



<https://gep.ui.ac.ir/?lang=en>
Geography and Environmental Planning
E-ISSN: 2252- 0910
Document Type: Research Paper
Vol. 34, Issue 2, No.90, Summer 2023, pp. 1- 4
Received: 31/07/2022 Accepted: 21/11/2022

Ancestral Tourism: A Novel Market of Isfahan Tourism

Neda Torabi Farsani¹*, Leila Mirghadr², Hossein Sadeghi Shahdani³

1- Associate Professor in Tourism, Department of Museum and Tourism, Art University of Isfahan, Isfahan, Iran
n.torabi@au.ac.ir

2- Ph.D. Student of Tourism, Faculty of Tourism, Science and Culture University, Tehran, Iran
leilamirghadr@yahoo.com

3- Master's Student in Tourism, Art University of Isfahan, Isfahan, Iran
hossein.iran.guide@gmail.com

Abstract

Searching in family roots and traveling to discover genealogy with a leisure motivation is called tourism, which can not only create opportunities to introduce and preserve family heritage, but also diversify the tourism market. The present study pursued the following 3 objectives: 1) identification of the potentials of Isfahan City for promoting ancestral tourism, 2) introduction of suitable travel packages of ancestral tourism in Isfahan Province, and 3) identification of appropriate strategies for promoting ancestral tourism. This research was of an exploratory type with qualitative method associated with thematic analysis. The statistical population of the study consisted of the experts in the fields of history, tourism, and culture. The findings of this research illustrated that Isfahan City had the potential of promoting ancestral tourism due to the presence of famous families, who had migrated to this city throughout history, families, who were known for their professions, royal families, neighborhoods called other cities in Isfahan, and immigrants and refugees throughout the history, as well as different past divisions of the country. In addition, the incoming and outgoing travelers and city tour packages could be introduced as the revenue-generating opportunities in the ancestral tourism sector in this province. Lastly, the 4 strategies of market penetration, product development, horizontal integration, and collaboration could be introduced as suitable strategies for the prosperity of ancestral tourism in Isfahan City.

Keywords: ancestral tourism, Isfahan, genealogical tourism, roots tourism

*Corresponding Author

Torabi Farsani, N., Mirghadr, L., & Sadeghi Shahdani, H. (2023). Ancestral Tourism: A Novel Market in Isfahan Tourism. *Geography and Environmental Planning*, 34 (2), 1 -4.



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)



10.22108/GEP.2022.134558.1536



20.1001.1.20085362.1402.34.2.2.9

Introduction

Nowadays, searching in family roots, as well as traveling and discovering genealogy with a leisure motivation is one of the aspects of tourism that can not only create opportunities to introduce and preserve family heritage, but also diversify the tourism market. Ancestral tourism has been proposed as one of the rapidly growing segments of the heritage tourism market (Basu, 2004; Santos and Yan, 2010), which was not noticed by academics in 2005 and was just introduced under the umbrella of cultural heritage tourism. The existing research literature demonstrate that the genealogical tourists are not a homogeneous group whose activities have been described by presenting a set of terms. Ancestral tourism is variously classified into genealogical tourism, heritage tourism, diaspora tourism, cultural tourism, and roots tourism (McCain and Ray, 2003, pp. 713-17; Timothy and Teye, 2004; Basu, 2004; Gaudry, 2007).

It is noteworthy that Isfahan Province has been invaded by many foreigners throughout history and many ethnic groups, such as Georgians, Armenians, etc. have immigrated to Isfahan. In addition, Chaharmahal and Bakhtiari Province and Yazd Province have been parts of Isfahan. Historical evidence has demonstrated that Isfahan has a great potential to organize ancestral tours. Therefore, the current research sought to identify suitable travel packages for the development of ancestral tourism in Isfahan Province and identify suitable solutions and strategies for the development of this new niche market of tourism from the experts' points of view.

Methodology

The present study pursued the following 3 objectives: 1) identifying the potentials of Isfahan City for promoting ancestral tourism, 2) introducing suitable travel packages of ancestral tourism in Isfahan Province, and 3) identifying appropriate strategies for promoting ancestral tourism. This research was of an exploratory type with a qualitative method based on thematic analysis. MAXQDA software was used as a tool for data analysis. The statistical population of the study included the experts in the fields of history, tourism, and culture. The data were gathered through snowball sampling or chain-referral sampling as a non-probability sampling technique. After each interview, the data were coded until the codes reached a saturation point in the 16th interview and no new codes were added to the previous codes.

Results and discussion

The research findings indicated that Isfahan had the potential of promoting ancestral tourism due to the presence of famous families, who had migrated to this city throughout history, families, who were known for their professions, royal families, neighborhoods called other cities in Isfahan, and immigrants and refugees throughout the history, as well as different past divisions of the country. In addition, the incoming and outgoing people and city tour packages could be introduced as the revenue-generating opportunities in the ancestral tourism sector in this province. Lastly, the 4 strategies of market penetration, product development, horizontal integration, and collaboration could be introduced as suitable strategies for the prosperity of ancestral tourism in Isfahan.

Conclusion

Ancestral tourism is a journey that is done with the motivation of discovering and searching family genealogies. The results of our data analysis indicated that famous families, such as Kazeruni, Homayi, Sheikh Baha'i, etc., who had migrated to this city throughout history live in Isfahan City. In addition, being the capital of Iran, especially during the Safavid dynasty, and the 34-year rule of Mass'oud Mirza Zell-e Soltan, the first son of Naser al-Din Shah Qajar, had made this city suitable for ancestral tours. There were also families in Isfahan, who were famous for their professions. Moreover, there existed some neighborhoods in Isfahan called other cities. The presence of immigrants and refugees throughout the history and different past divisions of the country were the other potentials that attracted visitors and genealogical tourists to Isfahan.

The second purpose of the present study was to identify travel packages with the subject of

genealogy. The results of data analysis using a qualitative method based on thematic analysis demonstrated that the design of packages for visits to this city and province with the subject of genealogy, including itinerary designs for the incoming and outgoing tourists, especially for Armenians, Georgians, and Iraqis, would not only help diversify the tourism market of the province, but also be a source of income for travel agencies and tour guides. It is worth mentioning most of the researches in the field of ancestral tourism (Pelliccia et al., 2018; Murdy et al., 2018) emphasized on incoming travel packages, while the city of Isfahan and Isfahan province had the potential of outgoing packages and city tours as well.

The third goal of the current research was to identify appropriate strategies for the prosperity of ancestral tourism in Isfahan City. Ultimately, the 4 strategies of market penetration, product development, horizontal integration, and collaboration were introduced as suitable strategies for the prosperity of ancestral tourism in this city. Birtwistle (2005) also emphasized marketing strategy for ancestral tourism boom, which was confirmed by the results of this investigation.

References

- Agoes, A. and Par, M. M. (2016, May). Tourism Management in Cikondang Ancestral Hamlet. In *Asia Tourism Forum 2016-the 12th Biennial Conference of Hospitality and Tourism Industry in Asia* (pp. 78-84, Atlantis Press).
- Alexander, M., Bryce, D., & Murdy, S. (2017). Delivering the past: Providing personalized ancestral tourism experiences. *Journal of Travel Research*, 56(4), 543-555.
- Basu, P. (2004). My own island home: The Orkney homecoming. *Journal of Material Culture*, 9(1), 27-42.
- Basu, P. (2005). "Roots Tourism as Return Movement: Semantics and the Scottish Diaspora." In *Emigrant Homecomings: The Return Movement of Emigrants 1600-2000*, edited by M. Harper, 131-50, Manchester: Manchester University Press.
- Basu, P. (2007). *Highland homecomings: Genealogy and heritage tourism in the Scottish diaspora.*, London: Routledge.
- Birtwistle, M. (2005). *Genealogy tourism: The Scottish market opportunities*. In M. Novelli (Ed.), *Niche tourism: Contemporary issues, trends, and cases* (pp. 59-72). Oxford: Elsevier.
- Coles, T. E. and Timothy, D. J. (Eds.) (2004). *Tourism, diasporas, and space* London: Routledge.
- Fowler, S. (2003). Ancestral tourism. *Insights*, 2003, D31-D36
- Fowler, H. W. and Fowler, F. G. (1974). *The concise Oxford dictionary of current English*. Oxford: Oxford University Press.
- Gaudry, L. (2007). *What Clan Are You? An Exploration of Heritage and Ancestral Tourism with Canadian Scottish Descendants* (Master's thesis, University of Waterloo), Ontario, Canada.
- Garrod, B. and Fyall, A. (2000). Managing heritage tourism. *Annals of tourism research*, 27(3), 682-708.
- Gergelyova, M. (2007). *An investigation of the potential of genealogy tourism as a catalyst for regional development in County Galway*. Unpublished thesis (Master of Arts in Heritage Studies), Galway-Mayo Institute of Technology. Galway, Ireland. <http://hdl.handle.net/10759/314245>
- Harraway, D.J. (1997), *Modest Witness*. London: Routledge
- Higginbotham, G. (2012). Seeking roots and tracing lineages: Constructing a framework of reference for roots and genealogical tourism. *Journal of Heritage Tourism*, 7(3), 189-203.
- Hjorthén, A. (2021). Old World Homecomings: Campaigns of Ancestral Tourism and Cultural Diplomacy (1945–66). *Journal of Contemporary History*, 56(4), 1147-1170.
- Luke, C. (2013). Cultural sovereignty in the Balkans and Turkey: The politics of preservation and rehabilitation. *Journal of Social Archaeology*, 13(3), 350-370.
- McCain, G. and Ray, N. M. (2003). Legacy tourism: The search for personal meaning in heritage travel. *Tourism Management*, 24(6), 713-717.
- Maruyama, N. U., Weber, I., & Stronza, A. L. (2010). Negotiating identity. *Experiences of Tourism Culture & Communication*, 10(1), 1-14.

