
بررسی ظرفیت تئاتر و هنرهای نمایشی برای رونق گردشگری در استان اصفهان

- مریم شکری زاده
- ندا ترابی فارسانی (نویسنده مسئول)
- سجاد باغبان ماهر

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۷/۰۶/۱۱

تاریخ پذیرش نهایی: ۱۳۹۷/۰۶/۲۶

بررسی ظرفیت تئاتر و هنرهای نمایشی برای رونق گردشگری در استان اصفهان

کارشناس ارشد مدیریت جهانگردی، دانشکده پژوهش‌های عالی هنر و کارآفرینی، دانشگاه هنر اصفهان

مریم شکری زاده

استادیار گروه موزه و گردشگری، دانشکده پژوهش‌های عالی هنر و کارآفرینی، دانشگاه هنر اصفهان

ندا ترابی فارسانی

استادیار گروه موزه و گردشگری، دانشکده پژوهش‌های عالی هنر و کارآفرینی، دانشگاه هنر اصفهان

سجاد باغبان ماهر

این مقاله از پایان‌نامه‌ای با عنوان «بررسی توانایی‌های رونق گردشگری شهر اصفهان با تکیه بر هنرهای نمایشی» به نویسندگی مریم شکری زاده و به راهنمایی ندا ترابی فارسانی و صدرالدین طاهری و مشاوره‌ی سجاد باغبان ماهر استخراج شده است.

چکیده

شناخت توانایی‌های فرهنگی هر اقلیم می‌تواند به کشف راهکارهایی برای رونق گردشگری و حفظ میراث ناملموس منتهی گردد. سوال اصلی پژوهش حاضر آن است که موقعیت استراتژیک مناسب در راستای بهره‌گیری از هنرهای نمایشی و تئاتر برای رونق گردشگری در استان اصفهان چیست و از آنجایی که تعیین موقعیت استراتژیک مناسب، نیازمند شناسایی نقاط قوت و ضعف تئاتر و هنرهای نمایشی استان اصفهان و فرصت‌ها و تهدیدهای این حوزه است، روش SWOT به کار برده شده است. دامنه پژوهش حاضر نیمه اول سال ۱۳۹۷ است و منطقه مورد مطالعه استان اصفهان. در ابتدا با استفاده از روش نمونه‌گیری گلوله برفی دیدگاه‌های ۴۸ تن از خبرگان هنرهای نمایشی و گردشگری استان اصفهان با مصاحبه ساختاریافته گردآوری شد. سپس با هدف امتیازدهی به عوامل شناسایی شده، پرسشنامه‌ای که براساس داده‌های فرم مصاحبه تنظیم گردیده بود، در اختیار خبرگان قرار گرفت. درنهایت پس از تجزیه و تحلیل داده‌ها با تشکیل ماتریس عوامل داخلی و خارجی به تدوین استراتژی اقدام گردید. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد مجموعه استراتژی‌های رقابتی بهترین راهبرد برای بهره‌گیری از تئاتر و هنرهای نمایشی در رونق گردشگری استان اصفهان است. مجموعه استراتژی‌های رقابتی که در این راستا ارائه شده‌اند عبارتند از: آفرینش آثار سازگار با سنت‌ها و سلاقی مردم و توجه به پیشینه و غنای نمایش‌های سنتی ایران، بسترسازی مناسب برای بخش خصوصی با هدف مشارکت در سرمایه‌گذاری و حمایت مالی گروه‌های نمایشی و خارج نمودن هنر از زیر نظر دولت، ایجاد فضای رقابتی سالم و باز در میان گروه‌های نمایشی رسمی و غیررسمی و دادن مجوز نمایش بدون جانبداری، و تلفیق نمایش‌های سنتی و آیینی با نمایش‌های مدرن و زمینه‌سازی برای هم‌افزایی نسل‌های قدیم و جدید هنرمندان.

واژگان کلیدی: تئاتر، هنرهای نمایشی، گردشگری فرهنگی، گردشگری هنری، استان

اصفهان.

گردشگری در دهه‌های اخیر رشدی مستمر و روز افزون داشته و تنوع و گوناگونی عمیقی را تجربه کرده (مجیدی، ۱۳۸۹: ۲۵۹) و به سومین صنعت بزرگ دنیا بدل شده است (میرفهادی^۱ و همکاران، ۲۰۱۴: ۱۰۸). طبق نظر کارشناسان، این صنعت به منظور تنوع بخشیدن به منابع رشد اقتصادی و درآمدهای ارزی و همچنین ایجاد فرصت‌های شغلی از اهمیت فراوانی برخوردار است (طیبی و همکاران، ۱۳۸۶: ۸۴). از طرفی یکی از شاخه‌های گردشگری، گردشگری فرهنگی است که طبق آمار سازمان جهانی گردشگری سهمی ۳۷ درصدی از گردشگری بین‌المللی را به خود اختصاص داده است (باقرنیا و احمدیان، ۱۳۹۳). گردشگری فرهنگی طیف وسیعی از فعالیت‌ها را شامل می‌شود که شامل میراث‌ها، فعالیت‌های نمایشی مانند موسیقی، رقص و تئاتر است (هیوز و آلن^۲، ۲۰۰۵: ۱۷۶).

هنرهای نمایشی و نمایش در ایران نیز پیشینه‌ای طولانی دارند. نمایش در آغاز از تحول رسم‌ها و نیایش‌های مذهبی بیرون آمد. در ابتدا خود را در میان اجتماعات قبیله‌ای بروز داد و سپس در قالب اشکالی نظیر نقالی نمایان شد (بیضایی، ۱۳۹۶: ۲۹). به نظر می‌رسد نمایش در ایران کهن به سبب تکیه بر روایتگری با پتواژگویی انجام می‌شده که نمونه آن سنت گوسانی پیش از اسلام و نقالی در دوران اسلامی است (طاهری، ۱۳۹۰: ۴۳). اصفهان نیز نزدیک به یکصد و چهل سال پایتخت صفویان بوده و در آن زمان شبیه‌خوانی (تعزیه) که تنها تئاتر جهان اسلام است و یکی از اصیل‌ترین اشکال نمایش به‌شمار می‌آید از بطن مراسم محرم پدید آمده و با حمایت صفویان، نقالی و قصه‌خوانی که از والاترین جلوه‌های فرهنگ ایرانی و بستر تئاتر روایتی است شکوفا شده است (ممنون، ۱۳۹۶: ۸؛ طاهری، ۱۳۹۰: ۵۰-۴۱) از طرف دیگر ورود تئاتر به عنوان یکی از اشکال هنرهای نمایشی و به‌معنای غربی آن به سال ۱۲۶۷ ه.ش برمی‌گردد و پیشگامان این هنر معاصر ارامنه بوده‌اند (ممنون، ۱۳۷۰: ۴۲).

