



تأثیر موسیقی بومی ایران در توسعه گردشگری فرهنگی با رویکرد سلامت معنوی

مینا خزائی علی آباد^۱، محمدحسین ایمانی خوشخو^۲

DOI:10.22034/jtd.2025.490024.2988

چکیده

موسیقی بومی ایران دارای اهمیت فرهنگی و تاریخی غنی است که عمیقاً در معنویت منطقه ریشه دارد و اعتقاد بر این است که عناصر ملودیک و ریتمیک آن تأثیر عمیقی در سلامت معنوی افراد دارد و باعث ذهن آگاهی و آرامش درونی می‌شود. به همین منظور، پژوهش پیش‌رو با هدف بررسی تأثیر موسیقی بومی ایران در توسعه گردشگری فرهنگی و سلامت معنوی انجام شده است. روش انجام پژوهش توصیفی پیمایشی و از نظر هدف کاربردی است. با انجام مطالعات اسنادی و مصاحبه با خبرگان دانشگاهی و کارشناسان صنعت گردشگری، نه عامل شناسایی شده است. داده‌های پژوهش با استفاده از تکنیک مدل‌سازی معادلات ساختاری حداقل مربعات جزئی و نرم‌افزار اسمارت پی ال اس 3 تجزیه و تحلیل شده و مدل پژوهش طراحی شده است. بنابر یافته‌های پژوهش، همه ارتباط‌های مستقیم در مدل با متغیر اصلی (توسعه گردشگری فرهنگی و سلامت معنوی) در آزمون فرض معنادار و پذیرفته شده است. بیشترین ضریب مسیرها به ترتیب مربوط به موسیقی بومی در سلامت معنوی، تنوع موسیقی‌های استانی و قومی و حضور در جشنواره‌ها و رویدادهای موسیقی است. از میان عوامل انتخاب‌شده، عامل موسیقی بومی در سلامت معنوی دارای بیشترین اهمیت برای توسعه گردشگری فرهنگی است. نتایج پژوهش می‌توانند به ارتقای توسعه گردشگری فرهنگی و سلامت معنوی در ایران کمک کنند. با ترویج رویدادهای موسیقی بومی، حمایت از هنرمندان محلی و ایجاد زیرساخت‌های مناسب، جذابیت گردشگری افزایش می‌یابد و تجربه گردشگران غنی‌تر می‌شود، که در نهایت به رشد اقتصادی و فرهنگی کشور منجر خواهد شد.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۹/۰۳

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۱/۲۶

واژه‌های کلیدی:

موسیقی بومی، توسعه، گردشگری فرهنگی، سلامت معنوی، تکنیک معادلات ساختاری حداقل مربعات جزئی.

مقدمه

صنایع خلاق و فرهنگ زندگی مربوط می‌شوند (UNWTO, 2017). در این راستا، زیرشاخه‌های متعددی از گردشگری فرهنگی شکل گرفته است که گردشگری موسیقی یکی از آنها است. موسیقی، به‌عنوان ابزاری برای بیان فرهنگ و نشانه‌ای از هویت مکان‌ها، روایت‌های عاطفی و مهمی را برای گردشگران فراهم می‌کند (Gortan-Carlin & Krajnovic, 2016). گردشگری موسیقی یکی از فعالیت‌های گردشگری است که با انگیزه‌های مرتبط با موسیقی انجام می‌شود،

گردشگری فرهنگی یکی از انواع گردشگری است که به بازدیدکنندگان امکان می‌دهد تا با انگیزه‌های قوی برای یادگیری، کشف و تجربه جاذبه‌ها و محصولات فرهنگی ملموس و غیرملموس در مقصد گردشگری روبه‌رو شوند. این جاذبه‌ها شامل مجموعه‌ای از عوامل مشخص است که به مواد اولیه، هوش و ذکاوت، احساسات و معنویات یک جامعه با تأکید بر هنر، معماری، میراث فرهنگی و تاریخی، ادبیات، موسیقی،

۱. دانشجوی دکتری مدیریت گردشگری، گروه گردشگری، دانشکده گردشگری، دانشگاه علم و فرهنگ، تهران، ایران (نویسنده عهده دار مقاله)

minakhazaei64@stu.usc.ac.ir

https://orcid.org/0009-0008-3683-3633

۲. استاد مدیریت گردشگری، گروه گردشگری، دانشکده گردشگری، دانشگاه علم و فرهنگ، تهران، ایران

https://orcid.org/0000-0001-6643-1012



مانند سفر به کشوری خاص برای تماشای کنسرت یا بازدید از مکان‌های محبوب موسیقی (Puspita, 2021). این نوع گردشگری می‌تواند مخاطبان خاصی را برای هنرهای محلی به‌ویژه موسیقی محلی جذب کند (Ashrafi Rizi & Kazemi, 2012). موسیقی بومی نه تنها پژواکی از فرهنگ و هویت مردم بلکه جزء جدایی‌ناپذیری از زندگی آن‌ها است. موسیقی و گردشگری همواره نقشی مهم در افزایش روحیه و نشاط داشته‌است (Faghfor Maghrebi, 2007). تصور گردشگری در سکوت بدون استفاده از آهنگ‌هایی که سفر را همراهی می‌کنند دشوار است (Lashua et al., 2014). از همین رو، در دنیای پر استرس و فشار امروز، انسان‌ها به دنبال راه‌هایی برای کاهش استرس ناشی از چالش‌های روزمره یا برای کاوش عمیق‌تر در زندگی هستند (Williams, 2010). در این میان، سلامت معنوی شایسته‌توجه است. سلامت معنوی عاملی مهم در بهبود سلامت عمومی شناخته می‌شود. این نوع سلامت، مشابه جنبه‌های جسمی و روانی و اجتماعی، به هماهنگی سایر ابعاد سلامت کمک می‌کند و موجب افزایش سازگاری و عملکرد روانی فرد می‌شود (Sahraeian et al., 2011). موسیقی بومی ایرانی دارای اهمیت فرهنگی و تاریخی غنی است که عمیقاً ریشه در معنویت منطقه دارد و اعتقاد بر این است که عناصر آهنگین و ریتمیک آن تأثیر عمیقی در سلامت معنوی افراد دارد و باعث ذهن آگاهی و آرامش درونی می‌شود. موسیقی بومی، با عمق فرهنگی و تاریخی اش، می‌تواند به‌عنوان ابزاری قدرتمند برای ایجاد تجربه‌های معنوی و آرامش برای افراد مطرح شود. این نوع موسیقی، از طریق انتقال احساسات و ارزش‌های فرهنگی، می‌تواند به تقویت سلامت معنوی افراد کمک کند و تأثیر مثبتی در روحیه و انگیزه آن‌ها داشته باشد.

با این حال، بررسی پژوهش‌های پیشین نشان می‌دهد که شکاف پژوهشی مشخصی در این زمینه وجود دارد. بسیاری از پژوهش‌ها به تأثیرات موسیقی بومی در گردشگری فرهنگی پرداخته‌اند، اما نتایج آن‌ها به‌طور جامع تبیین نشده است. برای مثال، برخی از پژوهش‌ها تنها بر جنبه‌های خاصی از موسیقی بومی تمرکز کرده‌اند و از تحلیل جامع ارتباطات بین مؤلفه‌های مختلف غفلت کرده‌اند. همچنین، درحالی‌که تعدادی از این پژوهش‌ها به تأثیر موسیقی در سلامت معنوی اشاره کرده‌اند، هیچ‌یک از آن‌ها به‌طور کامل چگونگی تعامل این دو حوزه را بررسی نکرده‌اند. این شکاف پژوهشی ممکن است ناشی از نبود توجه کافی به تنوع

فرهنگی و قومیتی ایران باشد که هریک ویژگی‌های خاص خود را دارد و می‌تواند منبعی غنی برای جذب گردشگران باشد. همچنین، نیاز به رویکردی جامع‌تر در تحلیل تأثیرات موسیقی بومی در تجربه گردشگران و سلامت معنوی احساس می‌شود. نوآوری این پژوهش در شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری فرهنگی از طریق موسیقی بومی ایران است. این پژوهش، با استفاده از تکنیک پی‌ال‌اس و تحلیل جامع داده‌ها، سعی دارد ارتباطات بین مؤلفه‌های موسیقی بومی و تأثیرات آن در گردشگری فرهنگی و سلامت معنوی را روشن سازد. با این رویکرد، این پژوهش نه تنها به پر کردن شکاف‌های موجود در ادبیات علمی کمک می‌کند، بلکه می‌تواند زمینه‌ساز مطالعات آینده در این حوزه باشد. از این رو، موسیقی بومی ایران را می‌توان عاملی مؤثر در تقویت سلامت معنوی افراد و ارتقای تجربه‌های معنوی در سفرها و گردشگری معرفی کرد. در نتیجه، بررسی تأثیر موسیقی بومی ایران در توسعه گردشگری سلامت معنوی به بهبود صنعت گردشگری، ارتقای فرهنگ ملی و ایجاد ارتباطات فرهنگی مؤثر بین کشورها منجر می‌شود. بنابراین، این موضوع از اهمیت فراوانی برخوردار است و مطالعات در این زمینه به توسعه گردشگری فرهنگی در ایران کمک خواهد کرد. از این رو، هدف این پژوهش بررسی تأثیر موسیقی بومی ایران در توسعه گردشگری فرهنگی و سلامت معنوی است. با این توضیحات، پرسش‌های اصلی پژوهش به‌صورت ذیل طرح می‌شود:

- چگونه موسیقی بومی به تقویت تجربه معنوی گردشگران و در نتیجه توسعه گردشگری فرهنگی در ایران کمک می‌کند؟

- چه رابطه‌ای بین مؤلفه‌های موسیقی بومی در ایران وجود دارد؟

- رویکرد معنوی چگونه بر ارتباط بین موسیقی بومی و توسعه گردشگری فرهنگی اثر می‌گذارد؟

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

گردشگری فرهنگی

فرهنگ مجموعه‌ای از تلاش‌هایی است که افراد جوامع در طول تاریخ برای دستیابی به زندگی ایدئال انجام داده‌اند. از همین رو، هنرها، از جمله موسیقی، می‌توانند نمایانگر ذوق و روحیه و احساسات هر ملت باشند (Binesh, 2011). بیشتر تفاسیر بر این مفهوم تأکید می‌کنند که فرهنگ همچون پلی ارتباطی



در جشنواره‌ها و کنسرت‌های موسیقی و فرهنگی یا تجربه موسیقی آن مقصد تعریف کرد (Aoki, 2002). گردشگری موسیقی، به منزله یک محصول، در بردارنده رویدادهای موسیقی (از جمله جشنواره، فستیوال، کارناوال، کنسرت، مراسم آیینی و بزرگداشت)، بازدیدهای موسیقی (از جمله موزه‌ها، خانه موسیقی‌دان‌ها، استودیوهای مشهور و سالن‌های بزرگ موسیقی)، دیدار با هنرمندان (ملاقات و کنسرت)، فروش آثار موسیقی (فروشگاه‌ها و مراکز فرهنگی)، باشگاه‌های موسیقی و موسیقی خیابانی است (UNWTO, 2019). گردشگری موسیقی علاقه و اشتیاق و وابستگی گردشگران را افزایش می‌دهد (Puspita, 2021). گردشگری موسیقی (سفر به مکان دیگری برای گوش دادن به موسیقی) پدیده‌ای تاریخی است که با صنعتی شدن و مدرنیته همراه است (Lashua et al., 2014). اصالت و هویت و اجرا سه رأس مثلث سیاست‌های گردشگری موسیقی برای جذب مخاطب است. این سه مفهوم نمایش‌دهنده جغرافیایی فرهنگ موسیقی به صورت منطقه‌ای و فرامنطقه‌ای در حوزه گردشگری است. بررسی این عناصر مشخص می‌کند که موسیقی منطقه‌ای از نگاه گردشگران چگونه ارزیابی می‌شود و از گردشگری موسیقی آن حوزه فرهنگی چگونه استقبال می‌شود (Gibson & Conell, 2005). در سال‌های اخیر، به علت تنوع سفر، توسعه امکانات سفر و دسترسی به اینترنت، گردشگران با مقاصد گوناگونی روبه‌رویند. در این میان، گردشگرانی با عنوان «گردشگران نوگرا» ظهور کرده‌اند. این‌ها افرادی با اطلاع و آگاهی فرهنگی بالا و توانمند برای تجزیه و تحلیل مسائل فرهنگی و زیست‌محیطی به شمار می‌آیند. هواداران این نوع گردشگری در پی جایگزینی برای سبک‌های معمول و سنتی گردشگری هستند. آن‌ها به دنبال هتل‌های بزرگ و مجهز و مطابق با استانداردهای بین‌المللی نیستند، بلکه ترجیح می‌دهند در منزل مردم اقامت گزینند و با ارزش‌ها و شیوه‌های زندگی آن‌ها بهتر آشنا شوند (Doswell, 2008). گردشگری موسیقی از گونه‌های تجربه‌محور است که با دارا بودن اصالت هویت و بستر تعاملات فرهنگی قابلیت جذب گردشگران نوگرا را داراست. گردشگر موسیقی نیز شخصی است که به سفر داخلی یا بین‌المللی به منظور شرکت کردن در رویداد موسیقی یا بازدید از مقصد برای حضور در آیین‌های موسیقی و محلی، شرکت در رویدادها یا بازدید از سایت‌ها و موزه‌های مرتبط با موسیقی مبادرت می‌کند (Gibson & Conell, 2005).