- Murdy, S., Alexander, M., & Bryce, D. (2018). What pulls ancestral tourists 'home'? An analysis of ancestral tourist motivations. *Tourism Management*, 64, 13-19.
- Nash, C. (2005). Geographies of relatedness. *Transactions of the Institute of British Geographers*, 30(4), 449-462.
- Russell, D. W. (2008). Nostalgic tourism. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 25(2), 103-116.
- Stephenson, M. L. (2002). Travelling to the ancestral homelands: The aspirations and experiences of a UK Caribbean community. *Current Issues in Tourism*, 5(5), 378-425.
- Pelliccia, A. (2018). In the family home: Roots tourism among Greek second generation in Italy. *Current Issues in Tourism*, 21(18), 2108-2123.
- Scottish Parliament (2000). *The Scottish Tourism Industry*. The Information Center Research Notes. Database online: Available at www.scottishparliament.uk/SI/whats_happening/research/pdf-res-notes/rn00-77.pdf
- Santos, C. A. and Yan, G. (2010). Genealogical tourism: A phenomenological examination. *Journal of Travel Research*, 49(1), 56-67.
- Sim, D. and Leith, M. (2013). Diaspora tourists and the Scottish Homecoming 2009. *Journal of Heritage Tourism*, 8(4), 259-274.
- Wilson, F. R., Pan, W., & Schumsky, D. A. (2012). Recalculation of the critical values for Lawshe's content validity ratio. *Measurement and Evaluation in Counseling and Development*, 45(3), 197-210.





گردشگری شجره‌نامه: بازار نوین گردشگری اصفهان

ندا ترابی فارسانی^{*}، دانشیار گروه موزه و گردشگری، دانشگاه هنر اصفهان، اصفهان، ایران

n.torabi@au.ac.ir

لیلا میرقدر، دانشجوی دکتری گردشگری دانشگاه علم و فرهنگ، تهران، ایران

leilamirghadr@yahoo.com

حسین صادقی شاهدانی، دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت جهانگردی گرایش برنامه ریزی توسعه، دانشگاه هنر اصفهان، اصفهان، ایران

hossein.iran.guide@gmail.com

چکیده

امروزه کشف و جستجو در شجره‌نامه خانوادگی و سفر به منظور نسب‌شناسی یکی از انگیزه‌های گردشگری و اوقات فراغت است که نه تنها فرصت‌هایی را برای معرفی و حفظ میراث‌های خانوادگی ایجاد می‌کند، متنوع کردن بازار گردشگری را به دنبال خواهد داشت. پژوهش حاضر سه هدف زیر را دنبال می‌کند: ۱. شناسایی پتانسیل‌های اصفهان برای ایجاد و رونق گردشگری شجره‌نامه؛ ۲. معرفی بسته‌های سفر مناسب رونق گردشگری شجره‌نامه در استان اصفهان؛ ۳. شناسایی راهکارها و استراتژی‌های مناسب برای رونق گردشگری شجره‌نامه در استان. پژوهش حاضر، از نوع اکتشافی و روش کیفی (تحلیل مضمون) در آن استفاده شده است. جامعه آماری پژوهش را متخصصان حوزه تاریخ، گردشگری و فرهنگ تشکیل داده است. یافته‌های پژوهش نشان‌دهنده آن است که اصفهان به دلیل وجود خاندان‌های مشهوری که در طول تاریخ به اصفهان مهاجرت کرده‌اند و خاندان‌های اصفهانی که به دلیل خدمات یا پیشه خود شهرت داشتند، وجود بازماندگان خاندان‌های سلطنتی در اصفهان، وجود محله‌هایی به اسم شهرهای دیگر در اصفهان، حضور مهاجران و پناهندگان در طول تاریخ و گذشته متفاوت تقسیمات کشوری پتانسیل لازم را برای رونق گردشگری شجره‌نامه دارد. به علاوه، بسته‌های سفر ورودی، خروجی و بازدیدهای شهری به عنوان فرصت‌های درآمدزایی در بخش گردشگری شجره‌نامه در استان معرفی شد. در نهایت چهار استراتژی رسوخ در بازار، توسعه محصول، یکپارچگی افقی و مشارکت به عنوان استراتژی‌های مناسب برای رونق گردشگری شجره‌نامه در اصفهان معرفی شد.

واژه‌های کلیدی: گردشگری اجدادی، اصفهان، گردشگری تبارشناسی، گردشگری ریشه‌ها

*نویسنده مسئول

ترابی فارسانی، ندا، میرقدر، لیلا و صادقی شاهدانی، حسین. (۱۴۰۱). گردشگری شجره‌نامه: بازار نوین گردشگری اصفهان. *جغرافیا و برنامه‌ریزی محیطی*،

۳۴ (۲)، ۵۴-۳۷.



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)



10.22108/GEP.2022.134558.1536



20.1001.1_20085362.1402.34.2.2.9

مقدمه

گردشگری شجره‌نامه به‌عنوان یکی از بخش‌های به‌سرعت در حال رشد بازار گردشگری میراث مطرح شده است (Basu, 2004; Santos & Yan, 2010) که در سال 2005 مورد توجه دانشگاهیان قرار نگرفت و به دلیل نوپابودنش، زیر چتر گردشگری میراث فرهنگی معرفی شد. ادبیات تحقیق موجود نشان‌دهنده آن است که گردشگران شجره‌نامه گروهی همگن نیستند و مجموعه‌ای از اصطلاحات برای توصیف فعالیت‌های آنها ارائه شده است. گردشگری شجره‌نامه، به‌طور متفاوتی در گردشگری تبارشناسی^۱، میراث^۲، میراث شخصی^۳، دیاسپورا^۴، فرهنگی و ریشه^۵ طبقه‌بندی شده است (McCain & Ray, 2003, 713-17; Timothy & Teye, 2004; Basu, 2004; Gaudry, 2007). بر این اساس می‌توان گفت که جایگاه گردشگری شجره‌نامه زیر چتر گردشگری فرهنگی و میراث (نسل دوم گردشگری) است. بعضی از پژوهشگران نیز این شاخه از گردشگری را نوعی گردشگری نوستالژیک می‌دانند (Russell, 2008: 103-116). شایان ذکر است که براساس پژوهش‌های انجام‌گرفته گردشگری شجره‌نامه، یکی از بازارهای با علائق ویژه (گوشه) است که بر نیازهای مخاطبان خاص توجه دارد (Birtwistle, 2005: 59-72).

مک‌کین و ری (2003:717)، «افرادی را که برای شرکت در فعالیت‌های تبارشناسی، جستجوی اطلاعات دربارهٔ اجداد یا ارتباط با اجداد و ریشه‌های اجدادی سفر می‌کنند» گردشگران شجره‌نامه تعریف می‌کنند. به‌طور مشابه باسو (2005:124) گردشگری شجره‌نامه را بخشی از گردشگری میراث فرهنگی می‌داند و متشکل از گردشگرانی است که برای جستجوی اطلاعات دربارهٔ اجداد و ریشه‌های اجدادی خود یا احساس ارتباط با آنها سفر و در اقدامات تبارشناسی مشارکت می‌کنند. به‌گفتهٔ باسو، گردشگری شجره‌نامه، نوعی گردشگری است که با انگیزهٔ جستجوی اصل و نسب و میل به بازگشت به وطن انجام، به سفر به سرزمین آبا و اجدادی منجر و به‌عنوان زیارت^۶ و تجربه و همچنین «سفر برای کشف^۷» و «تجربهٔ زندگی در حال تغییر^۸» مطرح می‌شود (2004:151). الکساندر و همکاران (2017:543-555)، معتقدند که گردشگری شجره بر گردشگرانی متمرکز است که به مکان‌هایی سفر می‌کنند که از نظر آنها «وطن» است؛ جایی که در طول بازدید سعی می‌کنند، اطلاعات بیشتری دربارهٔ میراث خود کشف کنند و گادی (2007: 69) گردشگری شجره‌نامه را به‌عنوان انتخاب سفر به کشور میزبان براساس خاستگاه اجدادی و علائق شجره‌نامه‌ای تعریف می‌کند.