همان‌گونه که در سند چشم‌انداز توسعه میراث فرهنگی و گردشگری (۱۳۸۴ تا ۱۴۰۴) آمده است، برای توسعه گردشگری، شناسایی و معرفی بازارهای هدف، احیا و ارتقاء جاذبه‌های متنوع گردشگری کشور در زمینه‌های مذهبی، فرهنگی، تاریخی و افزایش ظرفیت‌های گردشگری در نقاط پر جاذبه کشور یک امر حیاتی است، پس شناسایی این توانایی‌ها می‌تواند این مهم را محقق سازد (اروجی، ۱۳۸۳).

در پی مقدمه بالا، این پرسش مطرح می‌شود که چگونه می‌توان از ظرفیت‌ها و توانایی‌های هنرهای نمایشی در استان اصفهان در راستای رونق گردشگری استفاده کرد. این پژوهش در پی شناسایی ظرفیت‌ها و یافتن استراتژی‌های مناسب برای بسترسازی در این زمینه صورت گرفته است.

در راستای اهداف پژوهش، پرسش‌های زیر طراحی گردیده:

۱. استان اصفهان چه توانایی‌هایی برای رونق گردشگری با تاکید بر هنرهای نمایشی دارد؟
۲. استان اصفهان چه ضعف‌هایی برای رونق گردشگری با تاکید بر هنرهای نمایشی دارد؟
۳. استان اصفهان چه فرصت‌هایی برای رونق گردشگری با تاکید بر هنرهای نمایشی دارد؟
۴. استان اصفهان با چه تهدیدهایی در رونق گردشگری با تاکید بر هنرهای نمایشی روبه‌رو

است؟

۵. موقعیت استراتژیک مناسب در راستای بهره‌گیری از هنرهای نمایشی برای رونق گردشگری در استان اصفهان چیست؟
۶. راهکارهای بهره‌گیری از هنرهای نمایشی برای رونق گردشگری در استان اصفهان کدامند؟

پیشینه تحقیق

در ارتباط بین گردشگری و هنرهای نمایشی مطالعاتی صورت گرفته که در ادامه به برخی از آن‌ها اشاره می‌گردد.

ابازی^۳ (۲۰۱۷) در مقاله‌ای با نام «همگرایی تئاتر و گردشگری به عنوان ابزاری برای بیان فرهنگ» تئاتر و گردشگری را ابزارهایی می‌داند که در راستای یکپارچگی ملی و بین‌المللی عمل می‌کنند و منجر به نزدیکی و یکپارچگی ملت‌ها از طریق همکاری‌های فرهنگی، آموزشی، اقتصادی، اجتماعی و سیاسی می‌شوند. گردشگری و تئاتر، ابزارهای ارزشمندی برای بیان و حفظ فرهنگ هر جامعه‌ای به حساب می‌آیند.

پک و همکاران^۴ (۲۰۱۲) در مقاله «نمایش‌های عروسکی آبی در دلتای رودخانه سرخ و فرادست: گردشگری و احیا یک سنت قدیمی» به دنبال بررسی رابطه بین افزایش و توسعه صنعت گردشگری بین‌المللی و محصولات فرهنگی در اجرای نمایش عروسکی آبی در ویتنام بوده‌اند. نمایش‌های عروسکی آبی نوعی خیمه‌شب‌بازی است که در آیین‌های اجتماعی نظیر جشن برداشت برنج در ویتنام برگزار می‌شود. علاوه بر آن در طول سال با برگزاری فستیوال‌های خاص و همچنین با همکاری شرکت‌های گردشگری طبق یک جدول زمان‌بندی شده برای جذب مخاطبان اقدام به برگزاری این نمایش سنتی می‌شود. به باور نویسندگان این مقاله نمایش عروسکی آبی می‌تواند نماینده هنر باستانی، فرهنگ و سبک زندگی مردم باشد و همزمان با جذب گردشگران به مدرنیزه‌شدن کشور کمک کند. کادنی و رویا^۵ (۲۰۱۱) نیز مقاله‌ای ارائه داده‌اند با نام «تئاتر و فستیوال‌های چندفرهنگی در لودز لهستان، ابزاری برای مدیریت اوقات فراغت در بین ساکنان و گردشگران»؛ نتایج پژوهش نشان می‌دهد که این رویدادها باعث توسعه فرهنگی شهر می‌شوند. این مقاله به معرفی تئاترهایی که در این شهر برگزار می‌شود پرداخته و از آن‌ها به عنوان یک عامل مهم در گذران اوقات فراغت برای ساکنان و گردشگران یاد می‌کند.

سونگ و چونگ^۶ (۲۰۱۰) مقاله «ویژگی‌های موثر در سطح رضایت‌مندی و وفاداری گردشگران در اجراهای تئاتری: شواهدی از یک پژوهش کیفی» را منتشر کرده‌اند. در این پژوهش در بین یک جامعه آماری ۳۱ نفره اقدام به شناسایی ۳۴ متغیر شده که در سطح رضایت و وفاداری گردشگران تئاتر تاثیرگذار هستند و در نهایت این عوامل به ۵ دسته عمده تقسیم‌بندی شده‌اند. این عوامل عبارتند از: صحنه نمایش، ویژگی‌های اجرا (اجرای منحصربه‌فرد، اجراکننده‌های حرفه‌ای، بروز درست احساسات از سوی هنرمندان، منظم بودن اجرا و...)، محل (محیط تئاتر، دید داشتن از صندلی، ایمنی و امنیت محل برگزاری و...)، خدمات (قیمت بلیط، مدت زمان مناسب اجرا، فعالیت‌های فروش مرتبط با اجرا) و ویژگی‌های مرتبط با گردشگر (درک گردشگران از فرهنگی که در حال نمایش است (ویژگی ذاتی) و معاشرت گردشگران (ویژگی بیرونی)). همچنین بیان می‌دارند که محتوای

Archive of SID

اجراها باید با فرهنگ و جاذبه‌های ویژه هر سرزمین در پیوند باشد و همچنین نمایش‌ها باید فرهنگ محلی، اجراکننده‌های حرفه‌ای و فن‌آوری‌های نوین را برای دستیابی به رضایت‌مندی و وفاداری گردشگران با یکدیگر تلفیق کنند.

هاشیموتو^۷ (۲۰۰۳) در مقاله «حفاظت و گردشگری: هنرهای نمایشی مردمی در ژاپن معاصر» چنین بیان می‌کند که هنرهای نمایشی مردمی در پیوند با گردشگری می‌تواند هویت و بازتاب جهانی یابند. از طریق مطالعاتی که درباره هنرهای نمایشی صورت گرفته، محقق به این نتیجه می‌رسد که گسترش وسایل ارتباطی مدرن نظیر شبکه ریلی و مجلات مربوط به سفر و... نقش موثری در این فرآیند هویت‌بخشی ایفا می‌کنند.

