی اجتماعی (مهاجرت)، ایجاد تعارض و تخاصم میان بازدیدکنندگان و ساکنان محلی، کاهش حریم/ تعدی و ورود سرزده به زندگی ساکنان، مختل شدن زندگی ساکنان محلی
مشکلات زیرساختی	افزایش مقدار زباله، ترافیک، مشکلات افزایش استفاده از حمل‌ونقل عمومی، عدم دسترسی به امکانات، ازدحام
نارسایی‌های فرهنگی	تغییر و تضعیف گویش محلی، تغییر در سبک زندگی، تقلید از گردشگران (اثر نمایشی)، افول سنت‌ها / اصالت و هویت فرهنگ‌های سنتی



منطقه مورد مطالعه شهر آق‌قلا، مرکز شهرستان آق‌قلا است. این شهر در سال ۱۳۹۰، جمعیتی معادل با ۳۱۶۲۶ نفر داشته و از ۸۰۶۲ خانوار تشکیل شده است. شهر آق‌قلا یکی از مهم‌ترین شهرهای ترکمن‌نشین این شهرستان می‌باشد. منابع درآمد مردم آق‌قلا نخست زراعت و پس از آن صنایع دستی و کارگری است. ترکمن‌ها نسبت به فرهنگ و سنن خود حساسیت فراوانی دارند. اکثریت آن‌ها خواستار آن هستند که عرف محلی در مراسم مختلف ترکمن‌سازی و جاری باشد. موسیقی سنتی ترکمن نیز جایگاه ویژه‌ای نزد افراد این قوم دارد.<sup>۱</sup>

بررسی موسیقی قوم ترکمن بدون جستجو در تاریخ و فرهنگ این قوم کاری دشوار است. حرکت و کوچ این اقوام از صحراهای مغولستان طی قرن‌ها صورت پذیرفت و رفته‌رفته گروه‌های کثیری از آنان در سمت دریاچه‌ی خزر و صحراهای وسیع آسیای میانه پراکنده شدند (نصری اشرفی و قلیچ تقانی، ۱۳۷۴: ۵). از جمله مهم‌ترین پتانسیل‌های موسیقی ترکمنی که نقش مؤثری در جذب گردشگران فرهنگی دارد، می‌توان به موارد زیر اشاره نمود:

۱- برگزاری جشنواره‌های موسیقی در زمینه‌های فولکلوریک ترکمن مانند: عاطفی (این‌گونه موسیقی را لالایی و در اصطلاح ترکمنی «هودی» می‌نامند)، تغزلی (در این‌گونه، خواننده، سوز عاشقانه و شرح هجران و فراق معشوق را بیان می‌دارد)، حماسی (در این‌گونه موسیقی، همراه با نواختن دوتار اشعاری خوانده می‌شود که شرح حماسه آفرینی‌های قهرمانان ملی است)، بزمی (اشعار این موسیقی یادآور روزهای خوشی و امید به زندگی می‌باشد.) و آیینی (که در آن رابطه انسان با خدا و مفاهیم معنوی زندگی بیان می‌شود). (مصطفائی، ۱۳۷۸: ۹۲).

۲- آواز و رقص نمایشی «ذکر خنجر» (حسنی، ۱۳۸۸).

۳- مراسم آیینی موسیقی درمانی با «پرخوانی» و «ذکرخوانی» (مصطفائی، ۱۳۷۸).

۴- آرایه «مقام»ها در موسیقی ترکمن (حدود ۵۰۰ مقام در موسیقی ترکمن شناخته شده است) (دردی اعظمی‌راد، ۱۳۸۲: ۲۶۴).

۵- آرایه سازهای موسیقی ترکمنی که در نوع خود منحصر به فرد می‌باشند مانند: تامدره (دوتار)، قجاق (کمانچه)، توتیک، یدی بوغین (همان نی ۷ بند)، قاووز (زنبورک) و...

