

Research Paper

Perception of Family Tourism Concept Based on Binary Opposition

Seyyed Mohammad Mirtaghian Rudsari¹ , Mehdi Karoubi^{*2} , Esmail Ghaderi³ , Mostafa Mohammadi⁴ 

¹ Ph.D. Candidate in Tourism, Department of Tourism Management, Faculty of Management & Accounting, Allameh Tabatabaie'i University, Tehran, Iran. (sm_mirtaghian@atu.ac.ir)

² Professor of Tourism Management, Department of Tourism Management, Faculty of Management & Accounting, Allameh Tabatabaie'i University, Tehran, Iran. (drkaroubi@atu.ac.ir)

³ Associate Professor of Tourism Management, Department of Tourism Management, Faculty of Management & Accounting, Allameh Tabatabaie'i University, Tehran, Iran. (eghaderi2002@atu.ac.ir)

⁴ Associate Professor of Tourism Management, Department of Handicraft, Faculty of Art & Architecture, Mazandaran University, Babolsar, Iran. (m.mohammadi@umz.ac.ir)



© The Author(s)

publisher: University of Mazandaran



10.22080/jtpd.2024.27228.3895

Received:

February 24, 2024

Accepted:

April 14, 2024

Available online:

April 23, 2024

Keywords:

Parents-Children, Family Dynamics, Family Tourism, Binary Opposition, Conceptual Cognition

Abstract

Context and Purpose: Family tourism has a contradictory concept and nature. The main goal of the current study is to explain the concept of family tourism by understanding its contradictions and binary oppositions, thereby establishing the basic foundation for further research in this field. **Design/methodology/approach:** The present study is descriptive-exploratory in terms of purpose and qualitative in nature, based on a content review of research projects. The statistical population was the scientific research conducted in the field of "conceptual knowledge of family tourism". Therefore, the collection of data and information was archival. The content review of the background and existing documents was based on extracting the binary oppositions of family tourism components. **Findings:** An overview of the binary oppositions proposed for family tourism (type-approach; group dynamics-individuality; Own time-family time; public experiences and space-private experiences and space; wife-husband; parents-children; parents-adult children; Stress and tension-memorable memories; routine life-novelty; Unusual environment-intimacy of home; entertainment-education) shows that each aspect is not a threat for removing the other aspect; in general, these two are related to each other, and perhaps it is impossible to separate them from each other. **Conclusion:** In examining the structuralism and post-structuralism positions on the binary oppositions of family tourism, the post-structuralism position prevails. From the post-structuralism point of view, the conflict of binary oppositions in family tourism is affected by the different social conditions of the host and guest society, and it is possible to interpret the functioning of oppositions differently in each context and discourse. Therefore, the combination of binary oppositions of family tourism allows for more interaction. **Originality/value:** The growing trend of theoretical and empirical literature on family tourism is attracting attention, and research is being conducted to conceptualize and understand the process and results of family tourism. It should be kept in mind that understanding the process and results of family tourism requires explaining and understanding the concept of family tourism. The current research is the first step towards explaining and understanding the concept of family tourism.

*Corresponding Author: Mehdi Karoubi

Address: Department of Tourism Management, Faculty of Management & Accounting, Allameh Tabatabaie'i University, Tehran, Iran **Email:** drkaroubi@atu.ac.ir

This article is an extraction from the doctoral thesis of Seyyed Mohammad Mirtaghian Rudsari in the Department of Tourism Management, Faculty of Management and Accounting, Allameh Tabatabaie'i University, which was done under the guidance of Dr. Mehdi Karoubi (supervisor) and the advice of Dr. Esmail Ghadri and Dr. Mostafa Mohammadi.



Extended Abstract

1. Introduction

Family is one of the most basic units of society and also one of the most important sources of consumption in the contemporary world, including tourism. A family is a unit of people who seek experiences together, and a significant part of tourism experiences takes place as a family, therefore, the family is a very

important unit of analysis for tourism (fig. 1).

Based on the demand-oriented approach, if a family organizes and adapts its lifestyle based on tourism, we are facing a "tourist family". On the other hand, based on the supply-oriented approach, if a family plans and shapes its business based on the tourism industry, we are facing "tourism family business".

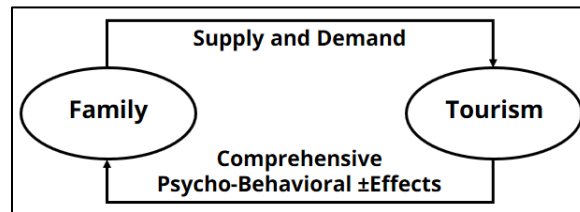


Fig. 1. A simple model of family tourism (source: authors, 2024)

Finally, based on a mixed perspective and the combination of tourism and family, we are faced with the concept of "family tourism" which includes all types of tourism in terms of approach, purpose and

activity, and geographical environment (Fig. 2). In fact, any form of tourism that includes families can be considered as family tourism.

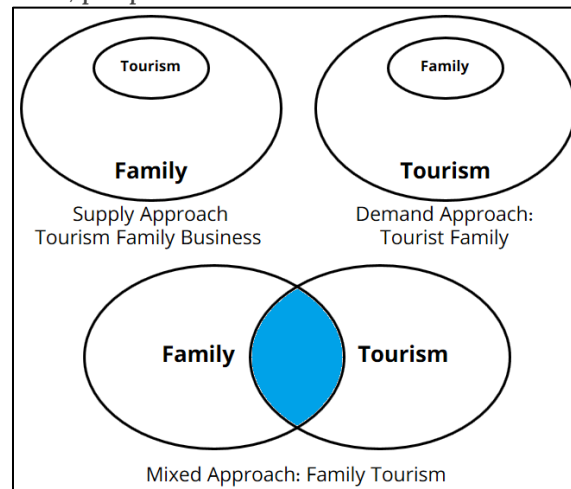


Fig. 2. Different views on the formation of family tourism (source: authors, 2024)

Family tourism includes leisure travel away from home for more than one day, undertaken by a family group (at least one child and one adult) and represents a diverse range of combinations of parents,

other adults, and children living together in Families exist, all may be defined as "family". This definition is rather limited, because they are only based on the length of stay and the minimum size of the

traveling group, and do not take into account the different experiences of children and parents.

Family tourism has a contradictory concept and nature because, at the same time, it acts as an escape from the everyday world and as an environment for nurturing and maintaining the home and family. Such a contradictory nature challenges the binary oppositions that underlie the understanding of tourism. It is necessary to save the family types of tourism from unimportant issues and show them as an act that is an integral part of the constitution of the house. To create a space for the presence and consolidation of the family in tourism research, one must face such dominant contrasts and consider sociability, family relationships, and the complexity of the family group in terms of diversity or distinction of gender, generation, motivation, interests, experiences, and in-group changes as an integral part of the tourism experience.