طی مطالعه‌ای با نام «تئاتر در لندن و ارتباط آن با گردشگری» که توسط هیوز (۱۹۹۸) انجام گرفت، بیان شده که تئاتر به عنوان یک عامل مهم در انتخاب یک شهر به عنوان مقصد گردشگری می‌تواند نقش مهمی ایفا کند. در این پژوهش همچنین نشان داده شده که گردشگران یک سوم از مخاطبان تئاتر را شامل می‌شوند که می‌توانند یک منبع با ارزش درآمدی که باعث پایداری تئاتر در این شهر می‌شود، به حساب آیند.

در ایران مطالعات چندانی در این راستا انجام نگرفته است. رهبرنیا و داوری (۱۳۹۶) در مقاله خود با عنوان «بررسی تعزیه و هنر اجرا (پرفرمنس آرت) با تاکید بر تعامل با مخاطب» به دنبال ارائه نگرشی نو به هنرهای سنتی و کشف ارتباط میان تعزیه و هنر اجرا، در زمینه ارتباط با مخاطب هستند. نویسندگان در نهایت پس از یک پژوهش اسنادی، هم‌پوشانی و اشتراکاتی بین تعزیه و هنر اجرا در تعاریف مربوط به مخاطب و تعامل و مشارکت با آن‌ها را نشان می‌دهند.

زارعی و نامجو (۱۳۹۵) نیز در مقاله «نقش هنر در تقویت دیدگاه معنوی به گردشگری (با تاکید بر هنرهای نمایشی، آیین‌ها و مناسک)» به تشریح آیین‌ها و هنرها و بررسی ویژگی‌های برخی از آن‌ها از جمله تعزیه، نقالی یا شاهنامه‌خوانی و برخی رسوم، نظیر نخل‌گردانی، قالی‌شویان و... پرداخته و بیان می‌کنند که این نمایش‌ها و آیین‌ها از جذابیت و کارکردهای فرهنگی برخوردارند، پس می‌توان با برنامه‌ریزی دقیق آن‌ها را به عنوان یکی از جاذبه‌های اصلی گردشگری معنوی در نظر گرفت.

مالکی و طالبی (۱۳۹۴) در مقاله «بررسی تعزیه به عنوان یکی از جاذبه‌های گردشگری مذهبی شهرستان خوانسار» به بررسی و معرفی تعزیه و آیین‌های مذهبی شهرستان خوانسار (روستاهای قودجان و تیدجان) می‌پردازند و نشان می‌دهند که با توجه به صنعت گردشگری در جهان امروز و نقش گردشگری مذهبی در جذب گردشگران و تاثیر آن بر توسعه منطقه، این توانایی می‌تواند در راستای جذب گردشگران به این منطقه کمک شایانی کند.

چارچوب نظری پژوهش

با توجه به مطالب بیان‌شده در پیشینه تحقیق می‌توان به این موضوع پی برد که هنرهای نمایشی به عنوان بخش از میراث‌های ناملموس و در جایگاه محصولی جدید در گردشگری برای مقاصد دارای پتانسیل فرهنگی می‌تواند گزینه مناسبی باشد. پژوهش حاضر به دنبال شناسایی ظرفیت‌های هنرهای نمایشی در استان اصفهان برای کمک به

رشد و گسترش صنعت گردشگری این استان است. در راستای شناسایی توانایی‌ها و ضعف‌ها از یک سو و فرصت‌ها و تهدیدها از سوی دیگر از روش اس.دبلیو.ا.تی^۱ به منظور مشخص کردن راهبردهای مناسب استفاده شده است. جدول ۱ اهمیت هنرهای نمایشی را با توجه به پیشینه پژوهش نشان می‌دهد.

جدول ۱. خلاصه پیشینه پژوهش‌های داخلی و خارجی (نگارندگان، ۱۳۹۷).

عنوان	نویسنده/نویسندگان
ابزار بیان فرهنگ	ابازی (۲۰۱۷)
ابزاری برای احیا سنت‌ها	پک و همکاران (۲۰۱۲)
عامل مدیریت اوقات فراغت	کادنی و روبا (۲۰۱۱)
هویت‌یابی نمایش‌ها	هاشیموتو (۲۰۰۳)
عامل موثر در انتخاب مقصد	هیوز (۱۹۹۸)، سونگ و چونگ (۲۰۱۰)، زارعی و نامجو (۱۳۹۵)، مالکی و طالبی (۱۳۹۴)
ابزار تعامل با مخاطب	رهبرنیا و داوری (۱۳۹۶)

روش پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی است. در مرحله نخست، به منظور گردآوری اطلاعات در زمینه ادبیات پژوهش از روش اسنادی (شامل مطالعات کتابخانه‌ای، بررسی مقالات، کتاب‌ها، گزارش‌ها و منابع اینترنتی و اسناد بالادستی) استفاده شد. در مرحله دوم، با بهره‌گیری از روش میدانی و استفاده از ابزارهایی نظیر فرم مصاحبه ساختاریافته و پرسشنامه محقق‌ساخت، به جمع‌آوری داده‌های تحقیق اقدام گردید. این پژوهش در نیمه اول سال ۱۳۹۷ صورت گرفته است. محدوده مکانی برای تکمیل فرم مصاحبه و پرسشنامه استان اصفهان بوده است و جامعه آماری این پژوهش را کارشناسان و خبرگان بخش هنرهای نمایشی و گردشگری تشکیل داده‌اند. در این پژوهش از روش گلوله برفی به عنوان یکی از روش‌های نمونه‌گیری غیراحتمالی مبتنی بر هدف استفاده شده است. در گام نخست اقدام به تعیین روایی فرم مصاحبه گردید که از نوع روایی محتوایی بود و به همین منظور فرم مصاحبه در اختیار ۸ نفر از اساتید و خبرگان حوزه‌های هنرهای نمایشی و گردشگری قرار داده شد و سپس شاخص سی.وی.آر^۹ برای هر پرسش محاسبه گردید. در مجموع برای هر پرسش عدد ۰٫۷۵ به دست آمد که نشان‌دهنده روایی بالای فرم مصاحبه بود. پس از تعیین روایی محتوایی فرم مصاحبه، با خبرگان هنرهای نمایشی و گردشگری تا رسیدن به حد اشباع (۴۸ نفر) به صورت حضوری مصاحبه صورت گرفت. در مرحله دوم پس از کدگذاری، اقدام به طراحی پرسشنامه گردید که دوباره برای امتیازدهی به عوامل، در اختیار کارشناسان قرار گرفته. تجزیه و تحلیل داده‌ها با مدل اس.دبلیو.ا.تی انجام شد. در این راستا دو ماتریس ارزیابی عوامل داخلی^{۱۰} (شامل نقاط قوت و ضعف)

و عوامل خارجی^{۱۱} (شامل فرصت‌ها و تهدیدها) تشکیل گردید و پس از امتیازدهی توسط کارشناسان، با استفاده از روش اس.دبلیو.ا.تی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

یافته‌های پژوهش

همان‌گونه که پیش از این گفته شد شناسایی ظرفیت‌ها و نقاط قوت هنرهای نمایشی استان اصفهان برای رونق گردشگری نخستین هدف و شناسایی ضعف‌های هنرهای نمایشی این استان برای رونق گردشگری هدف دوم پژوهش پیش‌رو است. داده‌های گردآوری‌شده از گفت‌وگو با ۴۸ کارشناس و نخبه‌ای که برپایه ارتباطشان با موضوع برگزیده شده و مورد مصاحبه قرار گرفته‌اند، در جدول ۲ خلاصه شده است.