در حال حاضر گردشگری موسیقی ترکمن در شهر آق‌قلا به صورت محدود و نیمه حرفه‌ای رواج دارد. از مهم‌ترین فعالیت‌های این شاخه از گردشگری در شهر آق‌قلا می‌توان به

---

۱. متأسفانه نقشه‌ای از پراکندگی جغرافیایی موسیقی ترکمن در استان در دسترس نیست اما با توجه به مطالعات میدانی محققان و مصاحبه‌های صورت گرفته، تمرکز اصلی فعالیت‌های مورد بحث در دو منطقه آق‌قلا و بندر ترکمن می‌باشد.

رویدادهایی نظیر: مراسم بزرگداشت مختمقلی فراغی شاعر و عارف نامدار ترکمن، مراسم هفته وحدت، مراسم نی‌نوازی، دوتار نوازی و آیین خنجر و سایر برنامه‌های متنوع اشاره نمود.

#### ۴- یافته‌های پژوهش

در این بخش به تحلیل پاسخ‌ها و اولویت‌بندی شاخص‌ها از دیدگاه کارشناسان پرداخته خواهد شد. یافته‌ها در دو بخش تنظیم شده است؛ یافته‌های توصیفی که بیانگر ویژگی‌های کلی پاسخ‌دهندگان، مثل جنس، سن، تأهل، تحصیلات، شغل، درآمد و... بوده و همچنین یافته‌های تحلیلی که به مبحث تحلیل پرسش‌های تنظیم شده بر اساس فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی می‌پردازد.

#### ۴-۱- ویژگی‌های فردی پاسخ‌دهندگان بر اساس عوامل جمعیت‌شناختی

از مجموع پرسشنامه‌های توزیع شده میان متخصصین و کارشناسان گردشگری و موسیقی شهر آق‌قلا، ۷۵ درصد پاسخ‌دهندگان، مرد و ۲۵ درصد، زن بودند. با توجه به اطلاعات به‌دست‌آمده از پرسشنامه‌ها، ۱۲/۵ درصد پاسخ‌دهندگان، مجرد و ۸۷/۵ درصد، متأهل هستند. سایر نتایج برگرفته از پرسشنامه‌ها در جدول شماره ۲ به‌اختصار ذکر شده است.

جدول ۲: توزیع پاسخ‌دهندگان بر اساس عوامل جمعیت‌شناختی

مؤلفه توصیفی	گروه‌ها	درصد فراوانی
جنسیت	مرد	۷۵
	زن	۲۵
تأهل	مجرد	۱۲/۵
	متأهل	۸۷/۵
تحصیلات	دیپلم	۶/۲
	فوق‌دیپلم	۰
	کارشناسی	۶۲/۵
	کارشناسی ارشد	۱۸/۸
نوع شغل	دکتر	۱۲/۵
	دولتی	۸۵/۷
	خصوصی	۱۴/۳

منبع: یافته‌های میدانی، ۱۳۹۵

#### ۴-۲- اثرات اجتماعی گردشگری موسیقی از دیدگاه کارشناسان

همان‌طور که اشاره شد، برای اطلاع از دیدگاه کارشناسان و متخصصین امر گردشگری و موسیقی پیرامون اثرات فرهنگی-اجتماعی گردشگری موسیقی در شهرستان آق‌قلا، پرسشنامه-ای بر مبنای تکنیک سلسله مراتبی طراحی شد و پس از جمع‌آوری داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار اکسپرت چویس به مقایسه داده‌های وارد شده پرداخته شد.