Therefore, the main goal of the current research is to explain the concept of family tourism by understanding the contradictions and binary oppositions hidden in it; in this way, it is possible to be the first cornerstone for conducting further research in the field of family tourism. What is raised as the main question of the research is how the concept of family tourism can be explained through double contrasts.

2. Research Methodology

The current study is descriptive-exploratory in terms of purpose and

qualitative, based on a content review of research projects. The statistical population of the research was the scientific studies conducted in the field of "conceptual knowledge of family tourism". Therefore, the collection of data and information was archival. The content review of the background and existing documents was based on extracting the binary oppositions of family tourism components. The method of content review through the systematization of different views and findings in this field can create a suitable conceptual model for understanding the concept of family tourism.

3. Research Findings

An overview of the binary oppositions proposed for family tourism (type-approach; group dynamics- individuality; Own time-family time; public experiences and space-private experiences and space; wife-husband; parents-children; parents-adult children; Stress and tension-memorable memories; routine life-novelty seeking; Unusual environment-intimacy of home; entertainment-education) (Figure 3) shows that each aspect is not a threat for removing the other aspect; in general, these two are related to each other and separating them from each other is perhaps impossible. It is obvious that these oppositions are more complementary than a confrontation. In examining the structuralism and post-structuralism position of binary oppositions of family tourism, it can be seen that the post-structuralism position prevails.

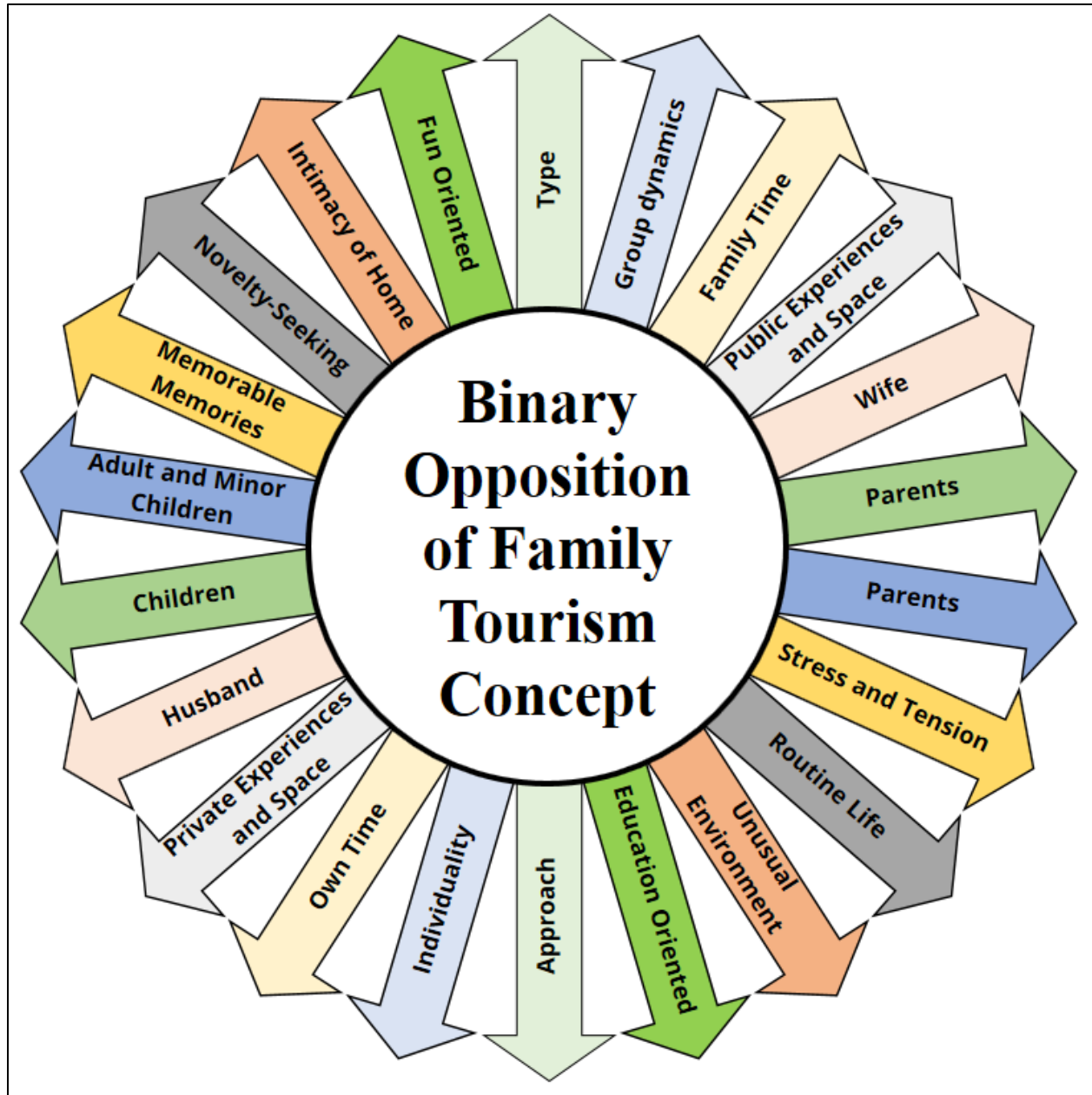


Fig. 3. family tourism; A fusion of opposites for interaction (source: authors, 2024)

4. Conclusion

From a post-structuralism point of view, the conflict of binary oppositions in family tourism is affected by the different social conditions of the host and guest society, and it is possible to interpret the functioning of oppositions differently in each context and discourse.

Therefore, it can be said that the combination of binary oppositions of family tourism allows for more interaction. Considering that family tourism is more in tourism studies than family studies, the following items should be considered in conceptualizing family tourism:

- Family tourism, from the point of view of family tourists, is simply a



trip with several people or all members of a family to one (or more) selected destination. Of course, this definition has been challenged due to the change in the nature of the family in the last few decades, and the following characteristics should be considered the principles of family tourism.

- On the other hand, from the point of view of tourism service providers, family tourism means providing facilities for families at the destination or place of service. In this way, most service providers ensure the provision of family facilities in the field of services, business location, and their destinations. For example, a hotel or resort ensures that the family's room, accommodation, food, and services meet their needs during their vacation. On the other hand, the shopping department facilitates the shopping experience of the family members and ensures

that all their needs and related services, such as dining, baby care, and the mother's feeding room, are provided in one package. Theme parks will be designed in such a way that the concept of "family fun", "play," and "being together" will be included in them.

Funding

There is no funding support.

Authors' Contribution

According to the extraction of the article from the doctoral thesis, the first author, as a student, the second and corresponding author as a supervisor, and the third and fourth authors as Advisor played a role in this article.

Conflict of Interest

The authors declared no conflict of interest.

Acknowledgments

The authors appreciate all the scientific consultants in this paper.