شناسایی فرصت‌های رونق گردشگری استان اصفهان با بهره‌گیری از هنرهای نمایشی هدف سوم این پژوهش است (جدول ۳). شناسایی تهدیدهای موجود بر سر راه رونق گردشگری استان اصفهان با بهره‌گیری از هنرهای نمایشی نیز هدف چهارم پژوهش است (جدول ۳). تدوین استراتژی مناسب، هدف پنجم این پژوهش است و در این راستا نیاز بود ماتریس ارزیابی عوامل داخلی و خارجی طراحی شود. برای ساخت جدولی که در برگیرنده عوامل داخلی و خارجی باشد، پس از تعیین عوامل داخلی (نقاط قوت و ضعف) و عوامل خارجی (فرصت‌ها و تهدیدها)، این عوامل برای نمره‌دهی در اختیار خبرگان (کارشناسان هنرهای نمایشی، نقالان، تعزیه‌خوان‌ها، کارگردانان نمایش‌های عروسکی، بازیگران، کارگردان‌ها و مدرسان تئاتر و نیز استادان و فعالان حوزه گردشگری استان) قرار گرفت.

جدول ۲. نقاط قوت و ضعف موجود هنرهای نمایشی استان اصفهان (نگارندگان، ۱۳۹۷).

ردیف	نقاط قوت
۱	وجود نمایش‌های سنتی (همچون تعزیه، نقالی، عروسک‌گردانی، پرده‌خوانی و...)
۲	پیشینه تئاتری
۳	سالن‌های نمایش (همچون تالار فرشچیان، حوزه هنری، تالار هنر و...)
۴	گروه‌های نمایشی رسمی و غیررسمی
۵	هنرمندان تجربی و دانش‌آموخته
ردیف	نقاط ضعف
۱	نبود سالن‌های مجهز و تخصصی
۲	کمبود فضای تبلیغاتی
۳	نبود مراجع موثق برای آگاهی دادن
۴	مشکل زبان در تولید اثر برای گردشگر خارجی
۵	ضعف حوزه آموزشی
۶	زوال ساختارها (ایجاد شیوه‌های جدید در نقالی و تعزیه خوانی)
۷	ضعف نویسندگی نمایشنامه‌ها
۸	مکتوب نبودن نسخه‌ها (به‌ویژه در نقالی و تعزیه‌خوانی)
۹	فاصله گرفتن هنرمندان از هنرهای سنتی

ردیف	فرصت‌ها
۱	رویدادها (مناسبت‌های مذهبی، مناسبت‌های ملی، هفته نکوداشت اصفهان، روز بزرگداشت هنرمندان، روز هنرهای نمایشی و...)
۲	مکان‌ها (خانه‌های تاریخی، میدان‌ها، معابر، مقبره هنرمندان، کاخ‌ها و...)
۳	شهرهای خواهرخوانده
ردیف	تهدیدها
۱	نگاه محافظه‌کارانه و سنتی مسئولین و مردم
۲	نبود سرمایه‌گذاری کافی
۳	کمبود حمایت‌های اقتصادی
۴	تخصیص نامتناسب بودجه فرهنگی بین گروه‌های نمایشی
۵	مهاجرت هنرمندان و محدود کردن فعالیت‌های آنان
۶	فضای رقابتی ناسالم
۷	تجاری شدن هنر
۸	دولتی شدن تئاتر
۹	مدیریت نادرست
۱۰	متناسب نبودن هزینه و درآمد هنرمندان

برای تشخیص میزان تاثیرگذاری هر یک از عوامل داخلی و خارجی، دو ستون ضریب اهمیت یا وزن (بسیار بی‌اهمیت تا خیلی مهم) و شدت (۱ تا ۴) برای امتیازدهی در نظر گرفته شد. ضریب اهمیت بیانگر اهمیت نسبی آن عامل در شناسایی ظرفیت‌های هنرهای نمایشی در رونق گردشگری استان اصفهان است. شدت نیز بیانگر وجود یا عدم وجود آن عامل است. انتخاب ۱ و ۲ نشانگر ضعف یا تهدید بودن آن عامل و انتخاب ۳ و ۴ نشانگر وجود قوت یا فرصت است.

در ماتریس ارزیابی عوامل داخلی و خارجی، صرف‌نظر از تعداد عواملی که نشانگر قوت‌ها و ضعف‌ها یا فرصت‌ها و تهدیدها هستند، مجموع امتیازهای نهایی به بیش از ۴ و کمتر از ۱ نمی‌رسد و میانگین آن برابر با ۲,۵ است. چنانچه امتیازی بالاتر از ۲,۵ باشد اهمیت آن عامل بیشتر است و میزانی کمتر از آن، نشان از اهمیت و تاثیرگذاری کم آن

عامل دارد (زمانیان و بهزادفر، ۱۳۸۷: ۹۲-۹۱).

جدول ۴ ماتریس ارزیابی عوامل داخلی را نشان می‌دهد. ضریب اهمیت هر یک از عوامل محاسبه گردیده است که جمع نهایی آن برابر عدد ۱ و امتیاز متوازن آن برابر عدد ۲,۵۲۴ شده است. از آنجایی که این عدد بزرگ‌تر از ۲,۵ است، می‌توان گفت از لحاظ عوامل داخلی هنرهای نمایشی استان اصفهان توانایی مناسبی برای رونق گردشگری دارند. بالاترین امتیاز وزنی نقاط قوت متعلق به وجود نمایش‌های سنتی (نقالی، تعزیه، عروسک گردانی، پرده‌خوانی و ...) با امتیاز ۰,۳۶ و بالاترین امتیاز وزنی نقاط ضعف متعلق به مشکل زبان در تولید اثر برای گردشگر خارجی با امتیاز ۰,۱۴ است. نتایج این ماتریس در حقیقت پاسخی به پرسش‌های اول و سوم پژوهش به‌شمار می‌رود.