با توجه به مقیاس اهمیت‌دهی به شاخص‌ها، پاسخ‌دهندگان می‌بایست اعدادی مابین ۱ تا ۹ را برحسب اهمیت، به صورت ماتریسی در جدول وارد کنند که نشان‌دهنده وزن و اهمیت هر یک از مؤلفه‌های پژوهش می‌باشد. پس از مقایسه‌ی معیارهای کلی سنجش شاخص‌های اثرات اجتماعی گردشگری موسیقی، زیرمعیارهای هر یک از معیارهای کلی به صورت زوجی با یکدیگر مقایسه می‌شوند. برای هر یک از این مؤلفه‌ها نیز شاخص‌هایی تعریف شد که به صورت جداگانه در جداولی تنظیم و به صورت زیر مورد ارزیابی قرار گرفت:

- ارزش گذاری معیارها با استفاده از فرآیند تحلیل سلسله مراتبی: در این مرحله مقایسه دو به دو، در یک ماتریس  $n \times n$  (ن تعداد معیارها است) ثبت می‌شوند. در فرآیند تحلیل سلسله مراتبی در هر مقایسه دودوی، دو مقدار عددی  $a_{ij}$  و  $1/a_{ij}$  را خواهیم داشت.

■ تشکیل جداول مقایسات زوجی

$$A = [a_{ij}] = \begin{pmatrix} 1 & \dots & \dots \\ \vdots & \ddots & \vdots \\ a_{n1} & \dots & 1 \end{pmatrix} \quad a_{ii} = 1, a_{ij} = 1/a_{ji}$$

■ بردار وزن یا اولویت، از جدول مقایسات زوجی و از روش بردار ویژه به دست می‌آید:

$$Aw = \lambda w$$

■ محاسبه بردار  $AW$ : عبارت است از حاصل ضرب ماتریس مقایسه زوجی ( $A$ ) در بردار وزن‌ها ( $W$ ).

$$AW = A \times W$$

■ محاسبه بردار  $AW/W$ : عبارتست از حاصل تقسیم نقطه‌ای بردار  $AW$  به بردار  $W$

■ محاسبه شاخص  $L$ :

$$L = \frac{1}{n} \left( \sum_{i=1}^n (AW_i) / W_i \right)$$

■ محاسبه شاخص سازگاری ( $CI$ ):

$$CI = \frac{L - n}{n - 1}$$

■ محاسبه ضریب سازگاری (CR) :

$$CR = \frac{CI}{RI}$$

مؤلفه‌های مثبت اثرات اجتماعی - فرهنگی ناشی از گردشگری موسیقی که از مطالعات مبانی نظری برداشت شده، شامل: انسجام اجتماعی، مشارکت و تبادلات اجتماعی، زیرساخت و توسعه شهری، تصویر مقصد، دانش و سرگرمی و منافع اقتصادی می باشد که وضعیت کلی آنها در نمودار شماره ۱ قابل مشاهده است:

#### - انسجام اجتماعی

نتایج تحلیل داده‌ها نشان می‌دهد که از بین شاخص‌های مؤلفه انسجام اجتماعی، شاخص "غرور اجتماعی" با ۰/۴۳۱ بیشترین امتیاز و شاخص‌های "ارتقاء هویت اجتماعی" و "افزایش وحدت اجتماعی" به ترتیب با ۰/۰۴ و ۰/۱۲۱ کمترین امتیاز را دریافت کرده‌اند. همچنین نرخ ناسازگاری (مؤلفه انسجام اجتماعی)، کوچک‌تر از ۰/۱ محاسبه شده که این امر نشانه‌ی سازگاری در مقایسات زوجی می‌باشد.

#### - مشارکت و تبادلات اجتماعی

نتایج تحلیل داده‌ها نشان می‌دهد که از میان شاخص‌های مؤلفه مشارکت و تبادلات اجتماعی، شاخص "افزایش مشارکت اجتماعی"، با ۰/۲۸۱ بیشترین اثرپذیری و شاخص "حفظ و احیاء سنن و فرهنگ‌های محلی" نظیر زبان، پوشش و...، با ۰/۰۷۲ کمترین اثرپذیری را به خود اختصاص داده‌اند. همچنین نرخ ناسازگاری، در مؤلفه مشارکت و تبادلات اجتماعی برابر با ۰/۰۲۳ و بیانگر سازگاری در مقایسات زوجی می‌باشد.