بین‌دنیای انسانی، شامل انسان‌ها و محیطی که در آن زندگی می‌کنیم، عمل می‌کند. به عبارت دیگر، فرهنگ به مجموع ویژگی‌های متمایز ملت‌ها و ملیت‌ها اشاره دارد که شامل تمامی ارزش‌ها و ویژگی‌های ملموس و ناملموس آن‌ها می‌شود. سازمان جهانی گردشگری (UNWTO, 1985) گردشگری فرهنگی را جابه‌جایی افراد به دور از محل زندگی معمول خود برای کسب اطلاعات و تجربیات جدید تعریف کرده است. گردشگری فرهنگی در تقاطع دو فعالیت است: مشارکت فرهنگی و گردشگری. این نوع گردشگری به طور کلی شامل تمامی سفرهایی است که با هدف برآورده کردن نیازهای فرهنگی انجام می‌شود و در بردارنده بازدید از جاذبه‌های فرهنگی، تاریخی و هنری است (Bujdosó et al., 2015). این نوع گردشگری مفهوم خود را فراتر از مکان‌ها و بناهای تاریخی به سمت خلاقیت، سبک زندگی، سنت‌ها، فرهنگ روزانه، میراث تاریخی و فرهنگی، هنر، غذاشناسی، فیلم و موسیقی گسترش داده است (Richards, 2018). گردشگری فرهنگی یکی از گونه‌های گردشگری در ایران و جهان است، که فرهنگ و شکل‌های دیگر فرهنگی باعث جذب گردشگران می‌شود. این نوع گردشگری حول محور آگاهی یافتن از گذشته و درک و فهم آداب و رسوم زمان گذشته، فعالیت‌های اقتصادی در سبک‌های قدیمی و مدل‌های فرهنگی (موسیقی، تئاتر، جشن و ...) است (Ashrafi, 2012). نونان و ریزو¹ (2017) اشاره می‌کنند که گردشگری فرهنگی را می‌توان تحلیل روابط متقابل بین مشارکت فرهنگی و سازمان گردشگری و چگونگی تأثیر اولی در سازمان خلاصه کرد. گردشگری فرهنگی معمولاً به عنوان محصولی مستقل ظاهر نمی‌شود و نمی‌توان آن را از سایر انگیزه‌ها جدا کرد (Montoro-Pons & Cuadrado-Garsia, 2021). برای مثال، یک شرکت‌کننده در کنفرانس علمی احتمالاً از نمایشگاه یا کنسرت کلاسیک نزدیک بازدید می‌کند. در برخی موارد، گردشگری فرهنگی می‌تواند یک محصول گردشگری مستقل باشد که در اینجا دلیل اصلی سفر آشنایی با ارزش‌های فرهنگی است و گردشگر با انگیزه یک تجربه یا رویداد فرهنگی، مثلاً کنسرت یا جشنواره موسیقی، سفر می‌کند (UNWTO, 2018).

گردشگری موسیقی

گردشگری موسیقی زیرمجموعه‌ای از گردشگری فرهنگی به شمار می‌رود و می‌توان آن را عمل بازدید از یک شهر و منطقه با هدف اصلی تماشا و شرکت

1. Noonan and Rizzo



سلامت معنوی و گردشگری

واژه سلامت به حالتی از رفاه کامل جسمی، ذهنی و عملکردی فرد در محیط طبیعی و اجتماعی خود اشاره دارد. بنابراین، از این نظر می‌توان سلامت را مفهومی چندبعدی دانست (Tognetti, 2014). واژه سلامت خوردن غذاهای خاص، ورزش، خودمراقبتی عاطفی و ذهنی و... را در بر می‌گیرد. سلامت معنوی هر چیزی است که به سلامت و تندرستی روح فرد مربوط می‌شود (Moaven et al., 2022). روح را می‌توان در بسیاری از ادیان و فرهنگ‌ها به طرق مختلف تعریف کرد، اما این مفهوم از چیزی در درون فرد نشئت می‌گیرد که نه در بدن دیده می‌شود و نه بخشی از ذهن است (Wulff, 2007). از سوی دیگر، معنویت یکی از ابعاد سلامت است و می‌توان آن را از جنبه‌های مهم تاریخ و فرهنگ نیز دانست (Cook & White, 2018). معنویت بر هویت و نظام معنایی افراد در هر دو سطح فردی و جمعی اثری چشمگیر می‌گذارد. معنویت عناصر غیرمادی، حقیقت درونی، آگاهی و ارتباط را با هم ترکیب می‌کند. به‌طور کلی، معنویت را می‌توان تمامی جنبه‌های غیرمادی و معنوی زندگی انسان تلقی کرد. پژوهشگران رویکردهای گوناگونی به معنویت داشته‌اند و از دیدگاه‌های علمی مختلف به آن نگاه کرده‌اند. آن‌ها معنویت را دیدگاهی گسترده‌تر از ماهیت غیرمادی و معنوی هستی تعریف کرده‌اند (Imani Khoshkhou & Shahrabi Farahani, 2019). بسیاری بر این باورند که سلامت معنوی کلید تعادل بین اتصال جنبه‌های فیزیکی، ذهنی و اجتماعی روح با خدا، انرژی جهان یا سیاره و قلمرو بعددیگر است. سلامت معنوی دربردارنده ابعاد مختلف درونی (ارتباط فرافردی و ارتباط درون فردی) و بیرونی (ارتباط میان فردی و ارتباط برون فردی) است که با واسطه‌هایی قابل تبدیل به هم هستند. فلسفه ارتباط برون فردی و ارتباط میان فردی برای ارضای نیازها (نیازهای فیزیولوژیک و اجتماعی) و فلسفه ارتباط درون فردی و فرافردی برای ارضای فرایندها (نیاز خودیابی و حقیقت‌یابی) است؛ به عبارت دیگر، سلامت معنوی کنار سلامت اجتماعی معنا پیدا می‌کند (Wulff, 2007). سلامت معنوی با زندگی انسان امروزی عجین شده است. سلامت معنوی حالتی از وجود تعریف می‌شود که در آن فرد می‌تواند با مسائل روزمره زندگی به‌گونه‌ای برخورد کند که به تحقق ظرفیت کامل، معنا و هدف زندگی خود از درون منجر شود (Dhar, 2014). سلامت معنوی با احساس ارتباط با قدرت بالاتر، پذیرش و

زندگی هدفمند و معنادار مشخص می‌شود (Safara et al., 2020). همچنین، گردشگری را می‌توان فعالیتی معنوی در نظر گرفت که به دنبال ثروت و موفقیت شخصی است (Garce's et al., 2018). گردشگری می‌تواند معنایی را در زندگی القا کند و به هویت‌یابی و رشد معنوی کمک کند (Luluei et al., 2017).

موسیقی بومی ایرانی

موسیقی، به‌عنوان یکی از اجزای کلیدی نظام فرهنگی، همواره نقش برجسته‌ای در عرصه مصرف فرهنگی مردم‌پسند ایفا کرده است. به نظر می‌رسد، در میان دیگر عناصر فرهنگی، موسیقی به‌علت وجود برخی مقاومت‌های ایدئولوژیک ناشی از باورها و اعتقادات سنتی، قدرت بیشتری در ایجاد چالش‌ها دارد (Samim, 2013). موسیقی یکی از کهن‌ترین هنرهای بشری است که در طول تاریخ تمدن‌ها شکل گرفته و توسعه یافته است. این هنر امروزه بخشی اساسی از تجربیات فرهنگی و شیوه زندگی در نظر گرفته می‌شود، به‌گونه‌ای که گردشگران هنگام بازدید از مکان‌های فرهنگی انتظار دارند موسیقی خاصی را نیز بشنوند (Zandbaf, 2009). موسیقی ارتباط نزدیکی با جغرافیای هر کشور دارد و همچون ابزاری برای بیان حرکات و فضاها در زندگی مردم عمل می‌کند. رقص و موسیقی از دیرباز جزو هنرهای ملی و پدیده‌های انسانی ایرانیان بوده است. ایرانیان به سازهایی مانند تار، کمانچه و نی علاقه خاصی دارند و سازهای محلی دیگری چون دوتار، قوشمه، قیچک، رموز، دایره، نی‌انبان، دهل، طبل، سنج، چگور و آکوردئون از مهم‌ترین آلات موسیقی سنتی در ایران به شمار می‌روند. موسیقی نه تنها شادی و روحیه را به مردم هدیه می‌دهد، بلکه وحدت را نیز در میان آن‌ها ایجاد می‌کند (Jahaniyan, 2010). ایران، به‌عنوان سرزمینی با اقوام گوناگون، تنوع فرهنگی و قومی فراوانی دارد که این تفاوت‌ها به‌وضوح در موسیقی فولکوریک این کشور نمایان است. موسیقی‌های آذربایجانی، گیلانی، خراسانی، بختیاری، کردی، شیرازی و بلوچی نه تنها در ملودی‌ها بلکه در گویش‌ها نیز تفاوت‌های چشمگیری دارند (Farokhzad & Hajirezaei, 2016). در فرهنگ موسیقی ایرانی، آموزش موسیقی به مراحل سیر و سلوک عارفانه شباهت دارد و بر کسب ملکات روحانی تأکید می‌کند. موسیقی ایرانی، مانند دیگر هنرهای این کشور در طول تاریخ، پیوند عمیقی با فرهنگ بومی و تعلقات مذهبی مردم برقرار



انسان صورت می‌پذیرد. ادراک گردشگر فرهنگی، که از عوامل فردی و محیطی در سایت فرهنگی متأثر است، متضمن معنویتی است که با تأکید بر وجد و شغف درونی، اتصال به خویشتن و هستی، دریافت نیروهای ماوراءالطبیعه، احساس آرامش، بازگشت به خویشتن و یافتن گمشده درونی در اتصال با خالق هستی بیان می‌شود. رفیعی و میرزایی (2018)، در پژوهشی نشان دادند که استفاده از موسیقی برای جذب گردشگران امکان تبدیل شدن مقصد به جاذبه فرهنگی را فراهم خواهد ساخت. هرچند ممکن است پیامدهای منفی فرهنگی - اجتماعی و زیست محیطی داشته باشد و موسیقی به شکل محصول اصالت خود را از دست دهد، اما در صورت مدیریت درست تأثیرات منفی، پیامدهای مثبت اقتصادی و فرهنگی قابل قبولی خواهد داشت. فرخزاد و حاجی رضایی (2016)، در مقاله‌ای به بررسی نقش موسیقی در گردشگری فرهنگی ایران پرداختند و به این نتیجه رسیدند که موسیقی محلی و اصیل، چه در داخل کشور و چه در خارج از آن، جزء جدایی‌ناپذیر فرهنگ هر منطقه است و می‌تواند تأثیر بسزایی در توسعه گردشگری داشته باشد. با اجرای برخی مراسم و جشنواره‌ها و آیین‌های موسیقایی، می‌توان ضمن احیای آداب و رسوم محلی به جذب گردشگر در این زمینه اقدام کرد. تاجزاده نمین و هاشم‌زاده (2015) در پژوهشی به نقش موسیقی‌های محلی در توسعه گردشگری منطقه‌ای اشاره کرده‌اند. بنا بر پژوهش آنان، موسیقی‌های محلی قابلیت جذب و توسعه گردشگری منطقه‌ای را دارند و به‌طور متقابل توسعه گردشگری منطقه‌ای نیز باعث احیا و پویایی موسیقی محلی می‌شود. لشوا و همکاران (2014) در پژوهشی بیان کرده‌اند که ژانرهای موسیقی محصول فرهنگ بشری هستند؛ چیزی که به‌خاطر داشتن ارزش زیبایی‌شناختی گرامی داشته می‌شود و در عین حال چیزی است که محل رقابت معنا و هدف در طول تاریخ، فضاهای اجتماعی و جغرافیایی است. در بسیاری از فرهنگ‌های «پیش‌مدرن»، موسیقی با تشریفات و اجتماعی بودن، اجرای تعلق و قدرت پیوندی عمیق خورده است. در مدرنیته، موسیقی به بخشی از فضاهای روزمره اوقات فراغت تبدیل شده است، منبعی برای بیان هنری و لذت مخاطب؛ اما محصولی فرهنگی است که می‌توان آن را سالم‌سازی و کالایی کرد. موسیقی هویت‌ها، شورش، انطباق، عملکرد، وضعیت، محصول، جامعه، خرده‌فرهنگ، فرهنگ بالا، تمایز، مکان، فضا و موارد دیگر را بیان می‌کند. کمپبل^۱