جدول ۴. ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (نگارندگان، ۱۳۹۷).

رتبه	عوامل اصلی داخلی	ضریب اهمیت	شدت	ضعف	
				قوت	متوازن
۱	وجود نمایش‌های سنتی (نقالی، تعزیه، عروسک گردانی، پرده‌خوانی و...)	۰,۰۹۲	۳,۸۸	قوت	۰,۳۶
۲	پیشینه تناثری	۰,۰۹۱	۳,۷۱	قوت	۰,۳۴
۳	سالن‌های نمایش (تالار هنر، تالار فرشچیان، حوزه هنری و...)	۰,۰۸۸	۳,۶۳	قوت	۰,۳۲
۴	گروه‌های نمایشی رسمی و غیررسمی	۰,۰۸۹	۳,۵۶	قوت	۰,۳۲
۵	هنرمندان تجربی و دانش آموخته	۰,۰۸۸	۳,۵۴	قوت	۰,۳۱
۶	نبود سالن‌های مجهز و تخصصی	۰,۰۸۱	۱,۲۵	ضعف	۰,۱۰
۷	کمبود فضای تبلیغاتی	۰,۰۶۲	۱,۷۱	ضعف	۰,۱۱
۸	نبود مراجع موثق برای آگاهی دادن	۰,۰۶۱	۱,۸۵	ضعف	۰,۱۱
۹	مشکل زبان در تولید اثر برای گردشگر خارجی	۰,۰۹۰	۱,۵۲	ضعف	۰,۱۴
۱۰	ضعف حوزه آموزشی	۰,۰۶۶	۱,۵۲	ضعف	۰,۱۰
۱۱	زوال ساختارها (ایجاد شیوه‌های جدید در نقالی و تعزیه‌خوانی)	۰,۰۴۰	۱,۷۵	ضعف	۰,۰۷
۱۲	ضعف نویسندگی نمایشنامه‌ها	۰,۰۶۶	۱,۵۲	ضعف	۰,۱۰
۱۳	مکتوب نبودن نسخه‌ها (به‌ویژه در نقالی و تعزیه‌خوانی)	۰,۰۴۰	۱,۷۹	ضعف	۰,۰۷
۱۴	فاصله گرفتن هنرمندان از هنرهای سنتی	۰,۰۴۸	۱,۸۱	ضعف	۰,۰۹
	جمع	۱	-	۵ قوت و ۹ ضعف	۲,۵۲۴

ردیف	عوامل اصلی داخلی	ضریب اهمیت	شدت	فرصت / تهدید	امتیاز متوازن
۱	رویدادها (مناسبت‌های مذهبی، مناسبت‌های ملی، هفته نکوداشت اصفهان، روز بزرگداشت هنرمندان، روز هنرهای نمایشی و...)	۰,۰۸۵	۳,۷۳	فرصت	۰,۳۱۹
۲	مکان‌ها (خانه‌های تاریخی، میدان‌ها، معابر، مقبره هنرمندان، کاخ‌ها و...)	۰,۰۸۵	۳,۸۱	فرصت	۰,۳۲۴
۳	شهرهای خواهرخوانده	۰,۰۸۳	۳,۵۶	فرصت	۰,۲۹۷
۴	نگاه محافظه‌کارانه و سنتی مسئولین و مردم	۰,۰۸۵	۱,۹۲	تهدید	۰,۱۶۴
۵	نبود سرمایه‌گذاری کافی	۰,۰۸۳	۱,۴	تهدید	۰,۱۱۴
۶	کمبود حمایت‌های اقتصادی	۰,۰۸۱	۱,۴۸	تهدید	۱,۱۲۰
۷	تخصیص نامتناسب بودجه فرهنگی بین گروه‌های نمایشی	۰,۰۵۳	۱,۵۲	تهدید	۰,۰۸۰
۸	مهاجرت هنرمندان و محدود کردن فعالیت‌های آنان	۰,۰۶۴	۱,۷۱	تهدید	۰,۱۱۰
۹	فضای رقابتی ناسالم	۰,۰۵۳	۱,۲۳	تهدید	۰,۰۶۵
۱۰	تجاری شدن هنر	۰,۰۷۴	۱,۶	تهدید	۰,۱۱۸
۱۱	دولتی شدن تئاتر	۰,۰۷۷	۱,۶۳	تهدید	۰,۱۲۶
۱۲	مدیریت نادرست	۰,۰۸۱	۱,۳۳	تهدید	۰,۱۰۸
۱۳	متناسب نبودن هزینه و درآمد هنرمندان	۰,۰۶۶	۱,۶	تهدید	۰,۱۰۶
	جمع	۱	-	۳ فرصت و ۱۰ تهدید	۲,۰۵۲

جدول ۵، ماتریس ارزیابی عوامل خارجی را نشان می‌دهد. ضریب اهمیت هر یک از عوامل محاسبه گردیده که جمع نهایی آن برابر عدد ۱ و امتیاز متوازن آن برابر عدد ۲,۰۵۲ است که کمتر از جمع میانگین یعنی عدد ۲,۵ است. بدین معنا که از نظر عوامل خارجی استان اصفهان در زمینه رونق گردشگری با بهره‌گیری از هنرهای نمایشی با تهدید مواجه است. بالاترین امتیاز وزنی فرصت‌ها مربوط به مکان‌ها (خانه‌های تاریخی، میدان‌ها، معابر، مقبره هنرمندان، کاخ‌ها و...) با امتیاز ۰,۳۲۴ است و بالاترین امتیاز وزنی تهدیدها به کمبود حمایت‌های اقتصادی با امتیاز وزنی ۱,۱۲۰ تعلق می‌گیرد.

در مرحله بعد به منظور تدوین موقعیت استراتژیک مناسب که هدف پنجم این پژوهش است، ماتریس ارزیابی موقعیت و امتیاز نهایی عوامل داخلی - خارجی ترسیم شد. بر حسب امتیاز وزنی حاصل از ماتریس ارزیابی عوامل داخلی و خارجی، از میان موقعیت‌های چهارگانه (تهاجمی، تدافعی، رقابتی و محافظه‌کارانه) استراتژی مشخص گردید. با توجه به اینکه مجموع امتیاز وزنی عوامل داخلی عدد ۲,۵۲۴ است و مجموع امتیاز وزنی عوامل خارجی عدد ۲,۰۵۲، با اتصال این دو نقطه فضای منطقه مورد مطالعه در ماتریس موقعیت و اقدام استراتژیک مشخص می‌شود که در ناحیه رقابتی قرار دارد. شکل ۱ ماتریس موقعیت و امتیاز نهایی عوامل داخلی و خارجی در نقش هنرهای نمایشی در توسعه گردشگری استان اصفهان را نشان می‌دهد. از میان چهار استراتژی مطرح‌شده، براساس این ماتریس استراتژی رقابتی بهترین راهبردی است که برای رشد گردشگری استان به یاری هنرهای نمایشی می‌توان در پیش گرفت.