#### - زیرساخت و توسعه شهری

نتایج تحلیل نشان می‌دهد از نظر کارشناسان، از بین شاخص‌های این مؤلفه، شاخص "ارتقاء زیبایی جامعه" (با امتیاز ۰/۴۲) بیشترین و شاخص "ارتقاء شبکه حمل‌ونقل" (با امتیاز ۰/۰۹) کمترین اثرپذیری را از گردشگری موسیقی پذیرفته است. همچنین نرخ ناسازگاری، در مؤلفه زیرساخت و توسعه شهری برابر با ۰/۰۳۲ محاسبه شده است.

#### - تصویر مقصد

محاسبات تفصیلی نشان می‌دهد که از میان شاخص‌های این مؤلفه، شاخص "ارتقاء تصویر مقصد"، بیشترین امتیاز و شاخص "فرصت معرفی میزبانی منطقه در جهان"، کمترین امتیاز را دریافت کردند. شایان ذکر است، نرخ ناسازگاری در مؤلفه تصویر مقصد برابر با ۰/۰۰۹۳ بوده و بیانگر سازگاری در مقایسات زوجی می‌باشد.

#### - دانش و سرگرمی

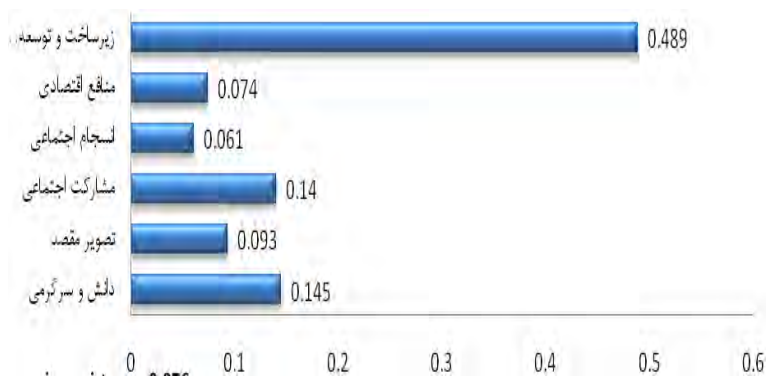
محاسبات تفصیلی نشان می‌دهد که از بین شاخص‌های مؤلفه فرصت دانش و سرگرمی، شاخص "جریان یافتن موسیقی محلی در زندگی ساکنان"، بیشترین امتیاز (۰/۷۱۸) و شاخص "فرصت یادگیری چیزهای جدید" مثل موسیقی، زبان و فرهنگ، کمترین امتیاز (۰/۱۳۱) را در اثرگذاری به دست آوردند.

#### - منافع اقتصادی

محاسبات تفصیلی بیانگر آن است که در بین شاخص‌های این مؤلفه شاخص "افزایش تولید و فروش صنایع دستی"، بیشترین تأثیرپذیری را به خود اختصاص داده است. همچنین نرخ ناسازگاری، در مؤلفه منافع اقتصادی برابر با ۰/۰۷۸۳ به دست آمده و بیانگر سازگاری در مقایسات زوجی می‌باشد.

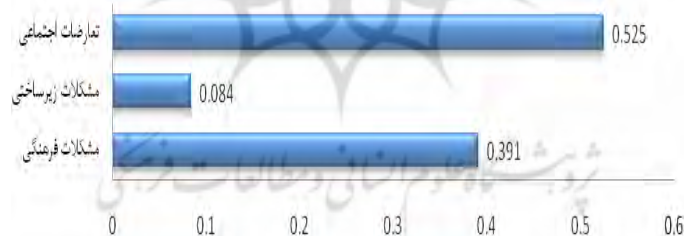
در ادامه با جمع‌بندی نهایی نتایج و مقایسه زوجی بین مؤلفه‌های اصلی، تحلیل داده‌ها نشان داد که از بین مجموع مؤلفه‌های اثرات اجتماعی مثبت، مؤلفه "زیرساخت و توسعه شهری" بیشترین اهمیت و مؤلفه "انسجام اجتماعی" کمترین رتبه اهمیت را از دیدگاه کارشناسان و متخصصان کسب کرده‌اند. (نمودار شماره ۱) نرخ ناسازگاری مقایسه زوجی مؤلفه-های اثرات اجتماعی مثبت، ۰/۰۷۶ است که نشان‌دهنده سازگاری این مقایسه زوجی است.