1. Lashua

2. Campbell

کرده است؛ پیوندی که از نظر استحکام با سایر هنرها قابل مقایسه است (Mahdavi Nejad, 2006). موسیقی محلی ایران شامل آوازه‌ها و دستگاه‌هایی است که میان مردم رایج و کاملاً قابل فهم است. این موسیقی در نقاط مختلف ایران باقی مانده است و سهم زیادی در سرمایه اجتماعی و فرهنگی جامعه دارد (Fazeli, 2007). موسیقی در ایران شامل سه نوع اصلی است، که هر یک ویژگی‌ها و تاریخچه خاص خود را دارد:

۱. موسیقی مقامی و آیینی

موسیقی مقامی (موغامی) نمایانگر جلوه‌های فرهنگی کهن مشرق‌زمین است، که از تغییرات زمان حفظ شده و نغمه‌هایی را شامل می‌شود که به دوران باستان بازمی‌گردد. این نوع موسیقی به نغمه‌هایی اطلاق می‌شود که بر اساس رویدادهای گوناگون مانند جشن‌ها، فعالیت‌ها، جنگ‌ها و عشق ایجاد شده‌اند (Kalantari & Ghiyami, 2015).

۲. موسیقی دستگاهی (سنتی)

موسیقی دستگاهی یا سنتی از موسیقی مقامی تکامل یافته است؛ اما مفهوم آن با موغام کاملاً متفاوت است. این نوع موسیقی دارای نظامی به نام ردیف شامل هفت دستگاه و پنج آواز است و به نظم درآوردن نغمات موسیقی ایرانی را هدف قرار می‌دهد (Lotfi, 2021).

۳. موسیقی مذهبی

هریک از آیین‌ها و مذاهب در ایران موسیقی مذهبی مخصوص به خود دارند. مذاهب اسلامی، از جمله شیعه و سنی، بر اساس اعتقادات و نیازهای آیینی خود از موسیقی بهره می‌برند، که برحسب محتوا و عملکرد می‌توان آن را به شاخه‌های زیر تقسیم کرد:

1. عاشورایی؛ ۲. تعزیه؛ ۳. عبادی؛ ۴. عرفانی و خانقاهی (Babaei & Noori, 2022).

تاکنون درباره‌ی عنوان دقیق و محتوای این پژوهش مطالعه‌ای صورت نگرفته است و اطلاعات کمی درخصوص رابطه بین موسیقی و نقش آن در افزایش سلامت معنوی وجود دارد. پژوهش‌های بیشتر برای بررسی تأثیر خاص موسیقی بومی ایرانی در توسعه گردشگری فرهنگی با رویکرد سلامت معنوی ضروری است. در ادامه به چند مورد از پژوهش‌ها اشاره می‌شود:

ایمانی خوشنحو و شهبابی فراهانی (2019) به ارائه چارچوب مفهومی ادراک گردشگران فرهنگی از سفر با تأکید بر معنویت پرداختند. در پژوهش آنان، ادراک گردشگر فرهنگی در سطوح حواس پنج‌گانه، محیط و اجتماع در بستر معنویت به‌عنوان ماهیت وجودی



(2011)، در پژوهشی درباره گردشگری بر مبنای موسیقی با توجه به موسیقی و ایجاد حس مکان، دریافت که درست است جذابیت طبیعت می‌تواند عاملی انگیزاننده برای جلب گردشگر باشد، اما گردشگران بسیاری هم دوست دارند برای شرکت کردن در یک رویداد فاصله زیادی را برای خرید بلیت جشنواره طی کنند و موسیقی عاملی قوی و مؤثر در توسعه گردشگری و رشد اقتصاد منطقه خواهد بود. مکین^۱ (2010) در پژوهش خود به این نتیجه رسید که گردشگری پدیده‌ای معنوی یا سکولار است و به مباحث پیچیده تری منجر می‌شود. هویت، ملیت و مذهب اکنون در یک کفه ترازو قرار دارند که گردشگری می‌تواند هر دو را به چالش بکشد. فستیوال‌های موسیقی در سراسر دنیا نقش پیونددهنده این دو مقوله را ایفا می‌کنند. گزالز و میرابل^۲ (2009) به پژوهشی درباره مدیریت جشنواره‌های موسیقی با اهداف توسعه گردشگری پرداختند. آنان برخی ویژگی‌های جشنواره‌ها از جمله ظرفیت فراوان آن‌ها به عنوان جاذبه گردشگری، ارتقای هویت فرهنگی و همچنین موفقیت‌های اقتصادی را از دارایی‌های مهم و توانمندی این جشنواره برای توسعه گردشگری محلی معرفی کرده‌اند. پژوهش‌های بسیاری نشان داده‌اند که با وجود چالش‌هایی مانند عدم استمرار و برگزاری منظم جشنواره‌ها بر اثر فقدان مدیریت حرفه‌ای و بازاریابی مؤثر، می‌توان با رفع این مشکلات از جشنواره‌ها و رویدادها به منزله راهبردی برای افزایش آثار مثبت اقتصادی، ارتقای تصویر مقصد و بهبود محصولات گردشگری بهره‌برداری کرد.

مدل مفهومی پژوهش

مدل پیشنهادی در زمینه موسیقی بومی به بررسی تعاملات مثبت بین افراد و گروه‌ها می‌پردازد و به تأثیرات این تعاملات در احساس هویت ملی و محلی توجه می‌کند. موسیقی بومی عاملی مهم در همبستگی اجتماعی شناخته می‌شود که می‌تواند افراد را به هم نزدیک‌تر کند و ارتباطات فرهنگی را تقویت سازد. این نوع موسیقی نه تنها به عنوان هنر بلکه به عنوان بخشی از هویت فرهنگی جامعه عمل می‌کند و احساس تعلق را در میان اعضای جامعه افزایش می‌دهد. تأثیر موسیقی در سلامت روان نیز یکی از جنبه‌های مهم

این مدل است. موسیقی بومی می‌تواند به کاهش استرس، ارتقای سلامت معنوی و ایجاد احساس آرامش کمک کند. این عوامل نه تنها کیفیت زندگی افراد را بهبود می‌بخشند، بلکه در ایجاد جامعه‌ای سالم‌تر و شاداب‌تر نیز مؤثرند. با این حال، واگرایی ممکن است از طرق مختلف بروز کند؛ برخی از گونه‌های موسیقی ممکن است هویت جامعه را تهدید کنند یا موجب تنش‌های اجتماعی شوند، که این مسئله نیازمند توجه و مدیریت مناسب است. این مدل به تأثیرات عمیق موسیقی بومی در جامعه محلی و فرهنگ اشاره دارد و بر اهمیت ارتباط آن با تاریخ و فرهنگ محلی تأکید می‌کند. سلامت روان نه تنها پیامد شرایط اجتماعی، بلکه عاملی تأثیرگذار در توسعه فرهنگی و اجتماعی در این مدل مطرح شده است.

در این پژوهش، ترسیم مدل مفهومی با بررسی روابط شاخص‌های پژوهش و به کمک پیشینه نظری صورت گرفته است. بر اساس پرسش‌ها و مدل مفهومی پژوهش و صورت‌بندی فرضیات، مؤلفه‌های تأثیرگذار موسیقی بومی در توسعه گردشگری فرهنگی با رویکرد سلامت معنوی در این پژوهش شامل مؤلفه‌های ارتباط با فرهنگ و تاریخ محلی، ارتقای سلامت روان و کاهش استرس، تقویت هویت ملی و افتخار فرهنگی، تنوع موسیقی‌های استانی و قومی، افزایش تعامل اجتماعی و روابط مثبت، معرفی مناطق و جاذبه‌های گردشگری کشور، حضور در جشنواره‌ها و رویدادهای موسیقی، تعامل با موسیقی سایر فرهنگ‌ها، نگهداری و حفظ موسیقی محلی و استانداردسازی آن است. مدل ارائه‌شده نشان می‌دهد که موسیقی محلی می‌تواند همچون ابزاری کارآمد برای تقویت ارتباطات اجتماعی و افزایش حس هویت مکانی عمل کند و این عامل در رشد شخصیت و سلامت روان افراد تأثیر مثبتی خواهد داشت. همچنین، پژوهش دقیق‌تری در زمینه حفظ هویت فرهنگی و تأثیرات آن در گردشگری و تعاملات فرهنگی می‌تواند به غنای ادبیات موجود بیفزاید. در نهایت، این مدل می‌تواند به توسعه راهبردهای فرهنگی و اجتماعی مؤثری منجر شود که به نگرش سلامت و تقویت موسیقی محلی و همچنین ارتقای سلامت روان جامعه کمک کند. با در نظر گرفتن چالش‌ها و فرصت‌های موجود، این پژوهش می‌تواند نقش مهمی در بهبود گردشگری فرهنگی ایفا کند. بنابراین، با توجه به مبانی نظری، فهرستی از عوامل مرتبط در چارچوب مدل مفهومی پژوهش تهیه شده که در جدول ۱ نمایش داده شده است.

1. Mclean

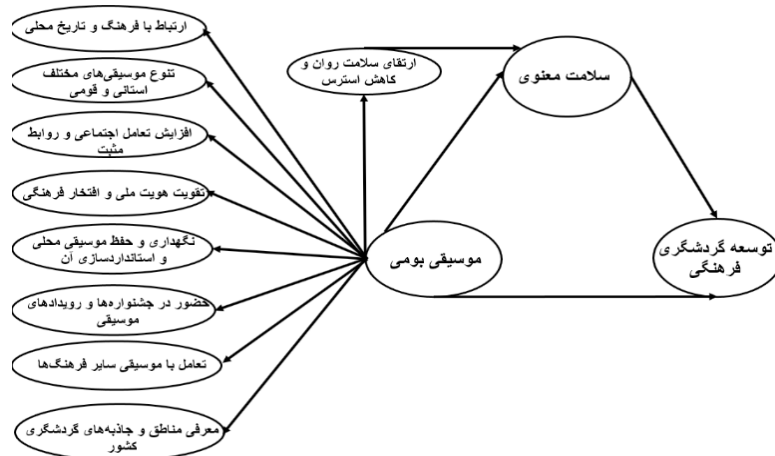
2. González and Miralbell

جدول ۱: فهرست مؤلفه‌های تأثیرگذار موسیقی بومی در توسعه گردشگری فرهنگی با رویکرد سلامت معنوی

مؤلفه‌های تأثیرگذار	منابع
ارتباط با فرهنگ و تاریخ محلی	باقری و قائم‌پناه (1401) مرزبان و مرزبان (1402) ایمانی خوشخو و راستگو (1397)
ارتقای سلامت روان و کاهش استرس	جهانپان (1389) ایمانی خوشخو و راستگو (1397)
تقویت هویت ملی و افتخار فرهنگی	ایمانی خوشخو و راستگو (۱۳۹۷) زندباف (1388)
تنوع موسیقی‌های استانی و قومی	مرزبان و مرزبان (1402)
افزایش تعامل اجتماعی و روابط مثبت	زیاری و صادقی (1390) ایمانی خوشخو و راستگو (1397)
معرفی مناطق و جاذبه‌های گردشگری کشور	امیدوارفر و همکاران (1398)
حضور در جشنواره‌ها و رویدادهای موسیقی	بابایی و نوری (1401) مرزبان و مرزبان (1402) González & Miralbell (2009)
تعامل با موسیقی سایر فرهنگ‌ها	قاسمی (1381)
نگهداری و حفظ موسیقی محلی و استانداردسازی آن	زیاری و صادقی (1390)

چارچوب پژوهش بر اساس برآیند دو جریان موسیقی بومی و توسعه گردشگری فرهنگی و سلامت معنوی در ایران به دست آمده است. بر اساس این الگو، مدل مفهومی پژوهش را به شکل ۱ می‌توان ترسیم نمود. با توجه به مدل مفهومی ارائه‌شده، دو فرضیه اصلی به شرح زیر بررسی می‌شود:

- بین متغیر موسیقی بومی و متغیر توسعه گردشگری فرهنگی و رویکرد معنوی ارتباط معناداری برقرار است.
- بین متغیر سلامت معنوی و متغیر توسعه گردشگری فرهنگی ارتباط معناداری برقرار است.



شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش

روش پژوهش

پژوهش به لحاظ هدف از نوع کاربردی است. بر اساس نیاز پژوهش، فلسفه پژوهش مبتنی بر اثبات‌گرایی، رویکرد پژوهش به صورت قیاسی استقرایی، روش تحلیل داده‌ها کمی و راهبرد پژوهش پیمایشی است. اطلاعات با روش‌های مطالعه اسناد و مدارک و مصاحبه نیمه‌ساختاریافته جمع‌آوری شده است. تجزیه و تحلیل داده‌ها نیز با استفاده از معادلات ساختاری حداقل مربعات جزئی با نرم‌افزار اسمارت پی‌ال‌اس انجام گرفته است. برای تعیین مؤلفه‌های هر سازه، با گروه محدودی از خبرگان دانشگاهی و کارشناسان صنعت گردشگری مصاحبه شده است. پیشنهاد شده است که دست‌کم از نظرات پنج خبره استفاده شود (Soti et al., 2010). روایی صوری و محتوایی پرسش‌نامه توسط خبرگان کارشناسان گردشگری تأیید شد. پس از محاسبه روایی محتوا و صوری، پرسش‌نامه تهیه‌شده به صورت تصادفی در جامعه آماری شامل خبرگان دانشگاهی و کارشناسان صنعت گردشگری توزیع شد. روایی هم‌گرا و واگرا و پایایی نیز به وسیله آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی در نرم‌افزار اسمارت پی‌ال‌اس بررسی و تأیید شد.

یکی از قواعد شناخته‌شده برای تعیین حداقل نمونه لازم در روش پی‌ال‌اس توسط بارکلای و همکاران (1995) ارائه شد. به زعم این نویسندگان، حداقل حجم نمونه لازم برای استفاده از روش پی‌ال‌اس برابر با بزرگ‌ترین مقدار به دست آمده از دو قاعده زیر است:

الف) ۱۰ ضرب در تعداد شاخص‌های سازه‌ای که بیشترین شاخص را دارد.

ب) ۱۰ ضرب در بیشترین روابط موجود در بخش ساختاری مدل اصلی پژوهش که به یک متغیر مربوط می‌شوند (Barclay et al., 1995).

با توجه به قواعد اول و دوم، در این پژوهش بین ۵۰ تا ۸۰ نمونه لازم بوده است. بنابراین، از ۱۰۰ پرسش‌نامه توزیع‌شده، ۷۴ پرسش‌نامه تکمیل شد. پرسش‌ها بر اساس مقیاس ترتیبی و طیف لیکرت پنج‌تایی شامل خیلی زیاد، زیاد، متوسط، کم و خیلی کم تنظیم شد و بر اساس موضوع فرضیه‌های پژوهش طراحی شد. در جدول ۲، تعداد گویه‌های هر سازه ارائه شده است.

جدول ۲: مشخصات متغیرهای پژوهش در پرسش‌نامه

تعداد پرسش	متغیر
۴	ارتباط با فرهنگ و تاریخ محلی
۴	ارتقای سلامت روان و کاهش استرس
۴	تقویت هویت ملی و افتخار فرهنگی
۵	تنوع موسیقی‌های استانی و قومی
۴	افزایش تعامل اجتماعی و روابط مثبت
۴	معرفی مناطق و جاذبه‌های گردشگری کشور
۵	حضور در جشنواره‌ها و رویدادهای موسیقی
۴	تعامل با موسیقی سایر فرهنگ‌ها
۴	نگهداری و حفظ موسیقی محلی و استانداردسازی آن
۴	توسعه گردشگری فرهنگی
۵	موسیقی بومی
۳	سلامت معنوی

مدل‌سازی معادلات ساختاری یکی از انواع روش‌های آماری است که ابزاری در دست پژوهشگران برای بررسی ارتباط میان چندین متغیر در یک مدل را فراهم می‌سازد (Davari & Rezazadeh, ۲۰۱۳). رویکرد حداقل مربعات جزئی در چهار مورد به کار می‌رود:

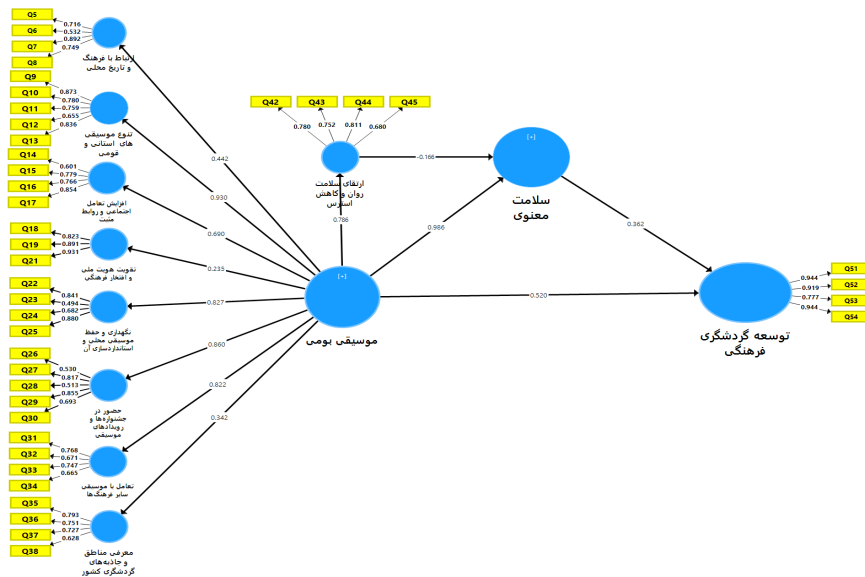
۱. به جای ترسیم مدل اندازه‌گیری به صورت انعکاسی رایج، الگوریتم مدل‌یابی مسیر پی‌ال‌اس امکان محاسبه انواع متعددی از روابط علت و معلولی مدل‌هایی را فراهم می‌آورد که از هر دو نوع مدل اندازه‌گیری (انعکاسی و تشکیل‌دهنده) به وجود آمده‌اند.
۲. پی‌ال‌اس در برآورد مدل‌های مسیر با حجم نمونه کوچک کارایی دارد.
۳. ضرایب مسیر مدل‌های پی‌ال‌اس خیلی پیچیده بدون مشکل برآورد می‌شوند.
۴. مدل‌یابی مسیر پی‌ال‌اس هنگامی کاربرد دارد که توزیع‌ها چولگی بالایی دارند؛ زیرا ویژگی توزیع‌ها از جمله نرمال بودن از مفروضات این روش نیست (Abbaszadeh et al., ۲۰۱۴).



بنابراین، ابتدا بارهای عاملی گویه‌ها مشخص شد و در مرحله بعد، پایایی و روایی سازه‌ها بررسی شد.

الف) تحلیل عاملی تأییدی^۱

تحلیل عاملی تأییدی (CFA)^۲ یک روش آزمون فرضیه است و زمانی به کار می‌رود که پژوهشگر ارتباطات شاخص‌ها (عوامل) با پرسش‌ها (گویه‌ها) را فرض قرار داده است. در این روش مشخص می‌شود که پرسش‌ها برای سنجش هر عامل مناسب است یا خیر (Habibi & Kolahi, 2022). در اجرای اولیه مدل، شاخص Q20 دارای بار عاملی ۰/۳۷۸ است. از آنجاکه این شاخص کمتر از ۰/۴ است و قابل قبول نیست، بنابراین از مدل حذف شد و مدل دوباره اجرا شد. با توجه به اینکه تمامی بارهای عاملی در مدل به‌طور مطلوب (بیش از ۰/۴) قرار دارند، می‌توان نتیجه گرفت که مدل مفهومی به‌خوبی با واقعیت مطابقت دارد. مدل اجرا شده به همراه بار عاملی در شکل ۲ نشان داده شده است.



شکل ۲: مدل تحلیل عاملی تأییدی به روش حداقل مربعات جزئی (ضرایب رگرسیون)

است (Hair et al., 2021). ضریب پایایی ترکیبی و آلفای کرونباخ برای همه سازه‌های پژوهش بیشتر از ۰/۷ است، که این مقدار به معنای وجود پایایی مناسب و پایداری درونی برای مدل‌های اندازه‌گیری است.

تجزیه و تحلیل داده‌ها

برای آزمون مدل مفهومی پژوهش، از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی و نرم‌افزار اسمارت پی‌ال‌اس استفاده شد. تحلیل‌های لازم در سه بخش مدل اندازه‌گیری، مدل ساختاری و مدل کلی (اندازه‌گیری و ساختاری) انجام شد. ابتدا از معیارهای پایایی و روایی برای بررسی درستی روابط موجود در مدل‌های اندازه‌گیری استفاده شد. سپس، روابط موجود در بخش ساختاری بررسی و تفسیر شد، و در مرحله پایانی، برازش کلی مدل پژوهش مورد بررسی قرار گرفت.

۱. برازش مدل‌های اندازه‌گیری

مرحله نخست در بررسی برازش مدل در نرم‌افزار اسمارت پی‌ال‌اس برازش مدل‌های اندازه‌گیری است. این برازش شامل بررسی پایایی و روایی سازه‌های پژوهش است. پایایی هر یک از گویه‌ها به مقدار بارهای عاملی هر یک از متغیرهای مشاهده‌شده اشاره دارد.

ب) تحلیل پایایی^۳

برای بررسی پایایی مدل از آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی استفاده شد (جدول 3). چنانچه ضریب محاسبه‌شده از ۰/۷ بیشتر باشد، پرسش‌ها از نظر پایایی همبستگی درونی مناسبی دارد و قابل پذیرش است.

1. Confirmatory Factor Analysis
2. Confirmatory Factor Analysis

3. Reliability Analysis

جدول ۳: ضرایب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی محاسبه شده برای سازه‌ها

سازه‌ها	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی
ارتباط با فرهنگ و تاریخ محلی	۰/۷۰۸	۰/۸۱۹
ارتقای سلامت روان و کاهش استرس	۰/۷۵۶	۰/۸۴۳
تقویت هویت ملی و افتخار فرهنگی	۰/۸۵۷	۰/۹۱۴
تنوع موسیقی‌های استانی و قومی	۰/۸۴۰	۰/۸۸۸
افزایش تعامل اجتماعی و روابط مثبت	۰/۸۴۰	۰/۸۴۰
معرفی مناطق و جاذبه‌های گردشگری کشور	۰/۷۱۷	۰/۸۳۰
حضور در جشنواره‌ها و رویدادهای موسیقی	۰/۷۴۹	۰/۸۱۹
تعامل با موسیقی سایر فرهنگ‌ها	۰/۷۰۵	۰/۸۰۶
نگهداری و حفظ موسیقی محلی و استانداردسازی آن	۰/۷۱۶	۰/۸۲۳
توسعه گردشگری فرهنگی	۰/۹۱۸	۰/۹۴۳
موسیقی بومی	۰/۸۵۰	۰/۸۹۳
سلامت معنوی	۰/۷۰۶	۰/۷۷۸

(Davari & Rezazadeh, 2013). از طرفی، باید مقدار AVE هر سازه از مقدار CR آن سازه کوچک‌تر باشد تا مدل روایی مناسبی داشته باشد. این مقدار در مورد مدل اجرا شده بیشتر از ۰/۴ است و با توجه به اطلاعات ارائه شده، روایی هم‌گرای سازه‌ها تأیید می‌شود. ضرایب محاسبه شده در جدول ۴ ارائه شده است.