شکل ۱. ماتریس موقعیت امتیازات نهایی عوامل داخلی - خارجی (منبع: نگارندگان، ۱۳۹۷).

بدین ترتیب با توجه به نتایج حاصل از پژوهش، وضعیت هنرهای نمایشی در رونق گردشگری استان اصفهان در موقعیت رقابتی (تنوع) قرار دارد و باید با استفاده از نقاط

قوت داخلی برای جلوگیری از تاثیر منفی تهدیدات خارجی، سازوکارهایی درپیش گرفت و یا تهدیدها را از بین برد. یکی از راهکارهای مطرح در این استراتژی تنوع‌گرایی همگون است، به معنای ارائه محصول جدید ولی مرتبط با محصولات قبلی. راهکار دیگر تنوع‌گرایی ناهمگون است، یعنی سیستم باید بر ارائه محصول جدید و غیرمرتبط با محصولات قبلی (گرچه مرتبط با مشتریان فعلی) و ورود سازمان‌ها به بازارهای جدید تمرکز کند. همچنین می‌توان به تنوع‌گرایی افقی اشاره نمود، بدین معنی که با ارائه محصول جدید و غیرمرتبط به مشتریان فعلی، شرکت سعی کند در بازار بماند (اسمیت و شریئر^۲، ۱۹۶۹: ۴۱۳). در نهایت افزون بر این‌ها می‌توان به استراتژی مشارکت اشاره کرد که در تعریف خود به تشکیل یک سازمان جدید با حمایت و همکاری دو یا چند شرکت تاکید دارد (چانگ و هونگ^۳، ۲۰۰۶: ۱۵۹). یافته‌های پژوهش در جدول ۶ منعکس شده است تا بتوان پرسش ششم پژوهش مبنی بر ارائه راهکارهایی در این زمینه را پاسخ داد.

جدول ۶. ایجاد یک ماتریس اس.دبلیو.ا.تی (منبع: نگارندگان، ۱۳۹۷).

نقاط قوت (S)	نقاط ضعف (W)	
S۱. وجود نمایش‌های سنتی (همچون تعزیه، نقالی، عروسک‌گردانی، پرده‌خوانی و...)	W۱. نبود سالن‌های مجهز و تخصصی	
S۲. پیشینه تئاتری	W۲. کمبود فضای تبلیغاتی	
S۳. سالن‌های نمایش (همچون تالار فرشچیان، حوزه هنری، تالار هنر و...)	W۳. نبود مراجع موثق برای آگاهی دادن	
S۴. گروه‌های نمایشی رسمی و غیررسمی	W۴. مشکل زبان در تولید اثر برای گردشگر خارجی	
S۵. هنرمندان تجربی و دانش‌آموخته	W۵. ضعف حوزه آموزشی	
	W۶. زوال ساختارها (ایجاد شیوه‌های جدید در نقالی و تعزیه‌خوانی)	
	W۷. ضعف نویسندگی نمایشنامه‌ها	
	W۸. مکتوب نبودن نسخه‌ها (به‌ویژه در نقالی و تعزیه‌خوانی)	
	W۹. فاصله گرفتن هنرمندان از هنرهای سنتی	
فرصت‌ها (O)	راهبردهای SO	راهبردهای WO

<p>۱. تجهیز و آماده‌سازی سالن‌های موجود در کنار بهره‌گیری از مکان‌های تاریخی برای اجرای نمایش‌هایی که نیاز به تجهیزات تخصصی نور و فضا ندارند.</p>	<p>۱. هم‌پیوند کردن فرصت‌های زمانی همچون مناسبت‌های ملی و مذهبی ثبت‌شده با رویدادهای نمایشی و بهره‌گیری از این فرصت‌ها در معرفی نمایش‌ها.</p>	<p>۰۱. رویدادها (مناسبت‌های مذهبی، مناسبت‌های ملی، هفته نکوداشت</p>
<p>۲. افزایش تبلیغات و اطلاع‌رسانی برای معرفی آثار و آگاهی‌بخشی به مخاطبان درباره اجرای نمایش‌ها در مکان‌های پربازدید تاریخی.</p>	<p>۲. بهره‌گیری از مکان‌های تاریخی شناخته‌شده برای اجرای آثار نمایشی با هدف ارتباط با شمار بیشتری از مخاطبان.</p>	<p>اصفهان، روز بزرگداشت هنرمندان، روز هنرهای نمایشی و ...)</p>
<p>۳. ایجاد فضای آموزشی و دعوت از هنرمندان تجربی و پیشکسوتان و ایجاد زمینه همکاری آنان با مراکز آموزشی.</p>	<p>۳. تنظیم تفاهم‌نامه با شهرهای خواهرخوانده در راستای تبادل فرهنگی و برگزاری آثار نمایشی مشترک.</p>	<p>۰۲. مکان‌ها (خانه‌های تاریخی، میدان‌ها، معابر، مقبره هنرمندان، کاخ‌ها و ...)</p>
<p>۴. آشنا نمودن مترجمان با آثار نمایشی و بهره‌گیری از آنان برای انتقال مفاهیم نهفته در آثار به گردشگران خارجی.</p>		<p>۰۳. شهرهای خواهرخوانده</p>
<p>۵. راه‌اندازی رشته‌های دانشگاهی در زمینه هنرهای نمایشی سنتی و تئاتر در اصفهان.</p>		
<p>۶. بهره‌گیری از نویسندگان سایر استان‌ها و نظارت بیشتر بر آثار تولیدشده برای رشد کیفیت هنری و فرهنگی آثار.</p>		
<p>۷. ایجاد زمینه فعالیت برای هنرمندان سنتی با فراهم آوردن فضای مناسب تولید اثر.</p>		

در این بخش ابتدا با بهره‌گیری از یافته‌ها به پرسش‌های پژوهش پاسخ داده سپس به نتایج حاصل از آن خواهیم پرداخت.