مؤلفه‌های منفی اثرات اجتماعی - فرهنگی ناشی از گردشگری موسیقی که از مطالعات مبانی نظری برداشت شده، نیز شامل سه مؤلفه تعارضات اجتماعی، مشکلات فرهنگی و مشکلات زیرساختی می‌باشد. نرخ ناسازگاری، در مؤلفه‌ی "تعارضات اجتماعی" برابر با ۰/۰۹۲ و بیانگر سازگاری در مقایسات زوجی می‌باشد. نتایج نشان می‌دهد که از بین شاخص‌های این مؤلفه، شاخص "افزایش جرم و بزهکاری" بیشترین امتیاز (۰/۳۹۰) و شاخص "نقض حریم شخصی افراد" کمترین امتیاز (۰/۱۳۶) را در اثرگذاری دریافت کرده است.



نمودار ۱: اهمیت نسبی مؤلفه‌های اثرات اجتماعی مثبت

در میان شاخص‌های مؤلفه مشکلات فرهنگی نیز، شاخص "استفاده کمتر از گویش بومی" با امتیاز ۰/۴۹۱ به عنوان مهمترین اثر منفی در این زمینه شناسایی شده است. نرخ ناسازگاری، در مؤلفه مشکلات زیرساختی برابر با ۰/۰۸۲ که کوچک‌تر از ۰/۱ بوده ( $IR \leq 0/1$ ) و این امر نشانه‌ی سازگاری در مقایسات زوجی می‌باشد. نتایج نشان می‌دهد که در میان شاخص‌های این مؤلفه، شاخص "افزایش ترافیک" بیشترین و شاخص "افزایش تولید زباله" کمترین اثرگذاری را به خود اختصاص داده‌اند. جمع بندی نشان می‌دهد در بین مؤلفه‌های اثرات منفی اجتماعی، مؤلفه تعارضات اجتماعی، بیشترین میزان اهمیت و مؤلفه مشکلات زیرساختی، کمترین امتیاز اهمیت‌دهی را از سوی کارشناسان دریافت کرده است. نرخ ناسازگاری مقایسه زوجی مؤلفه‌های اثرات اجتماعی منفی، ۰/۰۳ می‌باشد که نشان‌دهنده دقت بالای این مقایسه زوجی است.



نمودار ۲: اهمیت نسبی مؤلفه‌های اثرات اجتماعی منفی

با توجه به داده‌های به دست آمده مدل رگرسیونی، تنها برای اثرات مثبت اجتماعی معنادار می‌باشد. نتایج جدول شماره ۳ نشان می‌دهد که گردشگری موسیقی از دیدگاه کارشناسان، بیشتر اثرات اجتماعی مثبت به همراه خواهد داشت و اثرات منفی گردشگری موسیقی در این جامعه تبیین نمی‌شود. با توجه به مقدار Sig در اثرات اجتماعی مثبت، معناداری مدل تایید می‌شود.

جدول شماره ۳: تبیین اثرات اجتماعی گردشگری موسیقی

Beta	Sig	F	خطای بر آورد انحراف معیار	R2 تعدیل شده	R2	R	متغیر پیش‌بین	متغیر ملاک
۰/۶۴۹	۰/۰۰۰	۱۷۳/۵۰۹	۰/۵۰۸	۰/۴۱۹	۰/۴۲۲	۰/۶۴۹	اثرات مثبت اجتماعی	گردشگری
۰/۰۶۰	۰/۳۶۷	۰/۸۱۸	۰/۹۲۴	-۰/۰۰۱	۰/۰۰۴	۰/۰۶۰	اثرات منفی اجتماعی	موسیقی