ج) بررسی روایی هم‌گرا
روایی هم‌گرا (AVE) نشان می‌دهد که چقدر گونه‌های یک سازه با هم ارتباط و انطباق درونی دارند. این معیار نشانگر میانگین واریانس به اشتراک گذاشته شده بین هر سازه با شاخص‌های خودش است و مقدار بیشتر از ۰/۴ کافی محسوب می‌شود

جدول ۴: ضرایب AVE محاسبه شده برای سازه‌ها

سازه	AVE
ارتباط با فرهنگ و تاریخ محلی	۰/۵۳۸
ارتقای سلامت روان و کاهش استرس	۰/۵۷۴
تقویت هویت ملی و افتخار فرهنگی	۰/۷۸۰
تنوع موسیقی‌های استانی و قومی	۰/۶۱۵
افزایش تعامل اجتماعی و روابط مثبت	۰/۵۷۱
معرفی مناطق و جاذبه‌های گردشگری کشور	۰/۵۴۹
حضور در جشنواره‌ها و رویدادهای موسیقی	۰/۷۸۸
تعامل با موسیقی سایر فرهنگ‌ها	۰/۵۱۱
نگهداری و حفظ موسیقی محلی و استانداردسازی آن	۰/۵۱۰
توسعه گردشگری فرهنگی	۰/۸۰۸
موسیقی بومی	۰/۶۲۷
سلامت معنوی	۰/۵۴۸

1. Average Variance Extracted



۲. برازش مدل ساختاری

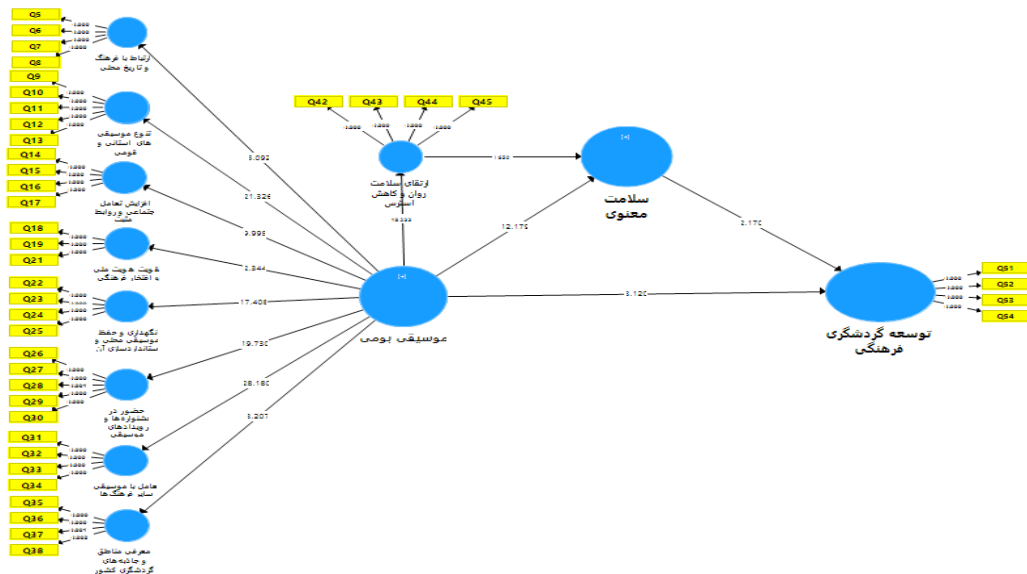
مطابق با الگوریتم تحلیل داده‌ها در روش پی‌ال‌اس، پس از برازش مدل‌های اندازه‌گیری، برازش مدل ساختاری پژوهش بررسی می‌شود. در بررسی مدل ساختاری، روابط بین متغیرهای مکنون با همدیگر تجزیه و تحلیل می‌شود و معیارهای ضرایب معناداری t -value، معیار R squares یا R^2 ، معیار استون گیزر (Q^2)، معیار اندازه اثر (F^2)، معیار افزونگی برای برازش مدل ساختاری بررسی شد.

الف) بررسی ضرایب معناداری مقادیر (t -value)

برای ارزیابی برازش مدل ساختاری، ضرایب معناداری Z یا t -value اهمیت دارند. t -value باید بزرگ‌تر از $1/96$ باشد تا معنادار تلقی شود؛ در غیر این صورت، فرضیه رد می‌شود و رابطه بین سازه‌ها تأیید نمی‌شود. در شکل ۳، مقادیر t برای ارزیابی بخش ساختاری مدل نشان داده شده است. سازه‌های ارتقای سلامت روان و کاهش استرس ارتباط معنادار و مستقیمی با متغیر سلامت معنوی ندارند. سایر سازه‌ها مسیرهای بالاتر از $1/96$ دارند، که حاکی از معنادار بودن مسیرها، مناسب بودن مدل ساختاری و تأیید فرضیه‌های پژوهش است.

د) بررسی روایی واگرا

سومین معیار سنجش برازش مدل‌های اندازه‌گیری در تحلیل‌های پی‌ال‌اس روایی واگرا است. روایی واگرا، که به آن روایی افتراقی یا روایی تشخیصی نیز گفته می‌شود، معیاری است که نشان می‌دهد چه تفاوت‌هایی بین سازه‌ها و اندازه‌گیری‌های مختلف وجود دارد (Hair et al., 2010). روایی واگرا دو موضوع را پوشش می‌دهد: ۱. مقایسه میزان هم‌بستگی بین شاخص‌های یک سازه با آن سازه در مقابل هم‌بستگی آن شاخص‌ها با سازه‌های دیگر؛ ۲. مقایسه میزان هم‌بستگی یک سازه با شاخص‌هایش در مقابل هم‌بستگی آن سازه با سایر سازه‌ها (Basouli et al., 2019). این کار با روش فورنل و لارکر صورت گرفته است. در بررسی ماتریس روش فورنل لارکر مشاهده شده که چند عدد از آرایه‌های ماتریس از اعداد قطر بیشتر است. در این‌گونه مواقع، پژوهشگر باید پرسش‌هایی را حذف کند که بار عاملی کمتری دارند؛ اما، از آنجاکه این موارد مربوط به سازه‌های مرتبه دوم بوده‌اند و پژوهشگر باید تا حد امکان از حذف پرسش‌ها خودداری کند، از این مسئله چشم‌پوشی شده است.



شکل ۳: مدل اجرا شده همراه با مقادیر t -value

برای متصل کردن بخش اندازه‌گیری و بخش ساختاری مدل‌سازی معادلات ساختاری به کار می‌رود و بیانگر تأثیر یک متغیر برون‌زا در یک متغیر درون‌زا است. گفتمنی است R^2 در داخل دایره‌های مدل نشان داده می‌شود و تنها برای سازه‌های درون‌زای (وابسته) مدل

ب) معیار R squares یا R^2

دومین معیار ضروری برای بررسی برازش مدل ساختاری بررسی ضرایب تعیین R^2 مربوط به متغیرهای درون‌زای (وابسته) مدل است. شاخص ضریب تعیین R^2 دقت پیش‌بینی را مشخص می‌کند. این معیار



که برآزش بخش ساختاری قابل قبولی دارند باید قابلیت پیش‌بینی شاخص‌های مربوط به سازه‌های درون‌زای مدل را داشته باشند. در صورتی که مقدار آن در مورد یک سازه درون‌زا سه مقدار ۰/۰۲، ۰/۱۵ و ۰/۳۵ باشد، به ترتیب نشان از قدرت پیش‌بینی ضعیف، متوسط و قوی سازه یا سازه‌های برون‌زای مربوط به آن دارد (Abasi Esfandani, 2017). چنانچه میزان این شاخص مثبت باشد، نشان از قدرت پیش‌بینی خوب مدل دارد. همان‌طور که در جدول ۵ مشاهده می‌شود، به‌جز سازه‌های تقویت هویت ملی و افتخار فرهنگی، معرفی مناطق و جاذبه‌های گردشگری کشور که در وضعیت ضعیف قرار دارند، سایر سازه‌ها در وضعیت متوسط و قوی هستند و مثبت بودن سازه‌ها نشان از قدرت خوب پیش‌بینی دارد.

مقادیر محاسبه می‌شود و در مورد سازه‌های برون‌زا مقدار این معیار صفر است (Abasi Esfandani, 2017). سه مقدار ۰/۱۹، ۰/۳۳ و ۰/۶۷ ملاک ضعیف، متوسط و قوی برای آن در نظر گرفته می‌شود (Chin & Newsted, 1999). به‌جز سازه‌های ارتباط با فرهنگ و تاریخ محلی، تقویت هویت ملی و افتخار فرهنگی و معرفی مناطق و جاذبه‌های گردشگری کشور، که در وضعیت ضعیف قرار دارند، سایر سازه‌ها در وضعیت متوسط به بالا هستند. جدول ۵ مقادیر معیار R^2 برای مدل را نشان می‌دهد.

ج) معیار استون گیزر (Q^2)

سومین معیار استون گیزر (Q^2) است که قدرت پیش‌بینی مدل را مشخص می‌سازد. شاخص Q^2 رابطه‌مند بودن پیش‌بینی را تعیین می‌کند. مدل‌هایی

جدول ۵: محاسبه معیار R^2 و Q^2

Q^2	R square	سازه
۰/۰۸۸	۰/۱۶۵	ارتباط با فرهنگ و تاریخ محلی
۰/۳۱۳	۰/۶۱۷	ارتقای سلامت روان و کاهش استرس
۰/۰۳۲	۰/۰۵۵	تقویت هویت ملی و افتخار فرهنگی
۰/۴۹۶	۰/۸۶۵	تنوع موسیقی‌های استانی و قومی
۰/۲۳۰	۰/۴۷۵	افزایش تعامل اجتماعی و روابط مثبت
۰/۰۳۹	۰/۱۱۷	معرفی مناطق و جاذبه‌های گردشگری کشور
۰/۳۱۹	۰/۷۳۹	حضور در جشنواره‌ها و رویدادهای موسیقی
۰/۲۹۶	۰/۶۷۶	تعامل با موسیقی سایر فرهنگ‌ها
۰/۳۳۷	۰/۶۸۴	نگهداری و حفظ موسیقی محلی و استانداردهای آن
۰/۵۲۹	۰/۷۲۴	توسعه گردشگری فرهنگی
۰/۳۱۹	۰/۷۴۲	سلامت معنوی

۳. برآزش مدل کلی (معیار نیکویی برآزش) (GoF)

برای بررسی برآزش مدل کلی که هر دو بخش مدل اندازه‌گیری و ساختاری را کنترل می‌کند، سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ به‌عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GoF در نظر گرفته می‌شود. معیار GoF به ترتیب زیر محاسبه شده است (Abasi Esfandani, 2017):

$$GoF = \sqrt{(communality) \times (R^2)}$$

مقدار معیار GoF برابر با ۵۷/۰ به دست آمده است. با توجه به آنکه مقدار به‌دست‌آمده در این مدل بیشتر ۰/۳۶ است، مدل برآزش کلی قوی دارد.

ج) محاسبه مقدار افزونگی^۱

این معیار از حاصل ضرب مقادیر اشتراکی سازه‌ها در مقادیر R^2 مربوط به آن‌ها به دست می‌آید و نشانگر مقدار تغییرپذیری شاخص‌های یک سازه درون‌زا است که از یک یا چند سازه برون‌زا تأثیر می‌پذیرد. میانگین مقدار افزونگی به‌دست‌آمده برای سازه‌های مختلف با Red نشان داده می‌شود و هرچه این مقدار بیشتر باشد، سازه برآزش بهتری دارد (Basouli et al., 2019). با توجه به مقدار Red محاسبه‌شده که ۳۳/۰ است، مدل برآزش کلی مناسبی دارد (جدول ۶).

جدول ۶: محاسبه معیار GoF

communalities	R square	سازه
۰/۶۱۸	۰/۵۳۵	میانگین
	۰/۳۳	communalities R ²
	۰/۵۷	GOF محاسبه شده

مسیر در جدول ۷ ارائه شده است. با توجه به مقادیر محاسبه شده t و بزرگتر بودن آن‌ها از عدد ۱/۹۶، مشاهده می‌شود که همه ارتباط‌های مستقیم موجود در مدل، به جز ارتباط بین سازه ارتقای سلامت روان و کاهش استرس و سلامت معنوی، در آزمون فرض معنادار و پذیرفته شده است.

با توجه به نتایج مشخص شده در این بخش، مشاهده می‌شود که مدل اندازه‌گیری، ساختاری و کلی الگوی پژوهش برآزش مناسبی دارد.