خوانش مفهوم گردشگری خانوادگی مبتنی بر تقابل‌های دوگانه

سیدمحمد میرتقیان رودسری^۱، مهدی کروی^{۲*}، اسماعیل قادری^۳، مصطفی محمدی^۴

^۱ دانشجوی دکتری گردشگری، گروه مدیریت جهانگردی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.
(sm_mirtaghian@atu.ac.ir)

^۲ استاد مدیریت جهانگردی، گروه مدیریت جهانگردی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.
(drkaroubi@atu.ac.ir)

^۳ دانشیار مدیریت جهانگردی، گروه مدیریت جهانگردی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.
(eghaderi2002@atu.ac.ir)

^۴ دانشیار مدیریت جهانگردی، گروه صنایع دستی، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه مازندران، بابل، ایران.
(m.mohammadi@umz.ac.ir)

doi 10.22080/jtpd.2024.27228.3895

چکیده

زمینه و هدف: گردشگری خانوادگی، مفهوم و ماهیتی متناقض دارد. هدف اصلی پژوهش حاضر، تبیین مفهوم گردشگری خانوادگی از طریق درک تناقض‌ها و تقابل‌های دوگانه نهفته در آن است تا از این طریق بتوان سنگ بنای اولیه جهت انجام پژوهش‌های بعدی در حوزه گردشگری خانوادگی بنیان نهاد. روش‌شناسی: پژوهش حاضر از نظر هدف، از نوع توصیفی-اکتشافی و از نظر ماهیت، از نوع کیفی مبتنی بر مرور محتوایی پیشینه تحقیق است. جامعه آماری تحقیق، محتوای علمی تولید شده در زمینه "شناخت مفهومی گردشگری خانوادگی" بودند. از این رو جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات به صورت آرشیوی است. مرور محتوایی پیشینه و اسناد موجود بر اساس رویکرد استخراج تقابل دوگانه مؤلفه‌های گردشگری خانوادگی بوده است. یافته‌ها: مروری بر تقابل‌های دوگانه مطرح شده برای گردشگری خانوادگی (گونه-رویکرد؛ پویایی گروه-فردیت؛ زمان شخصی-زمان خانواده؛ تجارب و فضای مشترک و عمومی-تجارب و فضای خصوصی؛ شوهر-همسر؛ والدین-فرزندان؛ والدین-فرزندان بالغ؛ استرس و تنش-خاطرات به‌یادماندنی؛ روزمرگی-نوجویی؛ دوری از محیط معمول زندگی (خانه)-پرورش و حفظ خانه و خانواده؛ و تفریح-آموزش) (شکل ۲) نشان می‌دهد که هر وجه، عامل تهدید یا حذف وجه دیگر نیست و در کل این دوها همبسته یکدیگرند و چه بسا تفکیک آن‌ها از یکدیگر امری برپاساخته است. نتیجه‌گیری و پیشنهادات: در بررسی جایگاه ساختارگرایانه و پساساختارگرایانه تقابل‌های دوگانه گردشگری خانوادگی، قابل مشاهده است که خوانش پساساختارگرایانه حاکم می‌باشد. از نظر پساساختارگرایانه، کشمکش تقابل‌های دوگانه گردشگری خانوادگی از شرایط متفاوت اجتماعی جامعه میزبان و میهمان تأثیر می‌پذیرد و ممکن است در هر بافت و گفتمانی، بر اساس نحوه کشمکش تقابل‌ها، تفسیر متفاوتی از عملکرد تقابل‌ها به دست آید. از این رو، می‌توان بیان نمود، آمیختگی تقابل‌های دوگانه گردشگری خانوادگی برای تعامل بیشتر است. نوآوری و اصالت: روند رو به رشد ادبیات نظری و تجربی در گردشگری خانوادگی، نشان از توجه و انجام پژوهش به منظور مفهوم‌سازی، درک فرآیند و نتایج گردشگری خانوادگی دارد. باید در نظر داشت که درک فرآیند و نتایج گردشگری خانوادگی، نیازمند تبیین و درک مفهوم گردشگری خانوادگی است. پژوهش حاضر، اولین گام در جهت تبیین و درک مفهوم گردشگری خانوادگی است.

تاریخ دریافت:

۵ اسفند ۱۴۰۲

تاریخ پذیرش:

۲۶ فروردین ۱۴۰۳

تاریخ انتشار:

۴ اردیبهشت ۱۴۰۳

کلیدواژه‌ها:

گردشگری خانوادگی؛ والدین-فرزندان؛ پویایی خانواده؛ تقابل‌های دوگانه؛ شناخت مفهومی.

* نویسنده مسؤول: مهدی کروی

ایمیل: drkaroubi@atu.ac.ir

آدرس: گروه مدیریت جهانگردی، دانشکده مدیریت و حسابداری،

دانشگاه علامه طباطبائی

مقاله حاضر، مستخرج از رساله دکتری آقای سیدمحمد میرتقیان رودسری در گروه مدیریت جهانگردی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی می‌باشد که به راهنمایی آقای دکتر مهدی کروی و مشاوره آقایان دکتر اسماعیل قادری و مصطفی محمدی انجام شده است.

۱ مقدمه

البته، افزایش اندازه بازار گردشگری خانواده در اقتصادهای نوظهور (Wu et al., 2019) و روند رو به رشد ادبیات نظری و تجربی در گردشگری خانوادگی، نشان از توجه و انجام پژوهش به منظور مفهوم‌سازی، درک فرآیند و نتایج گردشگری خانوادگی دارد (Lee & Lee, 2021). باید در نظر داشت که درک فرآیند و نتایج گردشگری خانوادگی، نیازمند تبیین و درک مفهوم گردشگری خانوادگی است.

گردشگری خانوادگی، مفهوم و ماهیتی متناقض دارد؛ زیرا به طور هم‌زمان، هم به‌عنوان فرار از دنیای روزمره و هم به مثابه محیطی برای پرورش و حفظ خانه و خانواده عمل می‌کند (Minca & Oakes, 2006). چنین ماهیت متناقضی، تقابل‌های دوتایی را که زیربنای درک گردشگری است، به چالش می‌کشد (Crang, 2006). ضروری است که گونه‌های خانوادگی گردشگری را از حواشی، نجات و آن‌ها را به‌عنوان عملی که جزء لاینفک قانون اساسی خانه است، نشان داد. به منظور ایجاد فضایی برای حضور و تثبیت خانواده در پژوهش‌های گردشگری، باید با چنین تقابل‌های غالب روبه‌رو شده و اجتماعی بودن و روابط خانوادگی و پیچیدگی گروه خانواده از نظر تعدد-تمایز جنسیت، نسل، انگیزش، علایق، تجارب، تغییرات درون-گروهی را به‌عنوان بخشی جدایی‌ناپذیر از تجربه گردشگری در نظر گرفت (Obrador, 2012).