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۵

#### ۵- بحث و نتیجه‌گیری

بر اساس نتایج تحقیق می‌توان اذعان داشت، آق‌قلا شهری است که پتانسیل‌های لازم برای برگزاری رویدادهای گردشگری موسیقی را داراست اما از زیرساخت‌های لازم برای توسعه‌ی آن برخوردار نمی‌باشد. از جمله قابلیت‌های مثبت این شهر در مبحث مورد مطالعه، نزدیکی به مرکز استان است. اگر شهر آق‌قلا و گردشگری موسیقی آن به عنوان بسته‌های سفر در برنامه‌های تبلیغاتی گرگان گنجانده شود، مردم آق‌قلا از امکاناتی نظیر امکانات موجود در شهر گرگان، بهره‌مند می‌شوند. بدین ترتیب می‌توان از گردشگری موسیقی به عنوان راهکاری برای جذب گردشگر و به تبع آن بهبود زیرساخت‌ها، امکانات و تسهیلات برای جامعه‌ی محلی استفاده نمود. از سوی دیگر توسعه گردشگری موسیقی طبعاً تغییرات عدیده فرهنگی را با خود خواهد داشت به خصوص که فرهنگ منطقه (ترکمن) فرهنگی خاص بوده و طبعاً در این میان برخورد فرهنگ‌ها صورت خواهد پذیرفت. احتمالاً این امر با توجه به فرهنگ مرجع (فارس) اثراتی مانند تغییر در پوشش، زبان و... را با خود به همراه خواهد داشت. همچنین از سوی دیگر باعث رونق اقتصادی و تزریق روحیه نشاط و شادابی در منطقه نیز خواهد بود. با این حال می‌بایست در ایجاد چنین فضایی، کلیه جوانب فرهنگی و اجتماعی نسبت به منافع اقتصادی و مالی در اولویت باشد.

مطالعات نشان می‌دهد، گردشگری موسیقی در منطقه مورد مطالعه تنها قابلیت تبیین و پیش‌بینی اثرات مثبت اجتماعی را داشته است. یکی از دلایل مهم این امر آن است که شهر آق‌قلا از لحاظ چرخه‌ی گردشگری هنوز به مرحله‌ی رشد مقصد گردشگری نرسیده است که اثرات منفی آن در جامعه نمود پیدا کند و موجبات نارضایتی جامعه‌ی محلی را فراهم نماید. تصورات و پیش‌فرض‌های ذهنی مثبت نسبت به توسعه‌ی گردشگری موسیقی نیز می‌تواند این امر را توجیه نماید. می‌توان گفت یکی از دلایل مهمی که دیدگاه منفی نسبت به اثرات گردشگری موسیقی وجود نداشته است، مقایسه‌ی آق‌قلا با شهر گرگان می‌باشد. چرا که گرگان یکی از شهرهای گردشگر پذیر در ناحیه‌ی شمالی کشور بوده که به واسطه‌ی رونق صنعت گردشگری تحولات زیرساختی- اجتماعی بسیاری را تجربه کرده است.

گردشگری موسیقی به عنوان یکی از ویژگی‌های فرهنگی منحصر به قوم ترکمن باعث ارایه انگیزه‌ای برای حفظ و احیاء سنن و فرهنگ‌های محلی مردم و به خصوص جوانان منطقه خواهد شد. گسترش گردشگری موسیقی، آشنا ساختن فرهنگ جامعه و معرفی آن به سایر شهرها و مناطق را به دنبال خواهد داشت. این امر در سایه توجه ویژه گردشگران به نوع فرهنگ خاص این منطقه، خود را نشان می‌دهد و چنانکه در مسیر رشد و توسعه گردشگری در این منطقه، در نهایت به یک‌دست شدن فرهنگ و پوشش و سنت‌های مردم این منطقه با اکثریت گردشگران منجر گردد، شاید دیگر تأثیر مطلوب پیش‌بینی شده را نداشته باشد. در ارتباط با نظر کارشناسان، تجربه‌ی آنان در زمان برگزاری سالروز مخطومقلی شاعر پرآوازه‌ی ترکمنی که با اجرای موسیقی در شهرهای مختلف استان گرگان همراه است، ثابت کرده است که حس مشارکت در اجتماع در این زمان‌ها افزایش می‌یابد.