تعاریف دیگر شامل سفر به کشورهای مبدأ برای اهدافی مانند اوقات فراغت، ملاقات با خانواده و دوستان، کشف فرهنگ و جامعهٔ اجدادی، بدون قصد اقامت دائم است (Maruyama et al., 2010:1). در ادبیات تحقیق، اصطلاحات

1. genealogical tourism
2. legacy tourism
3. genealogical tourism
4. diaspora tourism
5. roots tourism
6. pilgrimages
7. a journey of discovery
8. life-changing experience

دیگری وجود دارد که بسیار شبیه به گردشگری اصل و نسب^۱ هستند؛ مانند گردشگری پراکندگی^۲ (Coles & Timothy, 2004, 14-15; Sim & Leith, 2013, 259-274)؛ اجدادی (Fowler, 2003: 31-36)؛ شجره‌نامه^۳ (McCain & Ray, 2003, 713-117)؛ میراث^۴ (Birtwistle, 2005, 59-72; Higginbotham, 2012, 189-203)؛ اگرچه این اصطلاحات ممکن است باعث سردرگمی شود، چندین جنبه^۵ مشترک دارد: حس دل‌تنگی برای سرزمین مادری، میل بازگشت به خانه و نیاز به حفظ روابط با سابقه خانوادگی (Sim & Leith, 2013, 269). سایر اشکال مربوط به جستجوی ریشه‌ها و اصل و نسب، گردشگری شجره‌نامه یا تاریخی خانوادگی^۶ نامیده می‌شوند (Coles and Timothy, 2004, 14-15)؛ با این حال، برخلاف گردشگر اصل و نسب، گردشگران شجره‌نامه جزئی‌تر و هدفمندتر دیده می‌شوند و تجربه گردشگری شجره‌نامه را براساس انگیزه‌های درونی مدنظر قرار می‌دهند (Santos and Yan, 2010, 56-67). گردشگری شجره‌نامه پدیده‌ای است که تجربیات عمیق شخصی را ارائه می‌کند و روی برخوردها و تعاملات شدید و اغلب طولانی بین بازدیدکنندگان و جاذبه متمرکز است. این برخوردها برحسب ضرورت در سطح خرد (محلی) اتفاق می‌افتد و در نتیجه چالش‌هایی را برای ارائه‌دهندگان ایجاد می‌کند. گردشگری شجره‌نامه ممکن است با توجه به مقیاس، مکان و زمینه متفاوت باشد. گردهمایی خانوادگی در منطقه‌ای خاص ممکن است تجربه گردشگری شجره‌نامه محلی در نظر گرفته شود. سفر از مانتوبا به کیپ برتون، نوا اسکوشیا، برای کشف ریشه‌های سلطنتی ممکن است تجربه گردشگری شجره‌نامه در نظر گرفته شود. هنگامی که یک کانادایی تصمیم می‌گیرد، برای بازیابی نسب خانوادگی خود به اسکاتلند سفر کند، ممکن است تجربه گردشگری شجره‌نامه را در سطح بین‌المللی رقم بزند (Coles and Timothy, 2004, 14-15). کولز و تیموتی (2004:14) در کتاب خود درباره گردشگری و پراکندگی‌های جهانی، از اصطلاح گردشگری دیاسپورا (گردشگری پراکندگی) استفاده می‌کنند که در آن اعضای جوامع دیاسپورایی «در جستجوی ریشه‌ها و نسب خود با هدف تأیید مجدد و تقویت هویت خود سفرهایی انجام می‌دهند.» این چشم‌انداز گسترده، به‌عنوان گردشگری اصل و نسب شناخته می‌شود، که ارتباط نزدیکی با پژوهش‌های باسو (2004 & 2005) دارد و به‌طور خاص به سفرهای انجام‌شده از سوی افراد با تبار کوهستانی اسکاتلند (یا تبار پارتیلند)^۶ مربوط می‌شود که اغلب در ایالات متحده، کانادا، استرالیا، نیوزلند و سایر مناطقی که اسکاتلندی‌ها به‌طور تاریخی در آن ساکن شده‌اند یا در مکان‌های مرتبط با اجدادشان در «کشور قدیمی» زندگی می‌کنند (Basu, 2005: 132-131).

در سال 2000، دولت واگذارشده اسکاتلند، کنار گردشگری فرهنگی و گلف^۷، گردشگری شجره‌نامه را یکی از سه نوع گردشگری برتر برای این کشور معرفی کرد (Scottish Parliament, 2000). دو عنصر اساسی که گردشگری

1. roots tourism
2. diaspora tourism
3. genealogy tourism
4. legacy tourism
5. family history tourism
6. Scottish Highland descent (or parthighland descent)
7. golf tourism

شجره‌نامه را منحصر به گردشگری میراث فرهنگی می‌کند، عبارت است از: ۱. مفهوم دیاسپورا؛ ۲. نقش تبارشناسی. گردشگران شجره‌نامه ممکن است گردشگران فرهنگی در نظر گرفته شوند؛ ولی با این حال در بخش خود منحصربه‌فرد هستند. گردشگری شجره‌نامه به نوآوری و خلاقیت/ محصولات نوآورانه نیاز دارد که داستان مهاجرت ملت را در قرن‌های گذشته بازگو می‌کند و به یقین برای تقویت توسعه منطقه‌ای از طریق ایجاد فرصت‌های شغلی جدید مؤثر است (Basu, 2007: 6)؛ همچنین باسو حمایت دولت را از گردشگری شجره‌نامه، احیا و ارتقای جاذبه‌های مربوط به تبارشناسی و شجره‌نامه ایرلند، توسعه محصولات جدید در قالب نمایشگاه‌های موقت و تورهای اکتشافی و اتخاذ بهترین شیوه برای بازاریابی آنها، بررسی محصولات گردشگری تبارشناسی موجود و بازاریابی آنها، توجه به انجمن‌ها به‌عنوان بخشی از صنعت گردشگری شجره‌نامه برای توسعه گردشگری شجره‌نامه مؤثر می‌داند. در ادامه، به استراتژی‌های بازاریابی (استراتژی توسعه محصول) برای رونق گردشگری شجره‌نامه توجه می‌کند که شامل شناسایی انواع نسب‌شناسی گردشگران، بهبود محصول گردشگری شجره‌نامه موجود و عرضه بهتر آن به بازار، بهبود محصولات موجود و بازاریابی، بازدید از مکان‌های اجدادی و ساختن شجره‌نامه، داستان‌هایی درباره اجداد، ایجاد کمپین‌های بازاریابی با هدف جذب گردشگران از کشورهای دیگر به‌منظور گردشگری شجره‌نامه، اتخاذ آمیخته بازاریابی (قیمت، مکان، ترویج (شامل تبلیغات- برندسازی- ایمیل مستقیم- بازاریابی دهان به دهان)، روابط عمومی و...) اشاره دارد.

استان اصفهان در طول تاریخ مورد هجوم بیگانگان بسیاری بوده است و اقوام بسیاری به اصفهان مهاجرت داده شده‌اند (مانند گرجی‌ها و ارمنه و ...). همچنین در گذشته تقسیمات کشوری به گونه دیگری بوده است، برای مثال، استان یزد در سال ۱۳۵۲ از استان اصفهان جدا شد و منطقه چهارمحال همواره از بلوکات اصفهان به شمار می‌رفته است. استان چهارمحال و بختیاری تا پیش از سال ۱۳۳۲ خورشیدی در قالب شهرستان شهرکرد و بختیاری از شهرستان‌های استان اصفهان بوده و در مصوبه سال ۱۳۵۲ هیئت وزیران، فرمانداری کل چهارمحال و بختیاری به استانداری چهارمحال و بختیاری ارتقا یافت. گفته می‌شود، شواهد تاریخی نشان‌دهنده آن است که استان اصفهان ظرفیت برگزاری تورهای گردشگری شجره‌نامه (ورودی و خروجی) را دارد؛ بنابراین پژوهش حاضر به دنبال شناسایی بسته‌های سفر مناسب رونق گردشگری شجره‌نامه در استان اصفهان و شناسایی راهکارها و استراتژی‌های مناسب به‌منظور رونق این شاخه گردشگری در استان اصفهان از دیدگاه خبرگان و کارشناسان است.

شایان ذکر است که سند چشم‌انداز وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی مورخ ۱۳۹۹/۶/۱۶ نیز تأکید ویژه‌ای بر تنوع‌بخشی به فعالیت‌های گردشگری در مقاصد دارد که تمرکز بر پژوهش حاضر گامی برای حل چالش‌های مربوط به صنعت گردشگری در ایران است.

پیشینه پژوهش

با اینکه نویسندگان به نسبت کمی وجود دارند که به صورت علمی و جامع درباره ماهیت شجره‌نامه در گذشته و حال و نقش شجره‌نامه در گردشگری میراث نظریه‌پردازی کرده باشند، با این حال، نویسندگانی هستند که به این اندیشیده‌اند که چگونه پیوند شجره‌نامه و گردشگری یا هر دو به رشد و توسعه یکدیگر کمک می‌کنند (Harraway,

گردشگری شجره‌نامه: بازار نوین گردشگری اصفهان (1997: 21-49; Nash, 2005: 449-462). ادبیات گردشگری شجره‌نامه به نسبت جدید است و نمونه‌هایی از گردشگری شجره‌نامه در سراسر جهان غرب و شرق یافت می‌شود (Coles and Timothy, 2004: 14-15). در سال‌های اخیر، گردشگری شجره‌نامه به ویژه میان مردم ایرلند، اسکاتلند، یهودی و آفریقایی-آمریکایی تبار ساکن در آمریکای شمالی و استرالیا به طور فزاینده‌ای مورد توجه قرار گرفته است.

جوردن (2021)، چگونگی رشد گردشگری شجره‌نامه را در اروپا به منظور گسترش صنعت گردشگری پس از سال 1945 به عنوان شکلی از دیپلماسی فرهنگی بررسی می‌کند و همچنین به نقش حمایتی دولت برای سرمایه‌گذاری و در نتیجه برانگیختن اشتیاق افراد به سرزمین‌های اجدادی متمرکز می‌شود. او استدلال می‌کند، بررسی دو نکته حائز اهمیت است: اشتیاق فردی نسبت به اصل و نسب به عنوان نیروی محرکه گردشگری شجره‌نامه و چگونگی تقویت اشتیاق توسط بازیگران این صحنه. نتایج نشان‌دهنده آن است که گردشگری شجره‌نامه نه تنها به تجارب فردی، به اقتصاد ملی و روابط بین‌الملل نیز کمک می‌کند؛ همچنین به نقش و حمایت مؤثر سازمان‌های ملی گردشگری، سازمان‌های بخش دولتی، گروه‌های فرهنگی و انجمن‌های بشردوستانه نیاز دارد. موردی و همکاران (2018: 13-19)، به تجزیه و تحلیل انگیزه‌های گردشگران شجره‌نامه و دستیابی به درک وسیع‌تر بازار گردشگری شجره‌نامه توجه می‌کند. آنها معتقدند که در ادبیات تحقیق گردشگری توجه محدودی به تبار و شجره‌نامه شده است؛ اما نشان داده شده است که نقش مهمی در گردشگری میراث، به ویژه برای کشورهای دارای پراکندگی گسترده اقوام و گروه‌ها مانند ایرلند، ایتالیا، هند، چین و اسکاتلند ایفا می‌کند. در این پژوهش، سه عامل کلیدی شناسایی شد: انگیزه گردشگر شجره‌نامه، گردشگر میراث و گردشگری انبوه. به علاوه، بر چهار بخش شجره‌نامه تمرکز شد: تمرکز کامل بر میراث، مشتاق به شجره‌نامه، منافع عمومی و میراث.