از این رو، هدف اصلی پژوهش حاضر، تبیین مفهوم گردشگری خانوادگی از طریق درک تناقض‌ها و تقابل‌های دوگانه نهفته در آن است تا از این طریق بتوان سنگ بنای اولیه جهت انجام پژوهش‌های بعدی در حوزه گردشگری خانوادگی بنیان نهاد. آن چه به‌عنوان پرسش اصلی پژوهش مطرح است این است که چگونه می‌توان مفهوم گردشگری خانوادگی را از طریق تقابل‌های دوگانه تبیین کرد؟

روند سیاست‌گذاری گردشگری در ایران، هیچ قطب‌نما و هدایت‌گری ندارد و اگر بخواهیم چارچوبی برای سیاست‌گذاری داشته باشیم که در آن تمام عناصر و جریانات گردشگری بتوانند به طور هماهنگ در جهت توسعه اثربخش و پایدار فعالیت کنند، این است که گردشگری خانوادگی را به‌عنوان محور و بستر حرکت قرار دهیم (Talai-Shokri et al., 2019). در خارج از ایران، به‌ویژه غرب، نه تنها موضوع گردشگری خانوادگی را یک اولویت و راهبرد می‌دانند و در حال گسترش این نوع از گردشگری و پژوهش‌های مرتبط با آن هستند؛ بلکه آینده‌پژوهی گردشگری خانوادگی (Schänzel & Yeoman, 2014) را نیز در دستور کار دارند.

گردشگری به‌عنوان گذرگاه توسعه (Swarbrook, 1999)، اهرم پارادایم توسعه (Hawkins, 2007) و عاملیت توسعه شناخته می‌شود. خانواده نیز، جهانی‌ترین، بادوام‌ترین و سازگارترین نهاد اجتماعی است که اکثریت قریب به اتفاق ۸ میلیارد نفر جمعیت جهان (اکنون)، از طریق آن، ریشه اصلی هویت، حمایت و معنای زندگی خود را به دست می‌آورند. این دو حوزه مهم که بر زندگی بسیاری از افراد تأثیرگذارند، به طور قطع، همپوشانی و بازنمایی قابل توجهی را برای یکدیگر به همراه خواهند داشت.

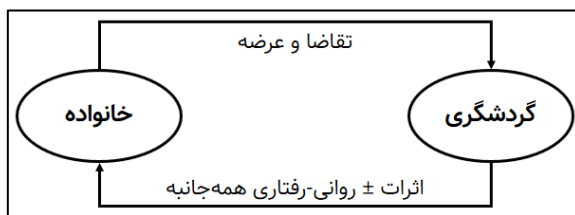
علی‌رغم نتایج مثبت و فراوان گردشگری خانوادگی برای خانواده، هیچ الزامات و تسهیلات جهانی و سیاستی و ضرورت پژوهشی برای آن در نظر گرفته نشده است (Schänzel, 2021). در باب چرایی این موضوع، باید گفته شود که در پژوهش‌های گردشگری، تمرکز بر روی فرد است و بر جداسازی افراد تأکید می‌شود که این باعث غیر اجتماعی شدن موضوعات و مسائل گردشگری می‌شود و چنین رویکردهایی برای پژوهش در خانواده‌ها مناسب نخواهد بود (Obrador, 2012).

۲ ادبیات پژوهش

۲،۱ گردشگری خانوادگی

خانواده یکی از اساسی‌ترین واحدهای جامعه و همچنین یکی از مهم‌ترین منابع مصرف در جهان معاصر از جمله گردشگری است (Wu & Wall,)

(2016). خانواده واحدی از افراد است که با هم به دنبال تجربه هستند و بخش قابل‌توجهی از تجارب گردشگری به صورت خانوادگی اتفاق می‌افتد، از این رو، خانواده، یک واحد تجزیه‌وتحلیل بااهمیت زیاد برای گردشگری است (Gram, 2005) (شکل ۱).



شکل ۱. مدل ساده‌ای از گردشگری خانوادگی (منبع: نگارندگان، ۱۴۰۳)

مبتنی بر رویکرد تقاضامحور، اگر خانواده‌ای سبک زندگی خود را بر مبنای گردشگری چیدمان و سازگار نماید، با یک "خانواده‌ی گردشگر"، مواجه هستیم. از طرفی، مبتنی بر رویکرد عرضه‌محور، اگر خانواده‌ای تجارت خود را بر مبنای صنعت گردشگری برنامه‌ریزی کند، با "کسب‌وکار خانوادگی گردشگری" روبرو هستیم. در نهایت، مبتنی بر یک دیدگاه آمیخته و ترکیب گردشگری و خانواده، با مفهوم "گردشگری خانوادگی" روبرو هستیم که همه‌ی انواع گردشگری چه از نظر رویکرد، هدف و فعالیت، و محیط جغرافیایی را در بر می‌گیرد (شکل ۲). در واقع، هر شکل از گردشگری که شامل خانواده‌ها می‌شود را می‌توان به عنوان گردشگری خانوادگی در نظر گرفت.

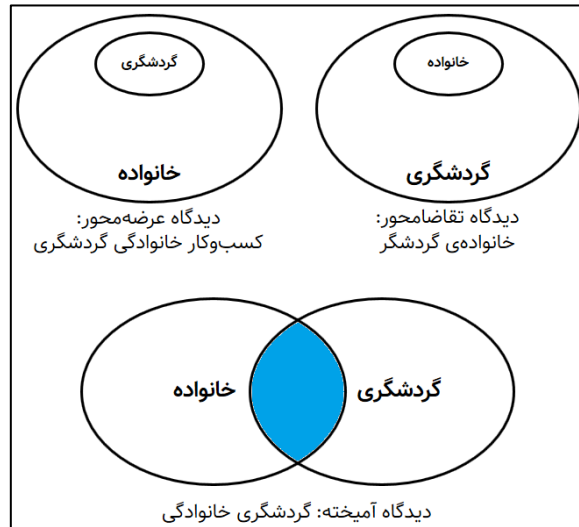
سازمان جهانی گردشگری، گردشگری خانوادگی را به‌عنوان سفر تفریحی خانوادگی برای حداقل چهار شب دور از خانه تعریف می‌کند (UNWTO, 2008). همچنین در تعریفی دیگر، گردشگری خانوادگی شامل سفرهای فراغتی دور از خانه برای بیش از یک روز است که توسط یک گروه خانوادگی (حداقل یک کودک و یک بزرگسال) انجام می‌شود و این نشان می‌دهد که طیف متنوعی از ترکیب‌های

خانواده‌ها، بازار بزرگ و روبه‌رشدی برای صنعت گردشگری هستند و با توجه به تغییر و تحولات جهانی، از جمله تغییرات در ساختارهای جمعیتی، اجتماعی و پراکندگی جغرافیایی که تدریجی نیز رخ می‌دهد، بازارهای خانوادگی جدیدی در گردشگری ظهور می‌یابند. پیش‌بینی می‌شود که سفرهای خانوادگی با سرعت بیشتری نسبت به سایر انواع سفرهای تفریحی رشد کند که می‌تواند ناشی از اهمیت روزافزون ترویج با هم بودن خانواده، زنده نگهداشتن پیوندهای خانوادگی و ایجاد خاطرات خانوادگی باشد (Schänzel & Yeoman, 2015).