در نهایت شایات ذکر است، آق‌قلا از نظر صنایع دستی نیز بسیار قوی و منحصر بفرد می‌باشد. اما متأسفانه، آن طور که باید مورد توجه قرار نگرفته است. با در نظر گرفتن این امر، اگر بازارچه و یا غرفه‌هایی برای معرفی و فروش صنایع دستی در کنار جشنواره‌های موسیقی برپا شود، از چنان استقبالی بهره‌مند خواهد شد که می‌تواند در آینده اثرات تبلیغاتی این دو حوزه را در جذب گردشگر تقویت نماید.

#### منابع

- افتخاریان، بهنام (۱۳۹۲). بررسی نقش جشنواره‌های موسیقی در توسعه‌ی گردشگری ایران. اولین همایش بین-المللی گردشگری، جغرافیا و محیط‌زیست پایدار. همدان: دانشکده فنی و حرفه‌ای شهید مفتح.



- حسنی، غلامرضا (۱۳۸۸). روند و فرایند تحولات تاریخی ساختار فرهنگی \_ اجتماعی اقوام ایرانی با تأکید بر قوم ترکمن. *پژوهش‌نامه علوم اجتماعی*، ۳(۱)، ۱۵۷-۱۴۱.
- دردی اعظمی راد، گنبد (۱۳۸۲). *نگاهی به فرهنگ مادی و معنوی ترکمن‌ها*. مشهد: مؤسسه چاپ و انتشارات دانشگاه فردوسی مشهد.
- زبردست، ایراندخت؛ ناز قلیچی، بی‌بی سارا و سعیدی، نسرين (۱۳۹۳). برگزاری جشنواره موسیقی محلی، عاملی مؤثر در توسعه گردشگری عشایری (مورد مطالعه: عشایر ترکمن و بختیاری)، *کنفرانس بین‌المللی توسعه پایدار، راهکارها و چالش‌ها با محوریت کشاورزی، منابع طبیعی، محیط‌زیست و گردشگری*. تبریز: دبیرخانه دائمی کنفرانس.
- مصطفائی، نظر محمد (۱۳۷۸). *مقدمه‌ای بر موسیقی ترکمن*. تهران: مؤلف.
- نصری اشرفی، جهانگیر و قربان قلیچ تقانی، آنا (۱۳۷۴). *موسیقی ترکمن*، تهران: انتشارات انجمن موسیقی ایران.
- Akis, S., Peristianis, N., & Warner, J. (1996). Residents' attitudes to tourism development: the case of Cyprus. *Tourism Management*, 17 (7), 481-494.
- Andereck, K. L., Valentine, K. M., Knopf, R. C., & Vogt, C. A. (2005). Residents' perceptions of community tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 32 (4), 1056-1076.
- Ap, J., & Crompton, J. L. (1998). Developing and testing a tourism impact scale. *Journal of Travel Research*, 37, 120-130.
- Brougham, J. E., & Butler, R.W. (1981). A segmentation analysis of resident attitudes to social impact of tourism. *Annals of Tourism Research*, 8 (4), 569-90.
- Brunt, P., & Courtney, P. (1999). Perceptions of sociocultural impacts. *Annals of Tourism Research*, 26 (3), 493-515.
- Connell, J. & Gibson, C. (2002). *Sound tracks: popular music identity and place*. London: Routledge.
- Connell, J. & Gibson, C. (2004). Vicarious journeys: travels in music. *Tourism Geographies*, 6 (1), 2-25.
- Delamere, T. A. (1998). *Development of a scale to measure local resident attitudes toward the social impact of community festivals* (Doctoral dissertation, university of Alberta, Edmonton).