پرسش اول به دنبال شناسایی نقاط قوت رونق گردشگری با تاکید بر هنرهای نمایشی در استان اصفهان است که نتایج به‌دست آمده ۵ نقطه قوت را در این راستا شناسایی کرد: وجود نمایش‌های سنتی (همچون تعزیه، نقالی، عروسک‌گردانی، پرده‌خوانی و...)، پیشینه تئاتری، سالن‌های نمایش (همچون تالار فرشچیان، حوزه هنری، تالار هنر و...)، گروه‌های نمایشی رسمی و غیررسمی و هنرمندان تجربی و دانش‌آموخته. در این میان وجود نمایش‌های سنتی (همچون تعزیه، نقالی، عروسک‌گردانی، پرده‌خوانی و...) بالاترین امتیاز وزنی معادل ۰,۳۶ را به خود اختصاص داده است. این توانایی‌ها ابزاری برای حفظ و احیای فرهنگ، هنر و سبک زندگی مردم و عاملی در جذب گردشگران به مقاصد است و می‌توان از طریق هم‌پیوند ساختن هنرهای نمایشی با گردشگری به عنوان سومین صنعت بزرگ دنیا در راستای هویت‌یابی این هنرها گام‌های موثری برداشت.

پرسش دوم برای شناسایی ضعف‌های رونق گردشگری با تاکید بر هنرهای نمایشی در استان اصفهان مطرح شد. تعداد ۹ ضعف شناسایی شدند که عبارتند از: نبود سالن‌های مجهز و تخصصی، کمبود فضای تبلیغاتی، نبود مراجع موثق برای آگاهی‌دادن، مشکل زبان در تولید اثر برای گردشگر خارجی، ضعف حوزه آموزشی، زوال ساختارها (ایجاد شیوه‌های جدید در نقالی و تعزیه خوانی)، ضعف نویسندگی نمایشنامه‌ها، مکتوب نبودن نسخه‌ها (به‌ویژه در نقالی و تعزیه‌خوانی) و فاصله گرفتن هنرمندان از هنرهای سنتی. آنچه که بعد از امتیازدهی به عوامل حاصل شد نشان داد که مشکل زبان در تولید اثر برای گردشگر خارجی با امتیاز وزنی ۰,۱۴ مهم‌ترین نقطه ضعف است.

پرسش سوم به دنبال شناسایی فرصت‌هایی است که باعث رونق گردشگری استان اصفهان با تاکید بر هنرهای نمایشی خواهند شد. سه فرصت قابل توجه توسط کارشناسان مطرح گردید که عبارتند از: رویدادها (مناسبت‌های مذهبی، مناسبت‌های ملی، هفته نکوداشت اصفهان، روز بزرگداشت هنرمندان، روز هنرهای نمایشی و...)، مکان‌ها (خانه‌های تاریخی، میدان‌ها، معابر، مقبره هنرمندان، کاخ‌ها و...) و شهرهای خواهرخوانده؛ بالاترین امتیاز وزنی از بین این سه فرصت متعلق به مکان‌ها (خانه‌های تاریخی، میدان‌ها، معابر، مقبره هنرمندان، کاخ‌ها و...) با امتیاز ۰,۳۲۴ است. از جمله این فرصت‌های مکانی می‌توان به میدان نقش‌جهان، مهمانسرای عباسی، خانه طباطبایی‌ها، خانه قزوینی‌ها، مسجد جامع خوزان خمینی‌شهر، مسجد جامع گلپایگان، مسجد جامع اردستان، خانه شیخ‌الاسلام، آرامستان تخت فولاد و... اشاره کرد. اجرای آثار نمایشی در این بناها هم می‌تواند فرصت مناسبی برای معرفی هنرهای نمایشی سنتی ایران به مخاطبان و گردشگران باشد و هم به بازدیدکنندگان در کسب تجربه‌ای جدید در کنار بازدید از مکان‌های تاریخی کمک کند.

پرسش چهارم برای شناسایی تهدیدهای رونق گردشگری با تاکید بر هنرهای نمایشی در استان اصفهان مطرح گردیده است. از دیدگاه کارشناسان این تهدیدها عبارتند از: نگاه محافظه‌کارانه و سنتی مسئولین و مردم، نبود سرمایه‌گذاری کافی، کمبود حمایت‌های اقتصادی، تخصیص نامتناسب بودجه فرهنگی بین گروه‌های نمایشی، مهاجرت هنرمندان و

Archive of SID

محدود کردن فعالیت‌های آنان، فضای رقابتی ناسالم، تجاری شدن هنر، دولتی شدن تئاتر، مدیریت نادرست و متناسب نبودن هزینه و درآمد هنرمندان. مهم‌ترین این تهدیدها کمبود حمایت‌های اقتصادی با امتیاز وزنی ۱،۱۲۰ است. تحقیقات و آمارها (از جمله تجربه تئاتر لندن در ۱۹۹۸ و بنیاد ملی هنر در ۲۰۱۸) نشان می‌دهند که هنرهای نمایشی به‌عنوان عاملی در جذب مخاطبان و گردشگران می‌تواند باعث رونق اقتصادی و کسب درآمد باشند.

پرسش‌های پنجم و ششم در راستای معرفی استراتژی‌ها و راهکارهای مناسب برای بهره‌گیری از هنرهای نمایشی برای رونق گردشگری استان اصفهان مطرح گردیده است. با توجه به تجزیه و تحلیل داده‌ها و پس از تشکیل ماتریس اس.دبلیو.ا.تی، تعداد ۳ استراتژی تهاجمی، ۷ استراتژی محافظه‌کارانه، ۴ استراتژی رقابتی و ۴ استراتژی تدافعی پیشنهاد گردید. با توجه به ماتریس ارزیابی موقعیت و اقدام استراتژیک، استراتژی رقابتی (تنوع) از این میان برگزیده شد. راهبردهای این استراتژی عبارتند از: آفرینش آثار سازگار با سنت‌ها و سلیق مردم و توجه به پیشینه و غنای نمایش‌های سنتی ایران، بسترسازی مناسب برای بخش خصوصی با هدف مشارکت در سرمایه‌گذاری و حمایت مالی گروه‌های نمایشی و خارج نمودن هنر از زیر نظر دولت، ایجاد فضای رقابتی سالم و باز در میان گروه‌های نمایشی رسمی و غیررسمی و دادن مجوز نمایش بدون جانبداری، و نیز تلفیق نمایش‌های سنتی و آیینی با نمایش‌های مدرن و زمینه‌سازی برای هم‌افزایی نسل‌های قدیم و جدید هنرمندان.

استراتژی رقابتی (تنوع) چهار روش عمده برای پیاده‌سازی دارد که شامل تنوع همگون، تنوع ناهمگون، تنوع افقی و مشارکت هستند. در ادامه پیشنهادهایی در راستای این چهار روش ارائه می‌شوند:

الف. استراتژی تنوع همگون:

- ایجاد نمایشگاه دائمی برای معرفی آثار.
- همکاری با اقامتگاه‌های بوم‌گردی برای ایجاد فضای مناسب نمایش.
- راه‌اندازی کافه نمایش.