گردشگری خانوادگی، به طور اساسی با سایر گونه‌های گردشگری متفاوت است؛ زیرا ویژگی‌های دوگانه محیط معمول بافت خانوادگی و محیط غیرمعمول بافت گردشگری را در هم می‌آمیزد (Hu et al., 2023). گردشگری خانوادگی کم‌تر مربوط به استراحت یا فرار از خانه و محل زندگی معمول است و بیشتر در مورد گذراندن وقت با/به‌همراه خانواده (از جمله خانواده گسترده) برای انجام فعالیت‌هایی که متفاوت از حالت عادی، سرگرم‌کننده و باعث ایجاد خاطرات مثبت می‌شوند (Schänzel & Smith, 2014) در نظر گرفته می‌شود.

تعاریف نسبتاً محدود هستند؛ زیرا تنها بر اساس مدت اقامت و حداقل اندازه گروه مسافر هستند و تجربیات متفاوت فرزندان و والدین را در نظر نمی‌گیرند (Bertella, 2015: 400).

والدین، سایر بزرگسالان و کودکان که در کنار هم در خانواده‌ها وجود دارند، ممکن است همه به‌عنوان «خانواده» تعریف شوند (Schänzel et al., 2005: 344; Schänzel & Yeoman, 2014: 106). این



شکل ۲. دیدگاه‌های مختلف در شکل‌گیری گردشگری خانوادگی (منبع: نگارندگان، ۱۴۰۳)

(F & Pezhhan, 2015) و در میان زبان‌شناسان نشانه‌شناسان کاربرد داده شد (Sepidnameh et al., 2020) و به مرور، از زبان‌شناسی به مطالعات فرهنگی راه پیدا نمود. به عقیده این مکاتب، تفکر انسان بر مبنای برابرنهاده‌های دوگانه شکل گرفته است. قاعده «تُعَرَفُ الاشياءُ بِأضدادها» در فرهنگ ما تا اندازه‌ای با دیدگاه این مکاتب همگرایی دارد.

۲،۲ تقابل‌های دوگانه

اصطلاح تقابل در حیطه‌های مختلف، انواع گوناگونی دارد که در جدول (۱) به آن اشاره شده است.

مردم، از دوران کلاسیک به ویژگی بنیادی تقابل دوگانه اعتقاد داشته‌اند (Chandler, 2007). به لحاظ آکادمیک، اصطلاح تقابل دوگانه به تفصیل در مکاتب ساختارگرایی (اوایل قرن ۲۰ میلادی) و پساساختارگرایی (اواسط قرن ۲۰ میلادی) (Fazeli,)



جدول ۱. انواع تقابل

نمونه	ابعاد	گونه
مرگ-زندگی، روز-شب، سردی-گرمی	تقابل تضاد	تقابل منطقی
رفتن-نرفتن، هست-نیست	تقابل تناقض	
کور-بینا، دانا و نادان	تقابل عدم و ملکه	
خالق-مخلوق، علت-معلول	تقابل تضایف	
روشن-خاموش، زنده-مرده	تقابل مکمل	تقابل معنایی
سرد-گرم، پیر-جوان، بلند-کوتاه	تقابل مدرج	
خرید-فروش، زن-شوهر، دادن-گرفتن	تقابل دوسویه	
رفت-آمد، بالا-پایین، چپ-راست	تقابل جهتی	
باشرف-بی شرف، اصولی-غیراصولی، آگاه-ناآگاه	تقابل صوری	
فیل و فنجان، کارد و پنیر، سگ و گربه	تقابل ضمنی	
چرت و غنودن- خواب و خوابیدن	تقابل نظیری	تقابل زیبایی‌شناختی
شّر و رشد	تقابل خلافی	
بیداران-خوابیدگان	تقابل نقیضی	

منبع: اقتباس و تعدیل از (Baharzadeh et al., 2017)

زن، سیاه-سفید، زندگی-مرگ، درون-بیرون، حضور-غیاب و ... می‌باشد که مبتنی بر رویکرد پایگانی، یکی به دیگری ترجیح داده می‌شود یا حضور یکی به معنای غیاب دیگری است (Barnard & Spencer, 2009)

مفهوم "گردشگری خانوادگی"، به‌خودی‌خود بر یک تقابل بنا نهاده شده است: محیط غیرمعمول زندگی و خانه (Minca & Oakes, 2006). به همین منظور، بررسی ابعاد این تقابل، اقدام مهمی در درک بیشتر و متمایز کردن مفهوم گردشگری خانوادگی در دنیای و صنعت گردشگری است. به زعم نگارندگان، تقابل دوگانه‌های گردشگری خانوادگی یک تقابل حذفی نبوده و بر اساس هم‌زیستی تضادها، مفاهیم گردشگری خانوادگی، در عین قطبیدگی خود، دارای نقش‌های مکمل هستند.

۳ روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف، از نوع توصیفی-اکتشافی و از نظر ماهیت، از نوع کیفی مبتنی بر مرور محتوایی پیشنهادی تحقیق است. جامعه آماری تحقیق محتوای علمی تولید شده در زمینه "شناخت مفهومی گردشگری خانوادگی" بودند. از این رو

به عقیده ساخت‌گرایان، ایده‌های ناسازگار و متضاد ذاتاً در شکل تقابل‌های دوگانه وجود دارد و هرگاه کشمکش‌ها و تضادهای درونی ساختارها نتوانند بر یکدیگر فائق آیند، ساختار بازتولید نمی‌شود، اما تغییر شکل می‌دهد یا به گونه‌ای دیگر به تکامل می‌رسد یا سرانجام از هم‌گسیخته می‌گردد. این دیالکتیک، فرآیند (تز+آنتی‌تز = سنتز) درون نظام‌ها را توجیه می‌کند. از نظر پساساختارگرایان، فرآیندهای حاکم بر تفکر انسان، محصولی از جامعه هستند و کنش‌های مردم را تبیین و تعیین می‌کنند. از این منظر، کشمکش تقابل‌ها از شرایط متفاوت اجتماعی تأثیر می‌پذیرد و ممکن است در هر بافت و گفتمانی، بر اساس نحوه کشمکش تقابل‌ها، تفسیر متفاوتی از عملکرد تقابل‌ها به‌دست آید (Raminnia, 2015).

تقابل دوگانه، برآمده از منطق دیالکتیکی، مسیر ورود پویش و فرآیند به نظریه را مهیا می‌سازد (Baharzadeh et al., 2017). تقابل دوگانه "وسیله‌ای است که واحدهای زبان از طریق آن ارزش یا معنا پیدا می‌کنند؛ هر واحد در برابر آن چه نیست، تعریف می‌شود" (Fogarty, 2005). تقابل دوگانه به معنای تقابل بین دو اصطلاح دوگانه (مانند مرد-

پژوهش‌های گردشگری از طریق چرخش اجتماعی^۳ است (Larsen, 2008).