آزمون فرضیه‌ها

پس از بررسی برآزش مدل، به منظور بررسی روابط سازه‌ها، آزمون‌های فرض بر اساس مدل طراحی شده انجام می‌شود. مقادیر مربوط به آماره t و ضریب

جدول ۷: نتایج آزمون فرض روابط مستقیم بین متغیرها

نتیجه	آماره t	خطای استاندارد	ضریب مسیر	روابط بین مؤلفه‌ها
رد	۱/۶۴۱	۰/۱۰۱	-۰/۱۶۶	ارتقای سلامت روان و کاهش استرس ← سلامت معنوی
قبول	۲/۲۶۷	۰/۱۶۰	۰/۳۶۲	سلامت معنوی ← توسعه گردشگری فرهنگی
قبول	۴/۹۰۳	۰/۰۹۰	۰/۴۴۲	موسیقی بومی ← ارتباط با فرهنگ و تاریخ محلی
قبول	۱۹/۴۱۹	۰/۰۴۰	۰/۷۸۶	موسیقی بومی ← ارتقای سلامت روان و کاهش استرس
قبول	۱۰/۳۶۱	۰/۰۶۷	۰/۶۹۰	موسیقی بومی ← افزایش تعامل اجتماعی و روابط مثبت
قبول	۲۷/۳۶۰	۰/۰۳۰	۰/۸۲۲	موسیقی بومی ← تعامل با موسیقی سایر فرهنگ‌ها
قبول	۲/۲۷۶	۰/۱۰۳	۰/۲۳۵	موسیقی بومی ← تقویت هویت ملی و افتخار فرهنگی
قبول	۲۱/۲۸۲	۰/۰۴۴	۰/۹۳۰	موسیقی بومی ← تنوع موسیقی‌های استانی و قومی
قبول	۳/۲۳۳	۰/۱۶۱	۰/۵۲۰	موسیقی بومی ← توسعه گردشگری فرهنگی
قبول	۱۸/۷۴۵	۰/۰۴۶	۰/۸۶۰	موسیقی بومی ← حضور در جشنواره‌ها و رویدادهای موسیقی
قبول	۱۲/۱۶۲	۰/۰۸۱	۰/۹۸۶	موسیقی بومی ← سلامت معنوی
قبول	۳/۶۵۱	۰/۰۹۴	۰/۳۴۲	موسیقی بومی ← معرفی مناطق و جاذبه‌های گردشگری کشور
قبول	۱۵/۹۷۵	۰/۰۵۲	۰/۸۲۷	موسیقی بومی ← نگهداری و حفظ موسیقی محلی و استانداردهای آن

ساختاری (PLS-SEM)، هدف پژوهش محقق شد. به‌طورکلی، همه ارتباط‌های مستقیم موجود در مدل، به جز ارتباط بین سازه ارتقای سلامت روان و کاهش استرس و سلامت معنوی، در آزمون فرض معنادار است و پذیرفته شده است. در بررسی ضرایب مسیر در جدول ۷، مشاهده می‌شود که موسیقی بومی ۵۲ درصد و

یافته‌های پژوهش

به‌منظور بررسی تأثیر موسیقی بومی ایران در توسعه گردشگری فرهنگی با رویکرد سلامت معنوی، مؤلفه‌های مؤثر از ادبیات شناسایی شد و با تحلیل داده‌های میدانی با روش مربعات جزئی، به‌عنوان یکی از جدیدترین رویکردها در مدل‌سازی معادلات



سلامت معنوی ۳۶ درصد از تغییرات مربوط به متغیر توسعه گردشگری فرهنگی را به‌طور مستقیم تبیین می‌کنند. بیشترین ضریب مسیر مربوط به اثر موسیقی بومی بر متغیر سلامت معنوی است. بنابراین، برای توسعه گردشگری فرهنگی، توجه به موسیقی‌های بومی اهمیت بیشتری دارد. در بررسی ضریب R^2 مشخص شده است که متغیرهای موسیقی بومی و سلامت معنوی در مجموع ۷۲ درصد از تغییرات مربوط به متغیر توسعه گردشگری فرهنگی را تبیین می‌کنند. ۲۸ درصد تغییرات باقی‌مانده مربوط به سایر عواملی است که در این پژوهش بررسی نشده است.

بحث و نتیجه‌گیری

ایران دارای فرهنگ غنی و تمدنی چند هزارساله با قومیت‌های گوناگون است و هریک دارای ویژگی‌های منحصر به فردی است که زمینه را برای توسعه گردشگری فرهنگی هموار می‌کند. موسیقی محلی از ارکان فرهنگ ایرانی به‌شمار می‌رود که در جای‌جای ایران طرفداران بسیاری دارد و می‌تواند همچون عاملی انگیزشی برای مقصد عمل کند (Tajzadeh Namin & Hashemzadeh, 2015). این پژوهش تأثیر موسیقی بومی ایران در توسعه گردشگری فرهنگی را با رویکرد سلامت معنوی بررسی کرده است. در این پژوهش، با شناسایی عوامل موثر و استفاده از تکنیک پی‌ال‌اس، ارتباط بین متغیرها بررسی و تحلیل شده است؛ زیرا شناسایی این عوامل به بهبود و توسعه گردشگری کمک می‌کند. با توجه به اهمیت این موضوع، عوامل و مؤلفه‌ها در این پژوهش به‌دقت شده است.

تحلیل‌های روابط کمی نشان می‌دهد که ارتباط مستقیم و معناداری بین موسیقی بومی و سایر مؤلفه‌های پژوهش وجود دارد. به عبارت دیگر، هرچه کیفیت و تنوع موسیقی محلی بالاتر باشد، تعداد گردشگران ورودی و تجربه مثبت آن‌ها افزایش می‌یابد. از آنجاکه این موسیقی با فرهنگ و هنر محلی گره خورده است، می‌تواند همچون جذابیتی فرهنگی عمل کند. میزان تأثیر سلامت معنوی در فعالیت‌های گردشگری نیز تأیید شده است؛ زیرا گردشگران با بهره‌گیری از تجربیات فرهنگی به حس بهتری از سلامت معنوی دست می‌یابند. بنابراین، در روابط کمی مؤلفه‌ها، رابطه موسیقی بومی با فرهنگ و تاریخ محلی دارای ضریب مسیر 442/0 است، که تأثیر مثبت موسیقی بومی در آشنایی با فرهنگ و تاریخ محلی را تأیید می‌کند. این تأثیر به جذب گردشگران علاقه‌مند

به فرهنگ‌های گوناگون کمک می‌کند و نقش مهمی در توسعه گردشگری فرهنگی ایفا می‌کند. همچنین، ارتباط موسیقی بومی با تعامل اجتماعی دارای ضریب مسیر ۰/۶۹۰ است. این مؤلفه نشان‌دهنده تأثیر مثبت موسیقی بومی در تعاملات اجتماعی است. توانایی موسیقی بومی در تعامل با موسیقی سایر فرهنگ‌ها نیز، با ضریب مسیر ۰/۸۲۲، نشان‌دهنده قدرت زیاد این بخش در ایجاد ارتباطات فرهنگی است. علاوه‌بر این، موسیقی بومی تأثیرات مثبتی در ارتقای سلامت روان و کاهش استرس دارد، که با ضریب مسیر ۰/۷۸۶ نشان‌دهنده این است که موسیقی بومی می‌تواند همچون عاملی تسکین‌دهنده عمل کند. این موضوع به‌ویژه در رویدادهای فرهنگی و جشنواره‌ها مشهود است، که موسیقی محلی همچون عاملی کلیدی عمل می‌کند و می‌تواند مانند یک جذابیت فرهنگی ایفای نقش کند. رابطه موسیقی بومی با توسعه گردشگری فرهنگی نیز تأثیر مثبت و معناداری دارد، که با ضریب مسیر ۰/۵۲۰ مشخص شده است. بنابراین، توجه به موسیقی محلی باید بخشی جدایی‌ناپذیر از برنامه‌ریزی‌های توسعه‌ای کشور باشد تا بتواند نقش مؤثری در رونق صنعت گردشگری ایفا کند. رابطه سلامت معنوی با توسعه گردشگری فرهنگی نیز تأثیر مستقیم و معناداری دارد، به‌طوری‌که افزایش سلامت معنوی می‌تواند به بهبود تجربه گردشگران و در نتیجه توسعه صنعت گردشگری منجر شود. این رابطه با ضریب مسیر ۰/۳۶۲ تأیید شده است. در تحلیل‌های روابط کمی بین مؤلفه‌های ارتقای سلامت روان و سلامت معنوی ارتباط معناداری وجود ندارد. این رابطه با ضریب مسیر ۰/۱۶۶ رد شده است. به عبارت دیگر، تغییرات در سلامت روان و کاهش استرس به‌طور مستقیم به بهبود سلامت معنوی منجر نمی‌شود. این یافته‌ها به ما کمک می‌کنند تا بهتر بفهمیم چگونه باید به موضوع سلامت معنوی و روانی نزدیک شویم و ممکن است نشان‌دهنده این باشد که عوامل دیگری نیز وجود دارند که باید مدنظر قرار گیرند.

روابط کیفی یافته‌ها حاکی از آن است که موسیقی بومی، با ترویج هنجارهای فرهنگی و تقویت هویت محلی، به گردشگران حس نزدیکی به فرهنگ و سنت‌های ایران می‌دهد. این احساس باعث می‌شود گردشگران نه تنها از موسیقی لذت ببرند، بلکه با تاریخ و روحیه مردم هر منطقه آشنا شوند. بنابراین، موسیقی بومی به‌عنوان پيامی از سبک زندگی و معیشت مردمان هر منطقه، می‌تواند گردشگران را به سمت تجربیات



در توسعه گردشگری فرهنگی با یافته‌های جهانیان (2010)، ایمانی خوشخو و راستگو (2019) مطابقت دارد.

موسیقی بومی ایران، با القای احساسات هنجار جامعه و حفظ فرهنگ‌ها، نقش مهمی در جذب گردشگران دارد. این نوع موسیقی، به‌عنوان صنعت، با ورود گردشگران به ایران می‌تواند به رشد و افزایش جذابیت گردشگری در کشور کمک کند. ارتباط موسیقی بومی با رویدادهای مهم فرهنگی و مذهبی مانند جشن‌های ملی و اعیاد دینی نیز می‌تواند تعداد بیشتری از گردشگران را به ایران جذب کند. با توجه به یافته‌های این پژوهش، چند پیشنهاد برای بهبود تأثیر موسیقی بومی در توسعه گردشگری فرهنگی و سلامت معنوی ارائه می‌شود:

۱. برگزاری جشنواره‌های موسیقی محلی: جشنواره‌های فرهنگی، که موسیقی بومی را در مرکز توجه خود قرار دهند، به جذب گردشگران بیشتر کمک می‌کنند و فرصتی برای نمایش تنوع فرهنگی ایران فراهم می‌آورند.

۲. آموزش و آگاهی‌بخشی: برگزاری کارگاه‌ها و دوره‌های آموزشی درباره موسیقی محلی و فرهنگ‌های مرتبط به تخفیف پیش‌دوری‌ها و بهبود تعاملات فرهنگی کمک خواهد کرد.

۳. توسعه رسانه‌های دیجیتال: استفاده از رسانه‌های اجتماعی و پلتفرم‌های برخط برای به اشتراک گذاشتن تجارب گردشگران و موسیقی‌دانان محلی به ارتقای وضعیت بین‌المللی این موسیقی کمک خواهد کرد.

۴. گنجاندن موسیقی بومی در برنامه‌های گردشگری: گردشگران با شنیدن موسیقی محلی در برنامه‌ریزی سفرشان درک بهتری از فرهنگ و زندگی روزمره مردم محلی خواهند داشت.

۵. ترویج رویدادهای موسیقی بومی: برگزاری رویدادها و کنسرت‌های مرتبط با موسیقی بومی باعث افزایش آگاهی عمومی درباره فرهنگ محلی می‌شود و گردشگران بیشتری را جذب می‌کند.

۶. حمایت از هنرمندان محلی: تقویت حمایت از هنرمندان محلی نه تنها به حفظ هنرهای سنتی کمک می‌کند، بلکه باعث افزایش جذابیت فرهنگی برای گردشگران خواهد شد.

۷. همکاری با نهادهای فرهنگی: همکاری میان نهادهای دولتی و خصوصی برای ترویج موسیقی بومی و فرهنگ محلی تجربه گردشگران را ارتقا خواهد داد.

حمایت مالی: این مقاله حاصل پژوهشی مستقل بوده و بدون حمایت مالی و سازمانی انجام شده است.

عمیق‌تری سوق دهد. ایران، با دارا بودن تنوع قومیتی و فرهنگ فولکلور، مناسب برگزاری جشنواره‌ها و اجرای موسیقی محلی و اصیل هر قوم و منطقه است. موسیقی بومی ایران جاذبه‌ای است که وضع معیشت و سبک زندگی مردم را معرفی می‌کند و همچون محملی برای پیام‌ها و انگیزه‌های سفر عمل می‌کند (Farokhzad & Hajirezaei, 2016). این نوع موسیقی با گردشگری پیوندی ذاتی دارد و از رویدادها و اجراهای صحنه‌ای تا گردشگری فرهنگی نقشی مهم ایفا می‌کند (Gorji Douz & Shekari Namin, 2021).