پلیسیا (2018: 2108-2123)، تلاش می‌کند تا سهمی در حوزه ادبیات تحقیق گردشگری شجره‌نامه^۱ و پیوند گردشگری و مهاجرت داشته باشد. هدف از این پژوهش، تحلیل رابطه بین دلبستگی مهاجران یونانی نسل دوم در ایتالیا به سرزمین مادری‌شان است. در این پژوهش، فراوانی و دلایل سفر، درک آنها در طول اقامت در یونان و تعریفشان از «خانه» بررسی شده است. نتایج نشان‌دهنده آن است که سفرهای مکرر مهاجران یونانی در ایتالیا به یونان به کسب معنای عمیق‌تر منجر شده است؛ زیرا این سفرها به هدف دیدار اقوام و دوستان، میل به کشف ریشه‌های فرهنگی و تغییر هویت فرهنگی بوده است.

الکساندر و همکاران (2017: 543-555)، به ارائه تجارب شخصی گردشگری شجره‌نامه و روابط بین گردشگران و مکان‌های بازدید شده در اسکاتلند توجه کردند. یافته‌ها بر سه موضوع متمرکز شده‌اند: ماهیت ارتباط بین گردشگر و مکان، نحوه ارائه تجربیات گردشگری شجره‌نامه و چالش‌هایی که ارائه‌دهندگان با آن مواجه هستند. نتایج نشان‌دهنده آن است که تعاملات شدید و اغلب طولانی، بین بازدیدکنندگان و ارائه‌دهندگان وجود دارد و تجارب گردشگری شجره‌نامه نیز اغلب بر ارائه گردشگری در جوامع محلی متمرکز است که چالش‌هایی را برای ارائه‌دهندگان و

گردشگران ایجاد می‌کند. آگوس و پار (2016: 78-84)، به مبحث مدیریت گردشگری در دهکده‌های اجدادی در سیکوندانگ اندونزی^۱ توجه کردند. هدف این پژوهش، شناسایی پتانسیل‌های گردشگری میراث در دهکده‌های اجدادی سیکوندانگ و یافتن مدلی از مدیریت گردشگری است که فرهنگ ساندانی سیکوندانگ را حفظ و در عین حال به ارتقای سطح زندگی مردم و کسب حداقل درآمد اضافی چشمگیر برای برخی فصول کمک می‌کند؛ بنابراین تلاشی که برای رسیدن به این اهداف انجام می‌شود، تقویت ارزش‌های سنتی و مدیریت آن برای تبدیل شدن به فعالیت‌های گردشگری جذاب قابل ارائه به بازدیدکنندگان است. در ترکیه، دولت فعلی در بازسازی و مرمت مکان‌های میراث اسلامی در سرتاسر سرزمین‌های عثمانی سابق در بالکان و همچنین مکان‌های مسیحی و یهودی در خود ترکیه مشارکت دارد. این تمرین در دیپلماسی فرهنگی برای بازکردن فرصت‌هایی برای «بازگشت» توریستی فرزندان پناهندگان از جنگ‌های بالکان در اوایل قرن بیستم طراحی شده است (Luke, 2013: 350-370).

مطالعه مارویاما و همکاران (2010: 1-14) درباره بازگشت آمریکایی‌های چینی به چین و تأثیرات بعدی بر هویت درک‌شده آنهاست؛ بنابراین پژوهش ایشان بر بسته‌های سفر ورودی متمرکز شده است.

گادی (2007:130)، در پژوهش خود، به کاوش در زمینه گردشگری میراث و شجره‌نامه برای نوادگان اسکاتلندی و کانادایی توجه کرده است. این پژوهش، نشان‌دهنده ماهیت و اهمیت گردشگری شجره‌نامه برای نوادگان اسکاتلندی کانادایی در انتاریو، کانادا است. وی ابتکار گردشگری شجره‌نامه را از بعد تقاضا و عرضه بررسی کرد. یافته‌های طرف تقاضا نشان‌دهنده آن بود که نوادگان اسکاتلندی کانادایی بیشتر با میراث اجتماعی خود در سطح محلی هم‌ذات‌پنداری مشارکت می‌کنند. بیشتر نوادگان اسکاتلندی کانادایی به‌عنوان گردشگران تکمیلی شجره‌نامه معرفی شدند و نشان دادند که سفر به اسکاتلند، برای تجربه گردشگری شجره‌نامه، یکی از انگیزه‌های مهم برای سفر به وطن خواهد بود. یافته‌های طرف عرضه، گردشگری شجره‌نامه را سرشار از پتانسیل توصیف و به چالش‌های پیش روی دست‌اندرکاران تسهیل و بازاریابی تجربه گردشگری شجره‌نامه نیز اشاره می‌کند. او اظهار می‌دارد که رشد گردشگری شجره‌نامه به افزایش بازدیدکننده و گردشگر، رشد گردشگری و ایجاد فرصت‌های شغلی جدید برای جوامع محلی منجر می‌شود. در نهایت، نتایج پژوهش توصیه‌های کلیدی را برای علاقه‌مندان به گردشگری شجره‌نامه ارائه می‌کند که شامل افزایش هماهنگی بین ذی‌نفعان در سطح منطقه‌ای، افزایش بودجه و ظرفیت‌های عملکردی برای داوطلبان، بررسی مجدد استراتژی‌های بازاریابی فعلی برای سطح داخلی، گسترش فعالیت بازاریابی و حفظ گردشگری شجره‌نامه است.

یکی از فعالیت‌ها به‌منظور رونق گردشگری شجره‌نامه در ایرلند ساخت درختان خانوادگی و ارائه داستان‌ها یا خاطرات نویسندگان ایرلندی است؛ مثل داستان‌های بینچی، مک کورت و اوکانر که هویت‌های تبارشناسی را بازتاب می‌دهند؛ همچنین به تهیه بسته‌های سفر برای میلیون‌ها نفر در آمریکای شمالی، بریتانیا، استرالیا و جاهای دیگر اشاره می‌کند که تبار ایرلندی دارند (گردشگری ورودی) (Gergelyova, 2007:100).

استفنسون (2002: 378-425) موضوع سفر به سرزمین‌های اجدادی: آرزوها و تجربیات جامعه کارائیب بریتانیا را بررسی و بیان می‌کند، این شکل از سفر برحسب «اجتماع قومی» تعریف می‌شود که شامل سفر با هدف دیدار دوستان و اقوام یا جستجوی ریشه‌های فرهنگی فرد است. نتایج نشان‌دهنده آن است که اگرچه تجربیات در سرزمین آبا و اجدادی هویت افراد را یادآور می‌شوند، شکل‌گیری هویت در نتیجه آموزش والدین و تأیید گروه همسالان تکامل می‌یابد و بازدید از وطن اجدادی، هویت‌های جایگزین ایجاد می‌کند.

روش تحقیق

این پژوهش، به دنبال شناسایی بسته‌های سفر مناسب رونق گردشگری شجره‌نامه در استان اصفهان و راهکارهای مناسب برای رونق این شاخه گردشگری در استان اصفهان از دیدگاه خبرگان و کارشناسان است. پژوهش حاضر، از لحاظ روش، کیفی، از نوع تحقیق، اکتشافی و از نظر هدف، کاربردی است. شایان ذکر است که از تکنیک تحلیل مضمون به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده شده است. جامعه آماری، کارشناسان، خبرگان حوزه فرهنگ، تاریخ و گردشگری هستند که به روش گلوله برفی از آنها مصاحبه شد. فرم مصاحبه، نیمه ساختار یافته شامل سه سؤال باز بوده است: ۱. به نظر شما پتانسیل‌های اصفهان برای ایجاد و رونق گردشگری شجره‌نامه چیست؟ ۲. به نظر شما پکیج‌های مناسب رونق گردشگری شجره‌نامه در استان اصفهان کدام است؟ ۳. راهکارها و استراتژی‌های مناسب برای رونق گردشگری شجره‌نامه در استان اصفهان کدام است؟

برای تعیین روایی محتوای مصاحبه، فرم مصاحبه در اختیار ۸ خبره در حوزه تاریخ، فرهنگ و گردشگری قرار گرفت و با توضیح اهداف پژوهش از آنها خواسته شد تا سؤال موجود را در فرم مصاحبه براساس طیف لیکرت سه بخشی طبقه‌بندی کنند. این سه طیف عبارت است از: گویه ضروری است، گویه مفید است؛ ولی ضروری نیست و گویه ضرورتی ندارد. سپس از فرمول شاخص نسبت روایی محتوایی (فرمول ۱)، روایی فرم مصاحبه سنجیده شد. براساس فرمول، $(CVR=1)$ نشان‌دهنده آن بود که فرم مصاحبه روایی مناسبی دارد؛ زیرا هر ۸ نفر، گویه «ضروری است» را انتخاب کردند و براساس تعداد متخصصانی که سؤال‌ها را ارزیابی کردند، حداقل مقدار CVR مقبول برای ۸ متخصص ۰/۷۵ است (Wilson et al., 2012: 197-210).