پس آن چه مورد نیاز است، یک دیدگاه است (Smith & Hughes, 1999) که امور اجتماعی را در سفر در نظر بگیرد و شامل نظرات همه گونه‌ها و اعضای خانواده است (Schänzel et al., 2012). درواقع، در گردشگری خانوادگی، مهم است با توجه به دلایلی همچون عدم آگاهی از مزایا/معایب، نیازهای متنوع، بودجه در نظر گرفته شده برای سفر و غیره، درک عمیقی از اولویت‌های فردی به دست بیاوریم.

از نظر ویژگی‌های خانوادگی-فردی، گردشگران خانوادگی بر نیازهای تفریحی اعضای خانواده خود تمرکز می‌کنند، درحالی‌که گردشگران فردی بر علایق شخصی خود تمرکز دارند؛ بسیاری از گردشگران خانوادگی علاقه‌مند به بازدید از سایت‌ها و موزه‌ها هستند، درحالی‌که در طول تعطیلات، گردشگران فردی اغلب به خرید علاقه دارند؛ در گردشگری خانوادگی، مادران اغلب مسؤول تصمیم‌گیری در مورد سوغاتی، غذا، زمان و برنامه تعطیلات هستند و پدران اغلب مسؤول تصمیم‌گیری در مورد رانندگی، اقامت و سفر هستند (درواقع، هر یک از اعضای خانواده مسؤولیت‌های متفاوتی دارند و خانواده‌ها به میزان بیشتری از هم حمایت می‌کنند) و گردشگران خانوادگی بیشتر از گردشگران انفرادی پول خرج می‌کنند؛ زیرا تعداد اعضای گردشگری خانوادگی نسبت به گردشگران فردی بیشتر است، هزینه‌های بیشتری نیز وجود دارد (Yurdakul & Schänzel, 2021).

زمان شخصی-زمان خانواده

گردشگری خانوادگی، نه تنها با میل به بازدید و تجربه مکان‌های جدید تقویت می‌شود، بلکه به‌عنوان فرصتی برای "وقت‌گذرانی خانوادگی باکیفیت" تلقی می‌شود که به انسجام خانواده

جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات به صورت آرشیوی بود. مرور محتوایی پیشینه و اسناد موجود بر اساس رویکرد استخراج تقابل دوگانه مؤلفه‌های گردشگری خانوادگی بوده است. روش مرور محتوایی از طریق نظام‌مندسازی دیدگاه‌ها و یافته‌های مختلف در این حوزه، می‌تواند الگوی مفهومی مناسبی را برای درک مفهوم گردشگری خانوادگی ایجاد نماید.

۴ یافته‌ها و بحث

مصادیق تقابل‌های دوگانه در مفهوم گردشگری خانوادگی

گونه-رویکرد

برخلاف سازمان جهانی گردشگری (UNWTO, 2008) و شانزل و همکاران (Schänzel et al., 2005) که گردشگری خانوادگی را گونه‌ای از گردشگری به‌ویژه در شکل فراغتی-تفریحی آن محسوب می‌نمایند، برتلا (Bertella, 2015)، گردشگری خانوادگی را به‌عنوان یک رویکرد مطرح می‌کند که هر نوع از گردشگری را می‌تواند در بر بگیرد.

پویایی گروه-فردیت

مبانی موجود در گردشگری، برای گردشگری خانوادگی مناسب نیست؛ زیرا مسائل مربوط به پویایی گروه^۱ و اجتماعی بودن با دیگران مهم (یعنی درون گروه خانواده) را نادیده می‌گیرد (Larsen et al., 2007). همچنین، پیوند دادن صرف نظریه‌های مربوط به رفتار گردشگری فردی در زمینه‌های گروهی ممکن است کارساز نباشد (Yarnal & Kerstetter, 2005) و منجر به غیراجتماعی شدن موضوع گردشگری خانوادگی شود (Obrador, 2012). یکی از راه‌های نامتعارف‌زدایی^۲ و بازاجتماعی‌سازی مبانی نظری گردشگری برای گردشگری خانوادگی، قرار دادن روابط خانوادگی و تعاملات اجتماعی در مرکز

³ Social Turn

¹ Group Dynamic

² De-exoticise

زن-شوهر

رفتار سفر شامل یک فرآیند تصمیم‌گیری پیچیده و مرحله‌ای می‌باشد، اما، رفتار سفر خانوادگی یک فرآیند پیچیده‌تر دارد؛ زیرا یک خانواده، متشکل از زن، مرد، فرزندان، بستگان و اعضای غیرخانواده (با نظر-عمل متمایز)، نمودی از یک مرکز خرید و مصرف واحد و یکپارچه هستند (Michie, 1986).

محققان گردشگری، تصمیم‌گیری خانوادگی را به صورت عملیاتی به صورت یکی از سه نوع مردسالار، زن‌سالار یا تصمیم‌گیری اشتراکی بین زوج در نظر گرفته‌اند و به طور مشخص، دریافت کرده‌اند که بیشتر از دو-سوم تصمیم‌ها راجع به/در تعطیلات (شامل تشخیص موضوع، جست‌وجوی اطلاعات، تصمیم‌نهایی برای انتخاب مقصد، انتخاب مسیرهای سفر و اقامتگاه) به صورت اشتراکی توسط زوج اخذ می‌شود و یک-سوم دیگر تصمیم‌گیری‌های خانواده یا با زن و یا با مرد است. افزایش مشارکت زنان به‌عنوان نیروی کار، به همراه کم‌رنگ شدن نقش‌های جنسیتی، به طور عمیقی بر رفتار خانواده‌ها در تعطیلات تأثیر گذاشته و به همین دلیل، ممکن است در برنامه‌ریزی تعطیلات فعلی و آتی، نسبت به گذشته تصمیم‌گیری اشتراکی کم‌تری را شاهد باشیم. ممکن است گونه چهارم نیز وجود داشته باشد؛ خانواده با تصمیم‌گیری خودمختار^۱ و این زمانی اتفاق می‌افتد که هر بخش از سفر را زن یا مرد به صورت مستقل برنامه‌ریزی نماید (به طور مثال، انتخاب مقصد با مرد و انتخاب اقامتگاه با زن و به همین صورت). با افزایش پتانسیل تصمیم‌گیری مستقل ممکن است مدل‌سازی سایر رفتارهای تصمیم‌گیری در تعطیلات دشوارتر شود (Nichols & Snepenger, 1988).