ب. استراتژی تنوع ناهمگون:

- اجرای نمایش‌ها (نقالی، شاهنامه‌خوانی و ...) به زبان اشاره برای ناشنویان.
- اجرای نمایش‌های خیابانی (با محوریت معضلات اجتماعی و زیست محیطی).
- اجرای آیین‌های نمایشی برای کودکان.
- اجرای تورهای نمایشی برای مخاطبین متفاوت (سالمندان، کودکان، گردشگران خارجی و ...).

ج. استراتژی تنوع افقی:

- باززنده‌سازی بناهای تاریخی به یاری اجرای نمایش‌های تاریخی.
- ساماندهی رویدادها و جشنواره‌های ملی و بین‌المللی برای آشنایی با ذخایر فرهنگی، هنری و نمایشی.

- احیای قهوه‌خانه‌ها برای ایجاد حس نوستالژیک اجرای نقالی و شاهنامه‌خوانی.

د. استراتژی مشارکت:

- همکاری میان موسسات آموزش زبان، گروه‌های هنرهای نمایشی و موسسات تربیت راهنمایان گردشگری، برای تربیت متخصصینی در راستای اجرای آثار نمایشی ویژه گردشگران خارجی.

کتاب‌ها:

- اروجی، اردشیر. (۱۳۸۳) *سند چشم‌انداز توسعه میراث فرهنگی و گردشگری کشور ایران (۱۳۸۴ تا ۱۴۰۴)*
- باقرنیا، رضا، و احمدیان، آذین. (۱۳۹۳) *مبانی گردشگری فرهنگی*. تهران، تیسا
- بیضایی، بهرام. (۱۳۹۶) *نمایش در ایران*. تهران، روشنگران و مطالعات زنان
- ممنون، پرویز. (۱۳۹۶) *تاریخ تئاتر اصفهان*. نمایش‌های سنتی، تهران، موسسه توسعه هنرهای معاصر

مقالات:

- رهبرنیا، زهرا، و داوری، روشنگر. (۱۳۹۶) بررسی تعزیه و هنر اجرا (پرفرمنس آرت) با تأکید بر تعامل با مخاطب. *نشریه باغ نظر*، دوره ۱۴، شماره ۴۹، ۲۱-۳۲
- زارعی، اسداله، و نامجو، عباس. (۱۳۹۵) نقش هنر در تقویت نگاه معنوی به گردشگری با تأکید بر هنرهای نمایشی، آیین‌ها و مناسک. *دومین کنفرانس بین‌المللی گردشگری و معنویت*، تهران، دانشگاه علم و فرهنگ
- زمانیان، مصطفی، و بهزادفر، روزبه. (۱۳۸۷) برنامه‌ریزی راهبردی توسعه گردشگری با تکیه بر بخش محصول (نمونه موردی: شهرستان نیشابور). *نشریه علوم مهندسی دانشگاه علم و صنعت ایران*، شماره ۶، ۸۹-۸۰
- طاهری، صدرالدین. (۱۳۹۰) رقص، بازی، نمایش، بررسی کنش‌های نمایشی در آثار پیش از اسلام ایران. *نشریه هنرهای زیبا هنرهای تجسمی*، شماره ۴۳، ۴۱-۵۰
- طیبی، سیدکامیل و بابکی، روح‌الله و جباری، امیر. (۱۳۸۶) بررسی رابطه توسعه گردشگری و رشد اقتصادی ایران. *پژوهشنامه علوم انسانی و اجتماعی*، شماره ۲۶، ۸۳-۱۱۰
- مالکی، مریم، و طالبی، طهماسب. (۱۳۹۴) بررسی تعزیه به‌عنوان یکی از جاذبه‌های گردشگری مذهبی شهرستان خوانسار. *دومین همایش ملی گردشگری، سرمایه‌های ملی و چشم‌انداز آینده*، اصفهان، شرکت توسعه‌سازان گردشگری اصفهان
- مجیدی، رضا. (۱۳۸۹) سیاست گردشگری خارجی در ایران: جست‌وجوی الگوی مطلوب. *فصلنامه سیاست*، دوره ۴۰، شماره ۴، ۲۷۲-۲۵۷
- ممنون، پرویز. (۱۳۷۰) حاج عبدالنبی، قدیمی‌ترین نمایش روح‌حوی مکتوب. *فصلنامه تئاتر*، شماره ۱۶، ۳۹-۶۲
- Chang, H. H., & W. C. Huang (2006), "Application of a quantification SWOT analytical method", *Mathematical and computer modelling*, 43 (1-2), 158-169.
- Cudny, W., & R. Rouba (2011), "Theater and multicultural festivals in Lodz as a free time management factor among the inhabitants and tourists in the post-industrial city", *Acta Geographica Universitatis Comenianae*, 55 (1), 3-22.
- Hashimoto, H. (2003), "Between preservation and tourism: folk

performing arts in contemporary Japan”, *Asian Folklore Studies*, 225-236.

- Hughes, H. L. (1998), “Theater in London and the inter-relationship with tourism”, *Tourism management*, 19 (5), 445-452.

- Hughes, H. L., & D. Allen (2005), “Cultural tourism in Central and Eastern Europe: the views of induced image formation agents”, *Tourism Management*, 26 (2), 173-183.

- Mirfarhadi, A., M. Mokhtari, A.Hadari, & H. Daneshpazir (2014). “The effect of social capital on the trend of entry of tourists, Case study; Yasoj”, *Journal of Tourism Planning and Development*, No. 10: 106-135.

- Obasi, N. T. (2017), “Convergence of Theater and Tourism as Tools for Cultural Expression”, *Journal of Tourism and Heritage studies*, Vol. 6, No. 1.

- Pack, S., M. Eblin, & C. Walther (2012), “Water puppetry in the red river Delta and beyond: tourism and the commodification of an ancient tradition”, *ASIANetwork Exchange: A Journal for Asian Studies in the Liberal Arts*, 19 (2).

- Smith, K. V. & J. C. Schreiner (1969). “A Portfolio Analysis of Conglomerate Diversification”, *Journal of Finance*, 24 (3), 413-427.

- Song, H. & C. Cheung (2010), “Attributes affecting the level of tourist satisfaction with and loyalty towards theatrical performance in China: Evidence from a qualitative study”, *International Journal of Tourism Research*, 12 (6), 665-679.

1. A. Mirfarhadi, M. Mokhtari, A. Hadari, & H. Daneshpazir.
2. H. L. Hughes & D. Allen.
3. N. T. Obasi.
4. S. Pack, M. Eblin & C. Walther.
5. W. Cudny, & R. Rouba.
6. H. Song & C. Cheung.
7. H. Hashimoto.
8. Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats (SWOT) Matrix.
9. Content Validity Ratio.
10. Internal Factor Evaluation (IFE) Matrix.
11. External Factor Evaluation (EFE) Martix.
12. K. V. Smith & J. C. Schreiner.
13. H. H. Chang & W. C. Huang.