بر اساس تحلیل‌های انجام‌شده در زمینه اثر موسیقی بومی بر توسعه گردشگری فرهنگی، مشخص شد که برخی بخش‌ها تأثیر بیشتر و برخی دیگر تأثیر کمتر دارند. بخش‌هایی از موسیقی بومی که تأثیر بیشتری دارند شامل سلامت معنوی و تعامل با موسیقی سایر فرهنگ‌ها است. به‌ویژه، رابطه موسیقی بومی با سلامت معنوی، که دارای بالاترین ضریب مسیر است، نشان‌دهنده تأثیر قوی این مؤلفه در ارتقای سلامت روحی و روانی گردشگران است. همچنین، تعامل با موسیقی سایر فرهنگ‌ها با ضریب مسیر ۰/۸۲۲ نشان‌دهنده قدرت بالای این بخش در ایجاد ارتباطات فرهنگی و تبادل تجربیات است. از سوی دیگر، بخش‌هایی مانند تقویت هویت ملی و معرفی مناطق گردشگری تأثیر کمتری دارند. تقویت هویت ملی دارای ضریب مسیر ۰/۲۳۵ است، که تأثیر کمتری از دیگر مؤلفه‌ها دارد. برای افزایش تأثیر بخش‌های کم‌اثر، پیشنهاد می‌شود برنامه‌های آموزشی و تبلیغاتی بیشتری درباره تاریخ و فرهنگ محلی از طریق موسیقی برگزار شود. همچنین، برگزاری جشنواره‌های فرهنگی مرتبط با موسیقی بومی می‌تواند به تقویت هویت ملی کمک کند و جذابیت بیشتری برای گردشگران ایجاد نماید. به‌طور کلی، توجه به موسیقی بومی باید بخشی جدایی‌ناپذیر از برنامه‌ریزی‌های توسعه‌ای کشور باشد تا بتواند نقش مؤثری در رونق صنعت گردشگری ایفا کند.

یافته‌های این پژوهش مبنی بر تأثیر موسیقی بومی ایران و مؤلفه‌های آن در توسعه گردشگری فرهنگی با نتایج پژوهش‌های باقری و قائم‌پناه (2022)، مرزبان و مرزبان (2022)، ایمانی خوشخو و راستگو (2019)، جهان‌یان (2010)، زندباف (2009)، زیاری و صادقی (2011)، امیدوارفر و همکاران (2019)، بابایی و نوری (2022)، گزنالز و میرابیل (2009) و قاسمی (2003) همخوانی دارد. همچنین، تأثیر عامل سلامت معنوی



تضاد منافع: نویسندگان اظهار می‌کنند که تضاد منفعی وجود ندارد.

تشکر و قدردانی: نویسندگان مقاله بر خود لازم می‌دانند که از همکاری استادان و بزرگوارانی که در تهیه این مقاله یاری کرده‌اند تشکر و قدردانی نمایند

منابع فارسی که معادل لاتین آن‌ها در فهرست منابع آمده است:

- اشرفی ریزی، حسن و کاظمی، زهرا (1391). کتابخانه‌ها و گردشگری فرهنگی: فرصتی برای توسعه خدمات اطلاع‌رسانی. تهران: چاپار.
- امیدوارفر، سجاد، بایرام‌زاده، نیما، دشتی، فرناز و حامد، سیدمسعود (1398). نقش موسیقی بومی و محلی در راستای جذب گردشگر (نمونه موردی شهر تبریز). *نخبگان علوم مهندسی*، 4(2)، 21-33. https://elitesjournal.ir/editor_file/kho3.pdf
- ایمانی خوشخو، محمدحسین، و شهرابی فراهانی، مهدیه (1397). ارائه چارچوب مفهومی ادراک گردشگران فرهنگی از سفر با تأکید بر معنویت (مطالعه موردی: اصفهان). *باغ نظر*، 15(68)، 49-58. <https://doi.org/10.22034/bagh.2019.81657>
- ایمانی خوشخو، محمدحسین و راستگو، نیلوفر (1397). گردشگری مبتنی بر موسیقی سنتی: ابزار، هدف یا وسیله مدیریت مقصد. *هنر و تمدن شرق*، 7(23)، 49-56. <https://doi.org/10.22034/jaco.2020.83920>
- بابایی، امیر و نوری، علیرضا (1401). بررسی تأثیر ویژگی‌های جشنواره‌های موسیقی سنتی نواحی بر توسعه گردشگری فرهنگ؛ مورد مطالعه: شهرستان کرمانشاه. *پژوهش‌های گردشگری و توسعه پایدار*، 5(3)، 13-24. https://shij.ir/TRSD/upload/TRSD/Content/010901_11/02-TRSD-No19-76627.pdf
- باصولی، مهدی، هاشمی، سیدسعید، ایمانی خوشخو، محمدحسین و میرغفوری، سیدحبيب‌الله (1398). طراحی مدل توسعه کارآفرینی گردشگری فرهنگی در شهر میراث جهانی یزد. *مطالعات اجتماعی گردشگری*، 9(18)، 91-114. <https://doi.org/10.52547/journalitor.36160.9.18.0>
- باقری، کوثر و قائم‌پناه، هادی (1401). پژوهشی در همراهی موسیقی لری با فرهنگ عامه. *دومین کنفرانس بین‌المللی معماری، عمران، شهرسازی، محیط‌زیست و افق‌های هنر اسلامی در بیانیه گام دوم انقلاب*، تبریز. <https://civilica.com/doc/1613526>
- بینش، سیدتقی (1390). *تاریخچه مختصری از موسیقی ایران*. انتشارات هستان.
- تاج‌زاده نمین، ابولفضل و هاشم‌زاده، ژاله (۱۳۹۴). نقش جشنواره‌های موسیقی محلی در توسعه گردشگری از دیدگاه گردشگران بالقوه. *مطالعات مدیریت گردشگری*، 9(26)، 31-58. https://tms.atu.ac.ir/article_1355.html
- جهانیان، منوچهر، قرخلو، مهدی، و زندی، ابتهال. (۱۳۸۹). مقدمه‌ای بر همبستگی ملی با تأکید بر مولفه‌های فرهنگ و گردشگری. *نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی (جغرافیای انسانی)*، 2(3)، 109-122.
- حبیبی، آرش و کلاهی، بهاره (۱۴۰۱). مدل‌یابی معادلات ساختاری. چاپ دوم، تهران: جهاد دانشگاهی.
- داس‌ول، راجر (1387). *مدیریت جهانگردی: مبانی، راهبردها و آثار*. ترجمه سیدمحمد اعرابی، داود ایزدی. تهران: پژوهش‌های فرهنگی.
- داوری، علی و رضازاده، آرش (1392). *مدلسازی معادلات ساختاری با نرم افزار PLS*. چاپ اول، تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی.
- رفیعی، یاسمن و میرزائی، روزبه (1397). *ارایه مدل توسعه گردشگری موسیقی مقامی در ایران بر مبنای رویکرد گراند تئوری*. *جامعه‌شناسی نهاد‌های اجتماعی*، 5(11)، 181-201. <https://doi.org/10.22080/ssi.2018.1913>
- زندباف، حسین (1388). *تاریخ و فرهنگ موسیقی جهان*. تهران: مرکز موسیقی، حوزه هنری.
- زیراری، کرامت‌الله و صادقی، محمد (1390). *موسیقی و گردشگری، نمونه موردی: موسیقی سنتی جزیره قشم*. همایش ملی قشم و چشم‌انداز آینده، قشم، 967-978. <https://civilica.com/doc/163184>



<https://doi.org/10.29252/195-214kavosh.2003.2270>

کلانتری، محسن، و قیامی، مریم (1394). گردشگری موسیقی (موسیقی مقامی تربت جام). جغرافیایی فضای گردشگری، 4(15)، 45-61. <https://sanad.iau.ir/Journal/gjts/Article/999592>

گرجی دوز، سمیه و شکاری نمین، شیدا (1400). طراحی الگوی توسعه گردشگری فرهنگی با رویکرد موسیقی نواحی ایران. گردشگری فرهنگ، 4(2)، 43-54. <https://doi.org/10.22034/toc.2021.242653.1015>

لطفی، محمدرضا. (۱۴۰۰). شناخت موسیقی دستگاهی ایران به روایت: محمدرضا لطفی. مؤسسه انتشارات گنجینه کتاب نارون، چاپ اول. ۱۱-۲۰.

مرزبان، احسان و مرزبان، مصطفی (1402). توسعه گردشگری موسیقی در ایران: تحلیلی ساختاری (مطالعه موردی استان بوشهر). گردشگری و توسعه، 2(11)، 183-202. <https://doi.org/10.22034/jtd.2021.277314.2296>

معاون، زهرا، موحد مجد، مجید، نیک نجات، زینب و حجتی فر، سحر (1401). مطالعه رابطه سلامت معنوی با سلامت اجتماعی گردشگران مذهبی شرکت کننده در پیاده روی اربعین. پژوهشنامه حج و زیارت، 7(3)، 145-168. <https://dor.isc.ac/dor.145-168/20.1001.1.25381768.1401.7.3.6.0>

مهدوی نژاد، محمدجواد (1385). دستور زبان موسیقی پیشرو بررسی نسبت میان موسیقی معنوی- فرهنگ ایرانی و عرفان اسلامی. هنرهای زیبا، 17(17)، 10673. [https://jhz.ut.ac.ir/article_10673..\(17\)17.html?lang=fa](https://jhz.ut.ac.ir/article_10673..(17)17.html?lang=fa)

وولف، دی. ام. (۱۳۸۶). روان شناسی دین: کلاسیک و معاصر. (ترجمه م. دهقانی). تهران: رشد.

References

Abasi Esfandani, H. (2017). Designing the Model for Commercialization of University Research Using Structural Equation Modeling- Partial Least Squares Method (SEM-PLS). *Iranian Journal of Trade*

صحرائیان، علی، غلامی، عبدالله و امیدوار، بنفشه (۱۳۹۰). رابطه نگرش مذهبی و شادکامی در دانشجویان پزشکی دانشگاه علوم پزشکی شیراز. افق دانش، 17(1)، 69-74. https://www.sid.ir/fa/VEWSSID/J_pdf/65013905109

صفآرا، مریم، قاسمی یزدآبادی، مریم، حیرت، عاطفه و رضائی نسب، آسیه (1399). بازشناسی مؤلفه های اثرگذار سلامت معنوی بر سلامت انسان. پژوهش در دین و سلامت، 8(1)، 130-146. <https://doi.org/jrrh.v8i1/29174/10/22037/org>

صمیم، رضا (1392). بساخت سوژه در فرآیند مصرف فرهنگ مردمپسند: مطالعه ای کیفی بر روی مصرف کنندگان گونه های رسمی و غیررسمی موسیقی مردمپسند در شهر تهران. فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران، 6(1)، 23-35. <https://doi.org/10.7508/ijcr.2013.21.002>

عباس زاده، سید میرمحمد، امانی، جواد، خضری آذر، هیمن و پاشوی، قاسم (1393). مقدمه ای بر مدل پابی معادلات ساختاری به روش PLS و کاربرد آن در علوم رفتاری. چاپ اول، انتشارات دانشگاه ارومیه.

عباسی اسفنجانی، حسین (1396). طراحی الگوی تجاری سازی پژوهش های دانشگاهی با روش مدل سازی معادلات ساختاری حداقل مربعات جزئی. پژوهشنامه بازرگانی، 21(82)، 20.1-21.2.6. [1001.1.17350794.1396.21.82.2.6](https://doi.org/10.1001.1.17350794.1396.21.82.2.6)

فاضلی، محمد (۱۳۸۶). جامعه شناسی مصرف موسیقی. تهران: پژوهشگاه هنر و ارتباطات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.

فرخ زاد، محمد و حاجی رضایی، زهرا (1395). نقش موسیقی در گردشگری فرهنگی ایران. کنفرانس سالانه علمی تخصصی عمران، معماری، شهرسازی و علوم جغرافیا در ایران باستان و معاصر، تهران. <https://civilica.com/doc/521148>

فغفور مغربی، حمید (1386). جستاری درباره موسیقی و معیارهای آن در اسلام. هنرهای زیبا معماری شهرسازی، 31(3)، 121-139.