- Dinaburgskaya, K. & Ekner, P. (2010). *Social impacts of the way out west festival on the residents of the city of goteborg* (Master project, university of Gothenburg, school of business).
- Doan, H. Z. (1989). Forms of adjustment: sociocultural impacts of tourism. *Annals of Tourism Research*, 16 (2), 216-236.
- Dorothy, N. (2014). *The impacts of event tourism on the host communities: the northwest region of ameroon* (Thesis, Centria university of Applied Sciences).
- Etiosa, O. (2012). *The impacts of event tourism on host communities: case: the city of pietarsaari* (Master thesis, Central Ostrobothnia University of Applied Sciences).
- Fredline, L., Deery, M., & Jago, L. (2006). *Development of a scale to assess the social impacts of tourism within communities*. Gold Coast: CRC for Sustainable Tourism PTY.
- Gibson, C. & Conell, J. (2005). *Music and tourism: on the road again*. Clevedon: Channel View Publications
- Hudson, S., Roth, M. S., Madden, T. J., & Hudson, R. (2015). The effects of social media on emotions, brand relationship quality and word of mouth: an empirical study of music festival attendees. *Tourism Management*, 47, 68-76.
- Inskip, E. (1991). *Tourism planning: an integrated and sustainable development approach*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Kim, W., Jun, H. M., Walker, M., & Drane, D. (2015). Evaluating the perceived social impacts of hosting large-scale sport tourism events: scale development and validation. *Tourism Management*, 48, 21-32.
- King, B., Pizam, A., & Milman, A. (1993). Social impacts of tourism: host perceptions. *Annals of Tourism Research*, 20 (4), 650-665.
- Lankford, S.V. & Howard, D.R. (1994). Developing a tourism impact attitude scale. *Annals of Tourism Research*, 21 (1), 121-139.
- Liu, Juanita C., & Qhrgut Var. (1986). Resident attitudes toward tourism impacts in awaii. *Annals of Tourism Research*, 13 (2), 193-214.
- Mathieson, A., & Wall, G. (1982). *Tourism: economic, physical, and social impacts*. London, NY: Longman.
- McCombes, L., Vanclay, F., & Evers, Y. (2015). Putting social impact assessment to the test as a method for implementing responsible tourism practice. *Environmental Impact Assessment Review*, 55, 156-168.
- Milman, A., & Pizam, A. (1988). Social impacts of tourism on central florida. *Annals of Tourism Research*, 15 (2), 191-204.

- Mirzaei, R. (2013). *Modeling the socioeconomic and environmental impacts of nature-based tourism to the host communities and their support for tourism* (Doctoral dissertation, Justus Liebig University Giessen).
- Pizam, A., & Pokela, J. (1985). The perceived impacts of casino gambling on a community. *Annals of Tourism Research*, 12, 147-165.
- Reid, S. L. (2004). *The social consequences of rural events: the inglewood olive festival*. The University of Queensland, School of Tourism and Leisure Management. Retrieved from <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.895.642&rep=rep1&type=pdf>
- Sims, W. J., & D'Mello, L. (2005). Event denizens and the sports tourist: pre-event perceptions of the social impacts of a major event. In: *Proceedings of international event research conference* (Vol 1, pp. 270-285). Unevesity of technology Sydney.
- Swarbrooke, J. (1999). *Sustainable tourism management*. United Kingdom, Wallingford: CABI publications.
- Tovar, C., & Lockwood, M. (2008). Social impacts of tourism: an australian regional case study. *International Journal of Tourism Research*, 10 (4), 365-378.
- Uk Music. (2015). *wish you were here: music tourism contribution to the economy* (Research Report). Retrieved from [https://www.ukmusic.org/assets/general/WYWH\\_2015Report.pdf](https://www.ukmusic.org/assets/general/WYWH_2015Report.pdf).
- Zabrovskaya, Y., & Pavilyonite, M. (2010). *Revenue determinants of music festivals: a case of pop/rock, jazz and classical music festivals in Scandinavia* (Master thesis, Jon Koping University).