تعداد کل متخصصان

تعداد متخصصانی که گزینه ضروری را انتخاب کرده‌اند

۲

CVR =

تعداد کل متخصصان

۲

سپس مصاحبه با خبرگان به روش گلوله برفی انجام شد. به‌گونه‌ای که پس از هر مصاحبه، داده‌ها کدگذاری شد تا زمانی که کدها در مصاحبه ۱۶ به اشباع رسید و دیگر کد جدیدی به کدهای قبلی اضافه نشد. افراد مورد مصاحبه عبارت بودند از ۳ نفر دکترای تاریخ و مدرس، ۱ نفر دکترای گردشگری و عضو هیئت‌علمی، ۱ نفر دانشجوی دکترای گردشگری و مدرس، ۱ نفر روزنامه‌نگار و فعال حوزه میراث و گردشگری، ۴ نفر راهنمای تورهای فرهنگی شهر اصفهان، ۱ نفر راهنمای تخصصی تورهای تخت فولاد، ۱ نفر معاونت هنری شهرداری وقت اصفهان، ۴ نفر کارشناس ارشد گردشگری و فعال در حوزه گردشگری فرهنگی.

در مرحله اول، پژوهشگران پس از انجام هر مصاحبه یا مطالعه هر متن داده‌های حاصل را مطالعه و کدهای مفهومی را از آن استخراج کردند (جدول ۱).

جدول (۱) نمونه کدگذاری اولیه سؤال اول مصاحبه شماره ۵ (منبع: نویسندگان، ۱۴۰۱)

Table (1) The sample of initial coding of the first question of interview No. 5 (Source, authors: 2022)

کدهای مفهومی	متن مصاحبه شماره ۵
- خاندان صیرفیان - خاندان بهشتی - خاندان هراتی - خاندان‌هایی که به پیشه شهرت دارند - نوادگان سلسله قاجار - وجود مهاجران ارامنی	شهر و استان اصفهان پتانسیل زیادی برای رونق گردشگری شجره‌نامه و سامان‌دهی تورهای شهری با موضوع شجره‌نامه دارد. در اصفهان خاندان‌های مشهوری مانند صیرفیان، هراتی، بهشتی، کلباسی و ... زندگی می‌کنند و حتی بعضی از خانواده‌ها به پیشه مشهور هستند؛ مانند عصارزادگان، علاف‌باشی، گیوه‌چی و ... همچنین بازماندگان ظل السلطان نیز هنوز در اصفهان زندگی می‌کنند و همسر و دختر امیرکبیر در امامزاده احمد اصفهان دفن شده‌اند. به‌علاوه، ارامنه سال‌هاست که از دوران صفویه تا به امروز در استان اصفهان اقامت دارند

شایان ذکر است که پژوهشگران از کتاب‌ها، مقالات و منابع اینترنتی نیز به‌منظور جمع‌آوری داده استفاده کردند. درنهایت، داده‌های حاصل از فرم مصاحبه، متون و منابع اینترنتی به روش کیفی تحلیل مضمون با بهره‌گیری از تکنیک کدگذاری باز و محوری تجزیه و تحلیل شد و پس از استخراج مضامین فرعی به کمک نرم‌افزار MAXQDA آنها در دسته‌های مضامین اصلی با توجه به ارتباط معنایی قرار گرفتند. در گام بعدی، به‌منظور قابلیت اعتبار کدگذاری از روش درصد توافق ساده^۱ برای تعیین پایایی از سوی ۲ کدگذار استفاده شده است (جدول ۲). در هرکدام از مصاحبه‌ها، کدهایی که در نظر ۲ نفر مشابه بودند، با عنوان «توافق» و کدهایی که غیرمشابه بودند، با عنوان «نبود توافق» مشخص شد. شایان ذکر است که کدگذاران به‌طور میانگین ۹۵ درصد بر کدگذاری انجام‌شده توافق داشتند؛ بنابراین کدگذاری از اعتبار زیادی داشت.

1. Simple percent agreement

جدول (۲) پایایی کدهای به دست آمده به روش درصد توافق ساده (منبع: نویسندگان، ۱۴۰۱)

Table (2) Reliability of codes obtained by simple percent agreement method (Source, authors: 2022)

موضوع	تعداد کدها	تعداد کدهای مورد توافق	درصد توافق ساده
پتانسیل اصفهان برای رونق گردشگری و بازدیدهای شهری شجره‌نامه در اصفهان	۲۶	۲۴	۳/۹۲
بسته‌های سفر و اوقات فراغت مناسب برای رونق گردشگری شجره‌نامه در استان اصفهان	۱۵	۱۵	۱۰۰
راهکارهای مناسب برای رونق گردشگری شجره‌نامه در شهر و استان اصفهان	۱۴	۱۳	۹۲/۸

تحلیل داده‌ها:

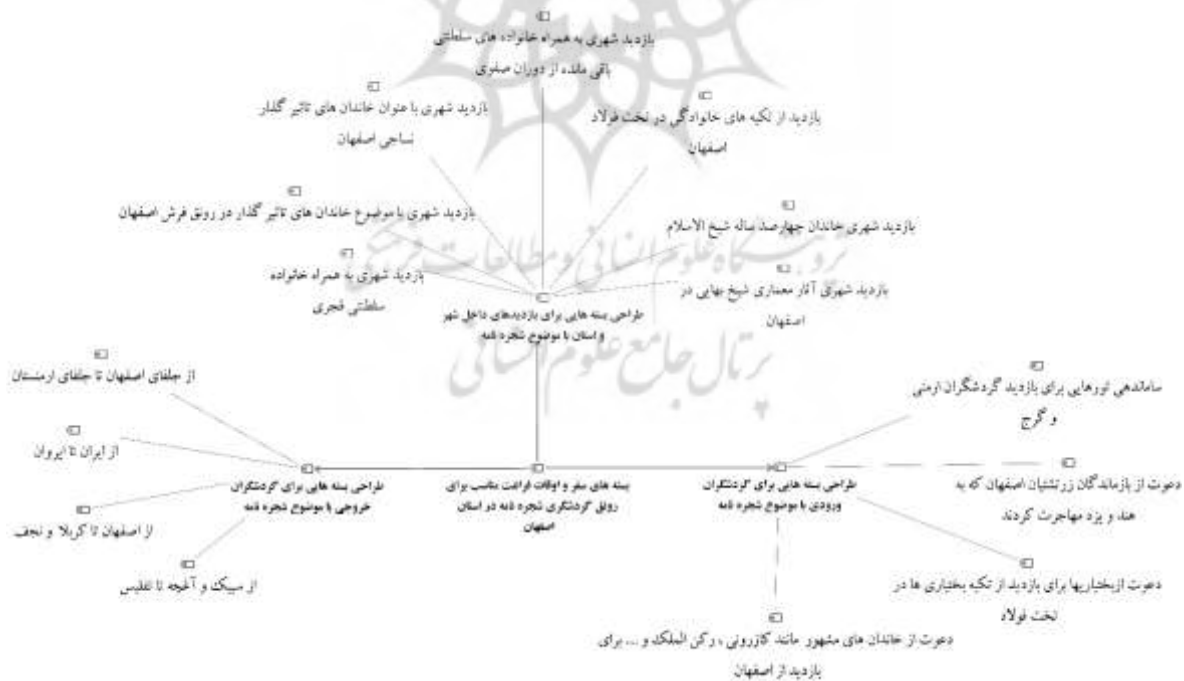
نتایج تجزیه و تحلیل داده‌ها به کمک نرم‌افزار نشان‌دهنده آن است که شهر و استان اصفهان پتانسیل بسیار زیادی برای رونق گردشگری شجره‌نامه، فعالیت‌های اوقات فراغت و شجره‌نامه و بازدیدهای شهری در خصوص درخت خانوادگی دارد (جدول ۳ و شکل ۱). به موجب خاندان‌های مشهوری که در طول تاریخ به اصفهان مهاجرت کرده‌اند (مانند خاندان کازرونی، رکن‌الملک، مشیرالملک، شیخ بهایی، شفتی و ...)، خاندان‌های اصفهانی که به دلیل خدمات یا پیشه خود شهرت داشتند، وجود بازماندگان خاندان‌های سلطنتی در اصفهان (خاندان مسعود بازماندگان سلسله قاجار و نواب صفوی، صفوی، خلیفه سلطان و ... بازماندگان سلسله صفوی)، وجود محله‌هایی به اسم شهرهای دیگر در اصفهان، حضور مهاجران و پناهندگان در طول تاریخ و گذشته متفاوت تقسیمات کشوری، گفته می‌شود، اصفهان پتانسیل زیادی برای جذب بازدیدکنندگان و گردشگران تبارشناس دارد؛ گردشگرانی که به دنبال اطلاعات اولیه در زمینه مشاغل، سبک و راه زندگی اجداد خود هستند. به علاوه، کدگذاری باز و بسته داده‌ها به کمک تکنیک تحلیل مضمون برای هدف دوم پژوهش، که شناسایی بسته‌های سفر و اوقات فراغت مناسب برای رونق گردشگری شجره‌نامه در استان اصفهان بود، سه مضمون اصلی (طراحی بسته‌هایی برای بازدیدهای داخل شهر و استان با موضوع شجره‌نامه، طراحی بسته‌هایی برای گردشگران ورودی با موضوع شجره‌نامه و طراحی بسته‌هایی برای گردشگران خروجی با موضوع شجره‌نامه) شناسایی کرد (جدول ۴ و شکل ۲). شایان ذکر است که شناسایی این بسته‌های سفر و اوقات فراغت نه تنها به معرفی محورهای جدید گردشگری فرهنگی در شهر و استان اصفهان منجر خواهد شد و تنوع گردشگری فرهنگی را به دنبال خواهد داشت، زمینه برای کارآفرینی گردشگری و اشتغال‌زایی در شهر و استان خواهد بود.