والدین-فرزندان

گردشگری خانوادگی زمانی اتفاق می‌افتد که حداقل یکی از والدین و فرزندان با هم برای اهداف تفریحی سفر کنند (Lima et al., 2019). در این نوع از

کمک می‌کند (Schänzel, 2021). تجارب تعطیلات از نظر اجتماعی را به‌عنوان فرصتی برای پیوند مولد و سودمند خانواده در نظر می‌گیرند (Carr, 2011). ایده اصلی این است که گردشگری می‌تواند اغلب روابط اجتماعی و تعهدات چندگانه زندگی اجتماعی روزمره را به جای فرار از آن در بر بگیرد (Larsen et al., 2007).

در دنیای جهانی شده، سفر برای بازتولید شبکه‌های اجتماعی اهمیت فزاینده‌ای دارد؛ زیرا گردشگری تنها راه برای بسیاری از مردم برای دستیابی به هم‌زمانی حضور و ارتباط با افراد مهم زندگی است؛ به این صورت که گردشگری، حضور اعضای خانواده فارغ از کار و فعالیت‌های معمول را در کنار همدیگر ممکن می‌سازد (Larsen et al., 2007). تأکید گردشگری خانوادگی بر خانواده و اجتماعی بودن نشان‌دهنده انحراف قابل‌توجهی از درک غالب گردشگری است.

تأکید کلی بر وجود «زمان خانواده» که صرف انجام فعالیت‌های خانوادگی می‌شود و الزام به متعادل نمودن آن با «زمان شخصی» یا «زمان همسالان» که به دور از تعهدات خانوادگی است، پیچیدگی ایجاد ارتباط اجتماعی را از نظر عملی برجسته می‌سازد.

تجارب و فضای مشترک و عمومی-تجارب و فضای خصوصی

گردشگری خانوادگی را می‌توان به معنای دوره‌های متمرکزی از زمان خانوادگی در نظر گرفت که امکان تجارب غذایی، بازدید، خرید و دوره‌م‌گذرانی‌های مشترک را فراهم می‌آورد، درحالی‌که به فضاهای اقامتی-استراحتی کوچک‌تر در مقایسه با خانه محدود می‌شود. از طرفی، وعده‌های غذایی خانوادگی، بازدیدها، خریدها و دوره‌م‌گذرانی‌ها، ویژگی‌های نمایشی و عمومی به خود می‌گیرند؛ اما فضای اقامتی/خصوصی مشترک، بسیار مورد مناقشه قرار می‌گیرد.

¹ Autonomic decision making

این نوع سفرهای خانوادگی، کودکان بزرگسال دو نقش را بر عهده می‌گیرند؛ به‌عنوان گردشگر (به دنبال تجربیات لذت‌طلبانه شخصی هستند) و به‌عنوان فرزندسالار (در عین فرزند بودن، مسؤول و به دنبال آسایش و تأمین نیازهای والدین هستند). اولی به تعارضات در رفتار تعاملی در فضای متداول گردشگری مربوط می‌شود، درحالی‌که دومی ناشی از تعارضات ارادی شخصی ناشی از برهم‌زهی "بافت خانواده" و "بافت گردشگری" است (Hu et al., 2023).

این رویکرد به‌ویژه در کشورهای شرق آسیا که تحت تأثیر فرهنگ کنفوسیوس قرار دارند، مشهود است. این فرهنگ، محبت والدین نسبت به فرزندان و ابزار فرزندسالاری فرزندان نسبت به والدین خود را به‌عنوان یک اصل اساسی در مدیریت روابط بین-نسلی می‌داند (Hu et al., 2023). بنابراین، مناطق تحت تأثیر فرهنگ کنفوسیوس، تأکید قابل توجهی بر توسعه خانواده دارند که باعث افزایش محبوبیت گردشگری خانوادگی (به‌ویژه از نوع گردشگری خانوادگی فرزند-والدین) شده است (Miyakawa & Oguchi, 2022; Ruan et al., 2020).

استرس و تنش-خاطرات به‌یادماندنی

فشار اجتماعی ناشی از سازمانده تجارب سرگرم‌کننده و تعطیلات شاد برای فرزندان، برای والدین می‌تواند قابل توجه باشد و ارائه یک زندگی خانوادگی عالی در تعطیلات، می‌تواند هزینه‌ها و استرس قابل‌توجهی را به خانواده‌ها اضافه کند (Schänzel, 2021).

مسافرت‌های خانوادگی، از جمله اتفاقات برجسته سال به شمار می‌آیند. هیجان آماده شدن برای سفر و پیش‌بینی‌های مربوط به آن تجربیات حقیقی سفر، از جمله موقعیت‌های خاطره‌انگیز زندگی خانوادگی می‌شود. ممکن است سفرهای خانوادگی، سفرهای پُرماجرا و به‌یادماندنی و آموزنده باشند.

گردشگری، والدین با کودکان زیر سن قانونی خود سفر می‌کنند و نسبت به آن‌ها متعهد هستند (Hu et al., 2023).

در این سفر، کودکان منابع مالی محدودی داشته، اما بر تصمیم‌های گردشگری تأثیرگذارند (Blichfeldt et al., 2011; Wu et al., 2010). کودکان خواسته‌های خود را به زبان بیاورند و والدین رفع‌کننده نیازها هستند (Gram, 2007). همچنین در این نوع از گردشگری خانوادگی، بیشتر کودکان به دنبال سرگرمی فعال و اجتماعی هستند، در مقابل، بیشتر والدین به دنبال استراحت و آرامش می‌باشند (Gram, 2005). علاوه بر این، والدین دارای فرزند، نسبت به سایر گردشگران، از نظر تأکیدشان بر کسب ارزش‌های اجتماعی در سفر، مانند در کنار هم بودن خانواده، ایجاد خاطرات خانوادگی و ثمربخشی^۱، تفاوت دارند (Shaw et al., 2008: 14).

یکی از چالش‌های ذاتی سفرهای خانوادگی، تعارض میان تمایلات والدین و فرزندان در سفر است که رسیدن به ایده‌آل مشترک را در سفر خانوادگی دشوار می‌سازد؛ رایج‌ترین تضاد در گردشگری خانوادگی، تفاوت میان فعالیت‌های مورد دلخواه کودکان و والدین است؛ کودکان به دنبال فعالیت‌های سرگرم‌کننده و والدین به دنبال آرامش هستند. یک راه‌حل، در دسترس بودن سالن‌های بازی کودکان در استراحتگاه‌های خانوادگی است (Gram, 2005; Schänzel, 2008).

والدین-فرزندان بالغ

همراه فرزندان بزرگسال (۱۸ سال به بالا) با والدین در سفرها، شکل خاصی از گردشگری خانوادگی را تحت عنوان گردشگری خانوادگی فرزند-بالغ-والدین به وجود آورده است. البته موارد حمایت (مالی و معنوی) این فرزندان از والدین خود، مشمول این گونه نیست (اما شرط لازم است) و به طور حتم، فرزند باید والدین خود را در سفر همراهی نماید. در

¹ Generativity



کرده‌اند. گردشگری، فارغ از شرایط مادی و روابط قدرتی که این امر را ممکن می‌سازد، به‌عنوان یک فضای روشنفکری و خلاقیت معرفی می‌شود، به این صورت که جابه‌جایی و دوری از محل زندگی به شکل سفر و گردشگری، نشانه زندگی خلاق و متفکرانه است. در این سنت، خانواده مانعی در برابر دستاوردهای زیبایی‌شناختی و فکری گردشگران تلقی می‌شود (Kaplan, 1996).