قاسمی، وحید (1381). تعامل موسیقی و جامعه. کاوش نامه زبان و ادبیات فارسی، 3(5 و 6)،

- Conference on Architecture, Urbanism, Environment, and the Horizons of Islamic Art in the Statement of the Second Phase of the Revolution*, Tabriz. <https://civilica.com/doc/1613526> [In Persian]
- Binesh, S. T. (2011). *A brief history of Iranian music*. Hestan Publications. [In Persian]
- Bujdosó, Z., Dávid, L., Tózsér, A., Kovács, G., Major-Kathi, V., Uakhitova, G., ... & Vasvári, M. (2015). Basis of heritagization and cultural tourism development. *Journal of Social and Behavioral Sciences*, 188, 307-315. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.03.399>
- Chin, W. W., & Newsted, P. R. (1999). Structural equation modeling analysis with small samples using partial least squares. *Statistical strategies for small sample research*, 1(1), 307-341.
- Cook, C. C., & White, N. H. (2018). *Resilience and the role of spirituality*. Oxford University Press.
- Campbell, R. B. (2011). A Sense of place: Examining music-based tourism and its implications in destination venue placement. *UNLV Theses, Dissertations, Professional Papers, and Capstones*. 1142. <http://dx.doi.org/10.34917/2523201>
- Doswell, R. (2008). *Management of tourism: Principles, strategies and impacts*. (S. M. A'rabi & D. Izadi, Trans.). Tehran: Cultural Research Publications.
- Davari, A. & Rezazadeh, A. (2013). *Structural Equation Modeling with PLS Software* (1st ed.). Tehran: University Jihad Publications. [In Persian]
- Dhar, N., Chaturvedi, S. K., & Nandan, D. (2013). Spiritual health, the fourth dimension: a public health perspective. *WHO Studies*, 21(82), 1-21. 20.1001.1.17350794.1396.21.82.2.6 [In Persian]
- Abbaszadeh, S. M., Amani, J., Khezri Azar, H., & Pashooi, G. (2014). *An Introduction to Structural Equation Modeling with PLS Method and its Application in Behavioral Sciences* (1st ed.), Urmia University Publications. [In Persian]
- Aoki, T. (2002). *The role of cultural tourism for sustainable development. The case of music in Cuba*. Master's thesis arts, Dalhousie university Halifax, Nova Scotia.
- Ashrafi Rizi, H., & Kazemi, Z. (2012). *Libraries and cultural tourism: an opportunity for the development of information services*. Tehran: Chapar. [In Persian]
- Babaei, A., & Noori, A. (2022). Investigating the Impact of Characteristics of Traditional Music Festivals in Regions on the Development of Cultural Tourism; Case Study: Kermanshah County. *Tourism Research and Sustainable Development Journal*, 5(3), 13-24. https://shij.ir/TRSD/upload/TRSD/Content/010901_11/02-TRSD-No19-76627.pdf [In Persian]
- Barclay, D., Higgins, C., & Thompson, R. (1995). The partial least squares (PLS) approach to casual modeling: personal computer adoption ans use as an Illustration.
- Basouli, M., Hashemi, S. S., Imani Khoshkhou, M. H., & Mirghafouri, S. H. (2019) Designing Entrepreneurship Development Model for cultural tourism in Yazd, the World Heritage City. *Social Studies in Tourism*, 9(18), 91-114. <https://doi.org/10.52547/journalitor.36160.9.18.0> [In Persian]
- Bagheri, K., & Ghaempanah, H. (2022). A Study on the Accompaniment of Luri Music with Popular Culture. *2nd International*



- Tourism Review*, 64(4), 53-65. <https://doi.org/10.1108/16605370911004575>
- Habibi, A., & Kalahi, B. (2022). *Structural Equation Modeling* (2nd ed.). Tehran: University Jahad, [In Persian]
- Hair Jr, J., Hair Jr, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2021). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. Sage publications.
- Hair, J., Black, W., Babin, B., & Anderson, R. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Upper Saddle River, NJ Prentice-Hall, Inc.
- Imani Khoshkhoo, M. H., & Shahrabi Farahani, M. (2020). Creating a pattern for cultural tourist spiritual perception from travel a case study: Esfahan city foreign tourists. *Journal of Tourism and Development*, 9(2), 211-228. <https://doi.org/10.22034/jtd.2019.165277.1607>
- Imani Khoshkhoo, M. H., & Shahrabi Farahani, M. (2019). A Conceptual Framework for Cultural Tourists' Perception of Travel with Focus on Spirituality (Case Study :Isfahan). *The Monthly Scientific Journal of Bagh-e Nazar*, 15(68), 49-58. <https://doi.org/10.22034/bagh.2019.81657> [In Persian]
- Imani Khoshkhoo, M. H., & Rastgoo, N. (2019). Tourism based on the Traditional Music: Instrument, Goal or Destination Management Tool. *Journal of Art and Civilization of the Orient*, 7(23), 49-56. <https://doi.org/10.22034/jaco.2020.83920> [In Persian]
- Jahaniyan, M., Gharakhloo, M., & Zandi, E. (2010). An Introduction to National Cohesion with Emphasis on Cultural and Tourism Components. *Quarterly Journal South-East Asia Journal of Public Health*, 2(1), 3-5. <https://doi.org/10.4103/2224-3151.115826>
- Fazeli, M. (2007). *Sociology of Music Consumption*. Tehran: Research Institute of Arts and Communication, Ministry of Culture and Islamic Guidance. [In Persian]
- Farokhzad, M., & Hajirezaei, Z. (2016). The Role of Music in Cultural Tourism in Iran. *Annual Conference on Civil Engineering, Architecture, Urban Planning, and Geography in Ancient and Contemporary Iran*, Tehran. <https://civilica.com/doc/521148> [In Persian]
- Faghfor Maghrebi, H. (2007). An Inquiry into Music and its Criteria in Islam. *Honar-ha-ye Ziba*, (31), 121-139. [In Persian]
- Garce's, S., Pocinho, M., & Jesus, S. N. D. (2018). Review of optimism, creativity and spirituality in tourism research. *Tourism and Hospitality Management*, 24(1), 107-117. <https://doi.org/10.20867/thm.24.1.6>
- Gibson, C., & Conell, J. (2005). *Music and Tourism on the Road Again*. channel view publications, London.
- Gorji Douz, S., & Shekari Namin, S. (2021). Designing a Model for Cultural Tourism Development with the Iranian Regional Music Approach. *Tourism of Culture*, (4)2, 43-54. <https://doi.org/10.22034/toc.2021.242653.1015> [In Persian]
- Gortan-Carlin, I. P., & Krajnović, A. (2016). Music as a tourist product-The management and marketing model. Laporšek S, Gomezelj Omerzel D, editors. *MIC: Managing Global Changes. Koper: University of Primorska*, 2016, 207-220.
- González-Reverté, F., & Miralbell-Izard, O. (2009). Managing music festivals for tourism purposes in Catalonia (Spain).

- Development of Music Tourism in Iran: A Structural Analysis (Case of study: Bushehr province). *Journal of Tourism and Development*, 11(2), 183-202. <https://doi.org/10.22034/jtd.2021.277314.2296> [In Persian]
- Mclean, E. (2010). *Music Tourism in Neworleans and Bali: A comparative Study of Tourism Development*. University of California, Los Angeles.
- Montoro-Pons, J. D., & Cuadrado-García, M. (2021). Analyzing online search patterns of music festival tourists. *Journal of Tourism Economics*, 27(6), 1276-1300. <https://doi.org/10.1177/1354816620945440>
- Noonan, D. S., & Rizzo, I. (2017). Economics of cultural tourism: issues and perspectives. *Journal of Cultural Economics*, 41(2), 95-107. <https://doi.org/10.1007/s10824-017-9300-6>
- Omidvarfar, S., Bayramzadeh, N., Dashti, F., & Hamed, S. M. (2019). The Role of Indigenous and Local Music in Attracting Tourists (Case Study: Tabriz City). *Journal of Science and Engineering Elites*, 4(2), 21-33. https://elitesjournal.ir/editor_file/kho3.pdf [In Persian]
- Puspita, N. (2021). Development Strategy of Music Tourism: Ubud Village Jazz Festival as Community-Based Event in Ubud, Bali. *Journal of Tourism Destination and Attraction*, 9(1), 27.
- Qhasemi, V. (2003). Music-Society Interaction. *Journal of Kavoshnameh in Persian Language and Literature*, 3(5 & 6), 195-214. <https://doi.org/10.29252/kavosh.2003.2270> [In Persian]
- Rafiei, Y., & Mirzaei, R. (2018). Modeling Tourism Development of Folklore Music of Human Geography, 3(2), 109-122. [In Persian]
- Kalantari, M., & Ghiyami, M. (2015). *Tourism of music* (Torbat-e Jam's Magham music). *Geographical Journal of Tourism Space*, 4(15), 45-61. <https://sanad.iau.ir/Journal/gjts/Article/999592> [In Persian]
- Lashua, B., Spracklen, K., & Long, P. (2014). Introduction to the special issue: Music and tourism. *Journal of Tourist Studies*, 2014, 14(1), 3-9. <https://doi.org/10.1177/1468797613511682>
- Lotfi, M. R. (2021). *Understanding Iranian Dastgah music as narrated by Mohammad Reza Lotfi*. Tehran: Narvan Book Treasure Institute.
- Luluei, K, Shafi'a, S., Firuzi, G., & Ghulami, F. Z. (2017). Religious Tourism, Spiritual Tourism or Tourism, and Spirituality: A Study of the Similarities and Differences through Content Analysis. The Procedia of Tenth International Conference on Economics and Management. [In Persian]
- Mahdavi Nejad, Mohammad Javad. (2006). The Syntax of Progressive Music: An Examination of the Relationship between Spiritual Music, Iranian Culture, and Islamic Mysticism. *Honar-ha-ye Ziba*, 17(17). https://jhz.ut.ac.ir/article_10673.html [In Persian]
- Moaven, Z., Movahed Majd, M., Niknejat, Z., & Hojatifar, S. (2022). Examining the Correlation between the Spiritual Health and Social Health of Pilgrims Participating in the Arba'een Walk. *Hajj and Ziarah Research Journal*, 7(3), 145-168. <https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.25381768.1401.7.3.6.0>[In Persian]
- Marzban, E., & Marzban, M. (2022).



- Life and Well-Being Research*. Springer, Dordrecht.
- UNWTO. (2017). Definition Committee on Tourism and Competitiveness (CTC). Available from: <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/ctcdefinitionsweb.pdf> (Accessed 30.12.2018).
- UNWTO (2018). Tourism Highlights 2017 Edition, WTO. Madrid, Spain. www.unwto.org.
- Williams, A. (2010). Spiritual therapeutic landscapes and healing: A case study of St. Anne de Beaupre, Quebec, Canada. *Social Science & Medicine*, 70(10), 1633-1640. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0277953610000821>
- WTO (1985). The Role of Recreation. Management in the Development of Active Holidays and Special Interest Tourism and the Consequent Enrichment of the Holiday Experience. Madrid: World Tourism Organization.
- World Tourism Organization UNWTO. (2019). International Tourism Highlights. <https://www.eunwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419029>
- Wulff, D. M. (2007). *Psychology of religion: Classic and contemporary*. M. Deghani (Trans.). Tehran: Roshd. [In Persian]
- Zandbaf, H. (2009). *History and Culture of World Music*. Tehran: Music Center, Art Domain. [In Persian]
- Ziari, K., & Sadeghi, M. (2011). Music and Tourism: A Case Study of Traditional Music in Qeshm Island, *National Conference on Qeshm and Future Outlook*, Qeshm, 978-967. <https://civilica.com/doc/163184> [In Persian]
- in Iran: A Grounded Theory Approach. *Sociology of Social Institutions*, 11(5), 201-181. <https://doi.org/10.22080/ssi.2018.1913> [In Persian]
- Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12-21. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.03.005>
- Sahraeian, A., Gholami, A., & Omidvar, B. (2011). The Relationship between Religious Attitudes and Happiness in Medical Students at Shiraz University of Medical Sciences. *Horizon of Knowledge*, 1(17), 69-74. [In Persian]
- Safara, M., Ghasemi Yazdabadi, M., Heyrat, A., & Rezaei nasab, A. (2020). A Reexamining the Influential Components of Spiritual Health in Human Health. *Journal of Pizhūhish dar dān va salāmat*, 8(1), 130-146. <https://doi.org/10.22037/jrrh.v8i1.29174> [In Persian]
- Samim, Reza. (2013). The Construction of the Subject in the Process of Popular Culture Consumption. *Journal of Iranian Cultural Research*, 6(1), 23-53. <https://doi.org/10.7508/ijcr.2013.21.00> [In Persian]
- Soti, A., Shankar, R., & Kaushal, O. P. (2010). Modeling the enablers of Six Sigma using interpreting structural modeling. *Journal of Modelling in Management*, 5(2), 124-141. <https://doi.org/10.1108/17465661011060989>
- Tajzadeh Namin, A., & Hashemzadeh, Z. (2015). Customers' typology in medical tourism. *Tourism Management Studies*, 9(26), 31-58. https://tms.atu.ac.ir/article_1355.html?lang=en [In Persian]
- Tognetti M. (2014). Social Health. In: Michalos A.C. (eds) *Encyclopedia of Quality of*