جدول (۳) پتانسیل اصفهان برای رونق گردشگری و بازدیدهای شهری شجره‌نامه (منبع: نویسندگان، ۱۴۰۱)
Table (3) The potential of Isfahan for promoting ancestral Tourism and urban visits (Source, authors: 2022)

مضامین اصلی	مضامین فرعی	برگرفته از
خاندان‌های مشهور اصفهان	خاندان شیخ بهایی (شیخ بهایی فقیه، حکیم و ریاضی‌دان دوران صفویه که در بعلبک لبنان متولد شد و در زمان شاه طهماسب اول به همراه خانواده به ایران مهاجرت کرد. آثار باقی‌مانده از فعالیت ایشان در اصفهان عبارت است از: حمام شیخ بهایی، بنای چل ستون، بقعه بابا رکن‌الدین، مسجد شیخ لطف‌الله، خانه منسوب به شیخ بهایی، منارجنبان، مادی‌های اصفهان، گنبد مسجد امام اصفهان، کاریز بزرگ نجف‌آباد (قنات زرین کمر)، طراحی مسجد چهارباغ	- فرم مصاحبه - حسینی (۱۳۸۹: ۷۵-۵۹) - خدافلوی و زارع (۱۳۹۶: ۱-۸)
	خاندان کازرونی (محمد حسین کازرونی از تجار دوره قاجار که در مذاکرات تأسیس بانک ملی اثرگذار بود و مؤسس شرکت مسعودیه (توتون و تنباکو) و شرکت اسلامییه بوده است)	- فرم مصاحبه
	خاندان شیخ‌الاسلام (علامه محقق سبزواری، امام‌جمعه اصفهان و زاده روستای نامن در سبزواری، از فقهای شیعه در قرن ۱۱ هجری)	- فرم مصاحبه - مهدوی (۱۳۷۱: ۲۳۷)
	خاندان رکن‌الملک (سلیمان خان رکن‌الملک شیرازی اصفهانی نایب الحکومه شهر اصفهان در دوزان ظل السلطان از سلسله خلف بیگی فارس، بانی مسجد رکن‌الملک و مؤسس انجمن صفاخانه در محله جلفا بوده که مرکز گفتگوی ادیان است)	- فرم مصاحبه - سایت مجتمع فرهنگی دینی رکن الملک (۱۴۰۱)
	خاندان شفتی (محمدباقر شفتی متولد روستای چرزه در زنجان که ساخت مسجد سید منسوب به اوست)	- فرم مصاحبه - مهدوی (۱۳۶۸: ۹۸-۴۴۵)
	خاندان نجفی اصفهانی (نورالله نجفی اصفهانی معروف به ثقه الاسلام و نویسنده رساله مقیم و مسافر و از مشروطه‌خواهان اصفهان که در حال حاضر خانه مشروطیت اصفهان منسوب به ایشان است)	- فرم مصاحبه - صادقی (۱۴۰۰)
	خاندان هراتی (یکی از طایفه‌های بزرگ سیستانی که به اصفهان آمدند و مدرس ماندگار هراتی توسط محمد شیخ زاده هراتی یزدی تأسیس شد)	- فرم مصاحبه
	خاندان صیرفیان (از خاندان‌های شرفشناس که به صرافی اشتغال داشتند، از جمله عبدالکریم صیرفیان پور که بنیان‌گذار حمل‌ونقل در ایران بوده و مؤسس کارخانه ریسندگی و بافندگی پروین و همچنین محمد صیرفیان که دارای برند مشهور فرش صیرفیان بود و خالق فرش نفیس کاخ نیاوران و فرش نصب‌شده در سازمان ملل است که شهر بنی آدم اعضای یک پیکرند روی آن است).	- فرم مصاحبه
	خاندان بهشتی (محمد حسینی بهشتی سیاست‌مدار و فقیه ایرانی)	- فرم مصاحبه
	خاندان بهشتیان (خانه تاریخی بهشتیان متعلق به ایشان است و در گذشته دارای شغل عصاره‌گیری بودند)	- فرم مصاحبه

مضامین اصلی	مضامین فرعی	برگرفته از
	خانندان مشیر (مشیرالملک انصاری از خانه‌های اشرافی دوره صفویه از مستوفیان دربار صفویه که از شیراز به اصفهان مهاجرت کردند)	- فرم مصاحبه
	خانندان شهناز، همایی، کلباسی، امام جمعه، امامی، رجالی، ساکت اصفهانی، سلامت و خانندان‌هایی که به پیشه خود شهرت داشتند: نظیر مکاریان‌ها که در اصل چهاروادار بودند	- فرم مصاحبه - جناب (۲۰۰-۱: ۱۳۸۵)
خانواده‌های سلطنتی در شهر اصفهان	نوادگان سلسله قاجار (مانند خانواده مسعود و ...) نوادگان سلسله صفویان (خانواده‌های شاه زاده صفوی، نواب صفوی، نواب صفا، صفوی‌نژاد، صفوی زاده، خلیفه سلطانی، مرعشی صفوی، صفوی سهی)	- فرم مصاحبه
مهاجران و پناهندگان	گرج‌ها ارمنی‌ها عرب‌های عراق افغان‌ها زرتشتیان اصفهان که در زمان شاه سلطان حسین به هند و یزد مهاجرت کردند مهاجرت خوزستانی‌ها در دوران جنگ تحمیلی به اصفهان و اسکان در شاهین شهر، ملک‌شهر، ویلاشهر، فولادشهر خانه‌های تاریخی مانند خانه مشیرالملک انصاری و ...	- فرم مصاحبه - درهوهانیان (۱۳۷۹: ۲۰۰)
محله‌هایی که در اصفهان است، به نام‌های شهرهای دیگر استان‌ها	محله تبریزی‌ها (خیابان حکیم نظامی و عباس‌آباد) محله‌های لنبان و فروغی که محل سکونت لره‌های بختیاری بوده است (شیرانی، شیروانی، بختیاری لبنانی و ...) کوچه خرم محل اسکان لرای خرم‌آباد	- فرم مصاحبه
گذشته متفاوت تقسیمات کشوری	زندگی بختیاری‌های چهارمحال و بختیاری در اصفهان (تکیه بختیاری‌ها در تخت فولاد و مدفون بودن مشاهیر مشروطه بختیاری‌ها در آن از جمله: بی بی مریم، بی بی لیلا، سردار اسعد، حسین قلی خان ایلخانی، صمصام السلطنه و ...) خانواده‌های یزدی ساکن اصفهان (مانند خانواده یزدی، هراتی یزدی و ...) زندگی قشقایی‌ها در شهر اصفهان	- فرم مصاحبه

مضامین اصلی	مضامین فرعی
طراحی بسته‌هایی برای گردشگران ورودی با موضوع شجره‌نامه	بازدید شهری با موضوع خاندان‌های اثرگذار در رونق فرش اصفهان
	دعوت از بازماندگان زرتشتیان اصفهان که در زمان شاه سلطان حسین به هند و یزد مهاجرت کردند
	دعوت از بختیاری‌ها برای بازدید از تکیه بختیاری‌ها در تخت فولاد و بازدید از خانه مشروطه اصفهان و ...
	دعوت از خاندان‌های مشهور مانند کازرونی، رکن الملک و ... برای بازدید از اصفهان و آشنایی با تاریخ زندگی و بازدید از آثار به‌جای‌مانده خانوادگی آنان
طراحی بسته‌هایی برای گردشگران خروجی با موضوع شجره‌نامه	سامان‌دهی تورهایی برای بازدید گردشگران ارمنی و گرج از محله جلفا، قبرستان ارمنه، روستاهای گرج و ارمنی‌نشین در بویین میان دشت و فریدون‌شهر مانند روستای سبیک (گرجستان کوچک اصفهان) روستای زرنه (تنها روستایی که همه ساکنان آن ارمنی هستند)، ازناوله و ...
	از جلفای اصفهان تا جلفای ارمنستان
	از ایران تا ایروان
	از اصفهان تا کربلا و نجف از سبیک و آغچه (روستاهای گرجی‌نشین استان اصفهان) تا تفلیس



شکل (۲) بسته‌های سفر و اوقات فراغت مناسب برای رونق گردشگری شجره‌نامه در استان اصفهان خروجی نرم‌افزار

MAXQDA (منبع: نویسنده‌گان، ۱۴۰۱)

Figure (2) Suitable travel and leisure packages for promoting ancestral Tourism and urban visits in Isfahan province obtained from MAXQDA software (Source, authors: 2022)

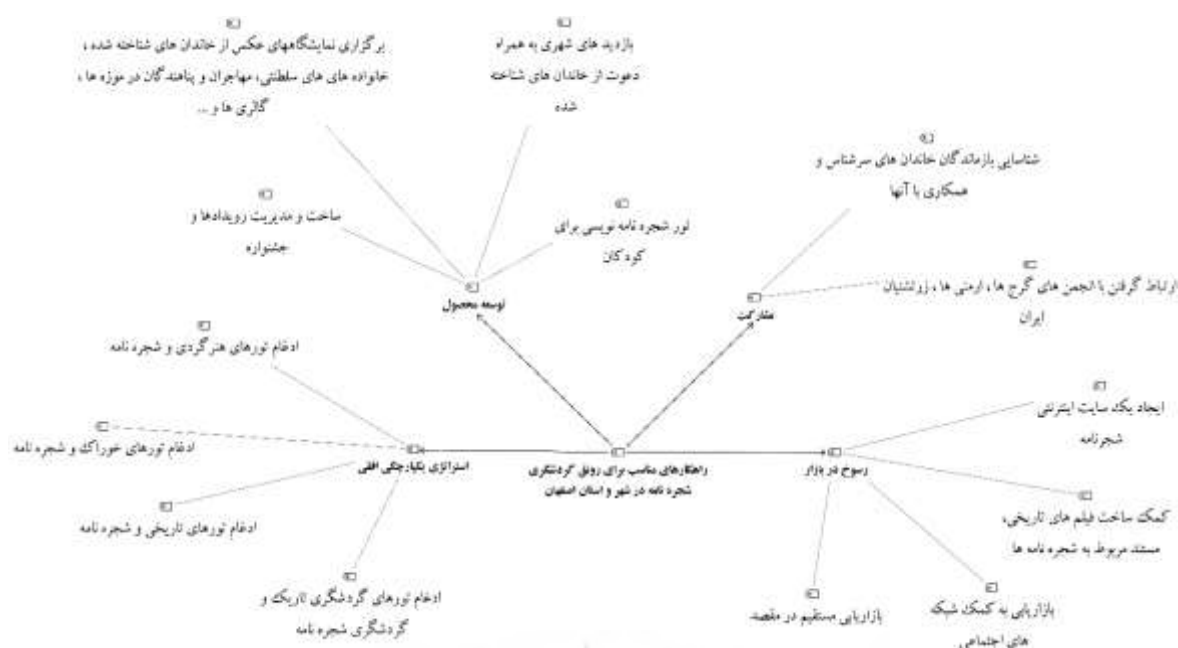
در نهایت، در راستای هدف سوم پژوهش که به منظور معرفی راهکارها و استراتژی مناسب برای رونق گردشگری شجره‌نامه در اصفهان طراحی شد، چهار مضمون اصلی استراتژی یکپارچگی افقی، نفوذ در بازار، توسعه محصول و مشارکت شناسایی و معرفی شد (جدول ۵ و شکل ۳).

استراتژی رسوخ در بازار، یکی از مؤثرترین عوامل در رشد کسب‌وکارها به شمار می‌رود. رسوخ در بازار شامل افزایش عده ارائه‌دهندگان، افزایش هزینه تبلیغات، ترویج گسترده برای افزایش فروش و تقویت روابط عمومی و تبلیغات است. در پژوهش حاضر کارشناسان مورد مصاحبه چهار مضمون فرعی (ایجاد یک سایت اینترنتی شجره‌نامه در ایران به زبان‌های ایرانی، ارمنی، گرجی و عربی، انتشار شجره‌نامه‌ها به صورت الکترونیکی، تبلیغ گردشگری شجره‌نامه، ایجاد نیاز و ترغیب افراد به شناختن ریشه‌های خود به کمک ساخت فیلم‌های تاریخی، مستند و ...، بازاریابی گردشگری شجره‌نامه به کمک شبکه‌های اجتماعی و بازاریابی مستقیم در مقصد مدنظر) را معرفی کردند؛ همچنین دو مضمون فرعی شامل ارتباط گرفتن با انجمن‌هایی که مرتبط با گرج‌ها، ارمنی‌ها، زرتشتیان ایران و کشورهای دیگر است و شناسایی بازماندگان خاندان‌های سرشناس و همکاری با آنها در برگزاری تورها (مانند داستان فرش اصفهان از زبان خاندان صیرفیان) به عنوان استراتژی مشارکت برای رونق گردشگری و بازدیدهای شجره‌نامه شناسایی شد. توسعه محصول استراتژی عمومی بود که از سوی کارشناسان مطرح شد و در این راستا چهار مضمون فرعی شامل ساخت و مدیریت رویدادها و جشنواره‌ها، برگزاری تورهای شجره‌نامه به عنوان بازدیدهای شهری به همراه دعوت از خاندان‌های شناخته‌شده، برگزاری تور شجره‌نامه‌نویسی برای کودکان و آشنایی آنها با شجره‌نامه (درخت خانوادگی)، برگزاری نمایشگاه‌های عکس تاریخی از خاندان‌های شناخته‌شده، خانواده‌های سلطنتی، مهاجران و پناهندگان در موزه‌ها، گالری‌ها و ... معرفی شد. استراتژی یکپارچگی افقی (ادغام)، استراتژی دیگری بود که به منظور رونق گردشگری شجره‌نامه معرفی و در این راستا، ۴ مضمون فرعی شناسایی و معرفی شد که عبارت بودند از: برگزاری تورهای ادغامی مانند گردشگری تاریک و گردشگری شجره‌نامه در اصفهان (گردشگری شجره‌نامه در آینه تخت فولاد)، برگزاری تورهای ادغامی تاریخی و شجره‌نامه در اصفهان (درخت خانوادگی مشروطه‌خواهان بختیاری‌ها، بازدید از خانه‌های تاریخی خاندان‌های مشهور و ...)، برگزاری تورهای ادغامی خوراک و شجره‌نامه در اصفهان (تاریخ گز اصفهان و خاندان کرمانی ...) و برگزاری تورهای ادغامی هنرگردی و شجره‌نامه در اصفهان (تاریخ فرش اصفهان از زبان خاندان صیرفیان).

جدول (۵) راهکارهای مناسب برای رونق گردشگری شجره‌نامه در شهر و استان اصفهان (منبع: نویسندگان، ۱۴۰۱)

Table (5) Appropriate solutions for promoting ancestral Tourism in the city and province of Isfahan (Source, authors: 2022)

مضمون اصلی	مضمون فرعی
نفوذ در بازار	ایجاد سایت اینترنتی شجره‌نامه در ایران به زبان‌های ایرانی، ارمنی، گرجی و عربی و انتشار شجره‌نامه‌ها به صورت الکترونیکی و تبلیغ گردشگری شجره‌نامه
	ایجاد نیاز و ترغیب افراد به شناختن ریشه‌های خود به کمک ساخت فیلم‌های تاریخی، مستند و ...
	بازاریابی گردشگری شجره‌نامه به کمک شبکه‌های اجتماعی
	بازاریابی مستقیم در مقصد مدنظر
مشارکت	ارتباط گرفتن با سفارت‌ها و انجمن‌هایی که مرتبط با گرج‌ها، ارمنی‌ها، زرتشتیان ایران و کشورهای دیگر است
	شناسایی بازماندگان خاندان‌های سرشناس و همکاری با آنها در برگزاری تورها (مانند تور داستان فرش اصفهان از زبان خاندان صیرفیان)
توسعه محصول	ساخت و مدیریت رویدادها و جشنواره‌هایی در راستای سفر به سرزمین آبا و اجدادی؛ خانه مادری‌ام کجاست؟ از کجا آمده‌ام؟
	برگزاری تورهای شجره‌نامه به‌عنوان بازدیدهای شهری به‌همراه دعوت از خاندان‌های شناخته‌شده
	برگزاری تور شجره‌نامه‌نویسی برای کودکان و آشنایی آنها با شجره‌نامه (درخت خانوادگی)
	برگزاری نمایشگاه‌های عکس تاریخی از خاندان‌های شناخته‌شده، خانواده‌های سلطنتی، مهاجران و پناهندگان در موزه‌ها، گالری‌ها و ...
استراتژی یکپارچگی افقی	برگزاری تورهای ادغامی مانند گردشگری تاریک و گردشگری شجره‌نامه در اصفهان (گردشگری شجره‌نامه در آینه تخت فولاد)
	برگزاری تورهای ادغامی تاریخی و شجره‌نامه در اصفهان (درخت خانوادگی مشروطه‌خواهان بختیاری‌ها؛ بازدید از خانه‌های تاریخی خاندان‌های مشهور و ...)
	برگزاری تورهای ادغامی خوراک و شجره‌نامه در اصفهان (تاریخ گز اصفهان و خاندان کرمانی ...)
	برگزاری تورهای ادغامی هنرگردی و شجره‌نامه در اصفهان (تاریخ فرش اصفهان از زبان خاندان صیرفیان)



شکل (۳) راهکارهای مناسب برای رونق گردشگری شجره‌نامه در شهر و استان اصفهان خروجی نرم‌افزار MAXQDA (منبع: نویسندگان، ۱۴۰۱)

Figure (3) Appropriate solutions for promoting ancestral Tourism in the city and province of Isfahan obtained from MAXQDA software (Source, authors: 2022)

نتیجه‌گیری

گردشگری شجره‌نامه، سفری است که با انگیزه کشف و جستجو در شجره‌نامه‌های خانوادگی انجام می‌شود. نتایج تجزیه و تحلیل داده‌ها نشان‌دهنده آن است که خاندان‌های مشهوری در شهر اصفهان مانند کازرونی، همایی، شیخ بهایی و ... زندگی می‌کنند که در طول تاریخ به این شهر مهاجرت کرده‌اند. به علاوه، پایتخت بودن اصفهان به‌ویژه در دوران صفویه و حکومت ۳۴ ساله مسعود میرزا ظل السلطان (اولین پسر ناصرالدین شاه و داماد امیرکبیر) این شهر را مناسب برگزاری تورهای شجره‌نامه کرده است؛ همچنین در اصفهان خاندان‌هایی وجود دارند که به دلیل خدمات و یا پیشه خود شهرت داشتند و امروزه خانه‌هایی تاریخی و جاذبه‌هایی در شهر هست که به همین نام‌ها هستند؛ مانند خانه علافچیان و ... فولر و فولر (۱۹۷۴) نیز معتقدند که گردشگران این بازار با علایق ویژه به غیر از نسب‌شناسی تمایل دارند، اطلاعاتی در زمینه مشاغل و سبک زندگی کسب کنند یا داستان‌هایی از آنها بشنوند. وجود محله‌هایی به اسم شهرهای دیگر در اصفهان، حضور مهاجران و پناهندگان در طول تاریخ و گذشته متفاوت تقسیمات کشوری از جمله دیگر پتانسیل‌های اصفهان برای جذب بازدیدکنندگان و گردشگران تبارشناس است.

هدف دوم پژوهش حاضر، شناسایی بسته‌های سفر با موضوع شجره‌نامه و نتایج تجزیه و تحلیل داده‌ها به کمک روش کیفی راهبرد تحلیل مضمون نشان‌دهنده طراحی بسته‌هایی برای بازدیدهای داخل شهر و استان با موضوع شجره‌نامه، بسته‌هایی برای گردشگران ورودی و خروجی با موضوع شجره‌نامه به‌ویژه برای آرامنه و گرج‌ها نه تنها به متنوع کردن بازار گردشگری استان کمک خواهد کرد، زمینه‌ای برای درآمدزایی آژانس‌های مسافرتی و راهنمایان

تورهای فرهنگی خواهد بود. شایان ذکر است که بیشتر پژوهش‌های انجام‌گرفته در حوزه گردشگری شجره‌نامه (Pelliccia et al., 2018; Murdy et al., 2018) بر بسته‌های سفر ورودی تأکید دارد. این در حالی است که شهر و استان اصفهان پتانسیل بسته‌های سفر خروجی و بازدیدهای داخل شهری و استان را با موضوع شجره‌نامه دارد. هدف سوم پژوهش حاضر، شناسایی راهکارها و استراتژی‌های مناسب برای رونق گردشگری شجره‌نامه در اصفهان بود. نتایج تحلیل داده‌ها نشان‌دهنده آن بود که نفوذ در بازار، مشارکت، توسعه محصول و استراتژی یکپارچگی افقی، چهار استراتژی مناسب برای رونق گردشگری شجره‌نامه است. بریتویستل (۲۰۰۵) نیز بر استراتژی بازاریابی برای رونق گردشگری شجره‌نامه تأکید دارد و نتایج پژوهش حاضر مطالعات ایشان را تأیید می‌کند. به‌علاوه، شناسایی پتانسیل ایران به‌منظور رونق گردشگری شجره‌نامه، بررسی گرایش مخاطبان (مانند گرج‌ها، ارمنی‌ها و ...) برای شرکت در تورهای شجره‌نامه، تعیین موقعیت استراتژیک و تدوین استراتژی‌های مناسب برای رونق گردشگری شجره‌نامه در ایران از جمله پیشنهادهای پژوهشگران برای تحقیقات و پژوهش‌های آتی است.

منابع

- جناب، علی (۱۳۸۵). *رجال و مشاهیر اصفهان (الاصفهان)*. سازمان فرهنگی تفریحی شهرداری اصفهان، اصفهان، ایران. ۲۰۰-۱.
- حسینی، ظاهر (۱۳۸۹). *بررسی آثار معماری شیخ بهایی*، سخن تاریخ ۱۳۸۹، شماره نهم - تابستان. ۷۵-۵۹.
- خداقلی، مهدیه، زارع، لیلیا (۱۳۹۶). *بررسی و تبیین آثار معماری منسوب به شیخ بهایی*. سومین کنفرانس سالانه بین‌المللی عمران، معماری و شهرسازی. شیراز - مؤسسه عالی علوم و فناوری خوارزمی. ۸-۱.
- دروهانیان، هاروتون (۱۳۷۹) *تاریخ جلفای اصفهان*، ترجمه لئون گ. میناسیان و محمدعلی موسوی فریدنی، شر زنده رود با مشارکت انتشارات نقش خورشید اصفهان. اصفهان. ایران.
- سایت مجتمع فرهنگی دینی رکن‌الملک (۱۴۰۱). *زندگی‌نامه رکن‌الملک*، دسترسی <https://roknolmolck.ir> تاریخ دسترسی: ۳۰ خرداد ۱۴۰۱.
- صادقی، رامین (۱۴۰۰) *زندگی سیاسی آیت‌الله نورالله نجفی اصفهانی*. مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های سیاسی. دسترسی: <https://psri.ir/?id=82ulv1o0> تاریخ دسترسی: ۳۰ خرداد ۱۴۰۱.
- مهدوی، مصلح‌الدین (۱۳۷۱) *خاندان شیخ‌الاسلام اصفهان در طول چهارصدسال: از علامه محقق سبزواری تا دکتر علی شیخ‌الاسلام*، انتشارات گلبهار. اصفهان. ایران. ۲۳۷.
- مهدوی، مصلح‌الدین (۱۳۶۸) *بیان‌المفاخر: در احوالات عالم جلیل صاحب مناقب و اثر حاج سید محمدباقر حجه الاسلام شفتی بیدآبادی جلد ۲*. انتشارات کتابخانه مسجد سید اصفهان. اصفهان. ایران. ۴۴۵-۹۸.
- Agoes, A. & Par, MM (2016). **Tourism Management in Cikondang Ancestral Hamlet**. In Asia Tourism Forum 2016-the 12th Biennial Conference of Hospitality and Tourism Industry in Asia (pp. 78-84). Atlantis Press.
- Alexander, M., Bryce, D., & Murdy, S. (2017). **Delivering the past: providing personalized ancestral tourism experiences**. *Journal of Travel Research*, 56(4), 543-555.

- Basu, P. (2004). **My own island home: The Orkney homecoming**. *Journal of Material Culture*, 9(1), 27-42.
- Basu, P. (2005). **“Roots Tourism as Return Movement: Semantics and the Scottish Diaspora.”** In *Emigrant Homecomings: The Return Movement of Emigrants 1600-2000*, edited by M. Harper, 50–131. Manchester: Manchester University Press.
- Basu, P. (2007). **Highland homecomings: Genealogy and heritage tourism in the Scottish diaspora**. Routledge. London: UK.
- Birtwistle, M. (2005). **Genealogy tourism: The Scottish market opportunities**. In M. Novelli (Ed.), *Niche tourism: Contemporary issues, trends and cases* (pp. 59–72). Oxford: Elsevier.
- Coles, T. E., & Timothy, D. J. (Eds.). (2004). *Tourism, diasporas and space*. Routledge: London:UK, 302.
- Fowler, S. (2003). **Ancestral tourism**. *Insights*, 2003, D31-D36
- Fowler, H. W., & Fowler, F. G. (1974). **The concise Oxford dictionary of current English**. Oxford: Oxford university press.
- Gaudry, L. (2007). **What Clan Are You? An Exploration of Heritage and Ancestral Tourism with Canadian Scottish Descendants (Master's thesis, University of Waterloo)**. Ontario, Canada.
- Garrod, B., & Fyall, A. (2000). **Managing heritage tourism**. *Annals of tourism research*, 27(3), 682-708.
- Gergelyova, M. (2007). **An investigation of the potential of genealogy tourism as a catalyst for regional development in County Galway**. Unpublished thesis (Master of Arts in Heritage Studies), Galway-Mayo Institute of Technology. Galway, Ireland. <http://hdl.handle.net/10759/314245>
- Harraway, D.J. (1997). *Modest Witness*. Routledge, London:UK , 339.
- Higginbotham, G. (2012). **Seeking roots and tracing lineages: constructing a framework of reference for roots and genealogical tourism**. *Journal of Heritage Tourism*, 7(3), 189-203.
- Hjorthén, A. (2021). **Old World Homecomings: Campaigns of Ancestral Tourism and Cultural Diplomacy, 1945–66**. *Journal of contemporary history*, 56(4), 1147-1170.
- Luke, C. (2013). **Cultural sovereignty in the Balkans and Turkey: The politics of preservation and rehabilitation**. *Journal of Social Archaeology*, 13(3), 350-370.
- McCain, G., & Ray, N. M. (2003). **Legacy tourism: The search for personal meaning in heritage travel**. *Tourism Management*, 24(6), 713-717.
- Maruyama, N. U., Weber, I., & Stronza, A. L. (2010). *Negotiating identity: Experiences of Tourism Culture & Communication*, 10(1), 1-14.
- Murdy, S., Alexander, M., & Bryce, D. (2018). **What pulls ancestral tourists ‘home’? An analysis of ancestral tourist motivations**. *Tourism Management*, 64, 13-19.
- Nash, C. (2005). **Geographies of relatedness**. *Transactions of the Institute of British Geographers*, 30(4), 449-462.
- Russell, D. W. (2008). **Nostalgic tourism**. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 25(2), 103-116.
- Stephenson, M. L. (2002). **Travelling to the ancestral homelands: The aspirations and experiences of a UK Caribbean community**. *Current Issues in Tourism*, 5(5), 378-425.
- Pelliccia, A. (2018). **In the family home: Roots tourism among Greek second generation in Italy**. *Current Issues in Tourism*, 21(18), 2108-2123.
- Scottish Parliament. 2000. **The Scottish Tourism Industry**. The Information Center Research Notes. Database online. Available from www.scottishparliament.uk/SI/whats_happening/research/pdf-res-notes/rn00-77.pdf.
- Santos, C. A., & Yan, G. (2010). **Genealogical tourism: A phenomenological examination**. *Journal of Travel Research*, 49(1), 56-67.
- Sim, D., & Leith, M. (2013). **Diaspora tourists and the Scottish Homecoming 2009**. *Journal of Heritage Tourism*, 8(4), 259-274.
- Wilson, F. R., Pan, W., & Schumsky, D. A. (2012). **Recalculation of the critical values for Lawshe's content validity ratio**. *Measurement and evaluation in counseling and development*, 45(3), 197-210.