به طور معمول، کسب تجربیات منحصربه‌فردتر و بدیع‌تر در گردشگری خانوادگی با تجربیات معمولی متعادل می‌شوند؛ برای نمونه، خانواده‌هایی که در تعطیلات ماجراجویانه شرکت می‌کنند، به زمان‌ها و فرصت‌هایی برای استراحت در فعالیت‌های روزمره نیاز دارند.

دوری از محیط معمول زندگی (خانه)-پرورش و حفظ خانه و خانواده

گردشگری به طور گسترده در تقابل با زندگی روزمره به مثابه فرار از تعهدات اجتماعی و حرفه‌ای/کاری تصور می‌شود (جدایی ریشه‌ای گردشگری از زندگی روزمره). گردشگری یک سیستم مستقل از فعالیت و آگاهی است که خارج از حوزه خانه و زندگی روزمره قرار دارد. بنابراین، خود مفهوم خانواده، که مکان آن خانه است، برخلاف درک غالب از گردشگری است (Franklin, 2003). گردشگری خانوادگی ماهیتی متناقض دارد؛ زیرا به طور هم‌زمان، هم به عنوان فرار از دنیای روزمره و هم به مثابه محیطی برای پرورش و حفظ خانه و خانواده عمل می‌کند (Minca & Oakes, 2006).

تعطیلات خانوادگی، در درجه اول مربوط به انجام فعالیت‌هایی است که با روال‌های معمولی تفاوت دارد و شامل گذراندن وقت با خانواده به جای فرار از روال‌های روزمره خانه است. خانواده‌ها از طریق گردشگری، به دنبال بازپیوند روابط درونی خود شامل شبکه‌سازی، سرمایه‌سازی برای خانواده و تعهدات اجتماعی هستند (Schänzel, 2008). این نشان‌دهنده وجود یک عنصر هدفمند در تعطیلات خانوادگی است که سفر برای داشتن روابط اجتماعی

استرس و تنش بالقوه قبل و در طول گردشگری خانوادگی ناشی از برخورد با پویایی‌های پیچیده درون خانواده، هزینه‌های مالی، کار اضافی و فشارهای اجتماعی است؛ درحالی‌که داستان‌ها و حکایت‌هایی از سفرهای خانوادگی وجود دارد که در طول نسل‌ها منتقل شده و هدف آن ایجاد خاطراتی است که انسجام خانواده را افزایش می‌دهد و حس مثبتی از خانواده ایجاد می‌کند.

روزمرگی-نوجویی

گردشگری خانوادگی، نه‌تنها با میل به بازدید و تجربه مکان‌های جدید تقویت می‌شود، بلکه به‌عنوان فرصتی برای "وقت‌گذرانی خانوادگی باکیفیت" تلقی می‌شود که به انسجام خانواده کمک می‌کند (Schänzel, 2021). برخی معتقدند که اگرچه گردشگری خانوادگی دوره‌ای از زندگی در یک محیط غیرعادی می‌باشد، اما «بخشی از زندگی روزمره» است (Hall & Holdsworth, 2016) و فقط شامل لحظات زیبا و هماهنگ نیست (Fu et al., 2021).

همچنین برخی به این نظر باور دارند که گردشگری خانوادگی کمتر مربوط به استراحت یا فرار از خانه و محل زندگی معمول است و بیشتر در مورد گذراندن وقت با/به‌همراه خانواده (از جمله خانواده گسترده) برای انجام فعالیت‌هایی که متفاوت از حالت عادی، سرگرم‌کننده و باعث ایجاد خاطرات مثبت می‌شوند (Schänzel & Smith, 2014) در نظر گرفته می‌شود. در این جا، خوانش گردشگری به نحوی است که آن را واکنشی به نوگرایی و لذت غیرمعمول و متفاوت از زندگی روزمره می‌دانند.

ارتباط میان جدایی و خروج از خانه/محل زندگی با دستیابی به منفعت زیبایی‌شناختی و فکری از گردشگری، از این منظر، گردشگری، نه‌تنها شامل دور شدن از خانه است، بلکه اعتقاد بر این است که این خروج و دوری، فواید زیادی دارد. استعاره‌های نوگرایانه و پسانوگرایانه، بارها بر مزایای زیبایی‌شناختی و فکری دوری و جدایی تأکید

مدل عاطفی از نظام ساختاری خانواده (پدر، مادر و فرزند) است که در محیط‌های گردشگری می‌توان از آن استفاده نمود. مدل چینی گردشگری خانوادگی، کودک محور بوده و به صورت دو دایره متحدالمرکز پیکربندی شده است.

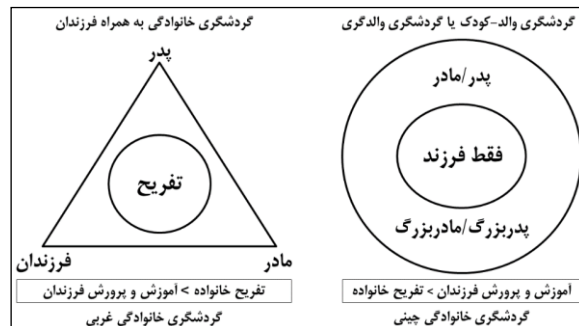
در این مدل، فرزندان خورشید تابان بوده و والدین و پدربزرگ‌ها و مادربزرگ‌ها، اقماری هستند که به گرد آن می‌چرخند. در مدل سرگرمی محور غربی، اهمیت سرگرمی و تفریح خانواده، بیشتر از آموزش و یادگیری کودکان است؛ در حالی که در مدل کودک محور^۲ چینی، اهمیت آموزش و یادگیری کودکان، بیشتر از سرگرمی و تفریح خانواده است. بر اساس این تفاوت‌های فرهنگی، گردشگری خانوادگی غربی را "گردشگری خانوادگی چینی را" کودکان^۳ و "گردشگری والد-کودک یا گردشگری والدگری"^۴ نامیدند (Zhong & Peng, 2021).

جایگزین سفر برای فرار از روابط اجتماعی (تنهایی‌گزینی) می‌شود (Larsen et al., 2007).

تفریح-آموزش و یادگیری

مفهوم گردشگری خانوادگی مبتنی بر بافت اجتماعی-فرهنگی شکل می‌گیرد. گردشگری خانوادگی به‌عنوان «اوقات خوش» زندگی خانوادگی، به زمانی اشاره دارد که همه اعضای خانواده در کنار هم شاد باشند. از دیدگاه فرهنگ آمریکایی (غربی)، تجربه خوب گردشگری خانوادگی زمانی اتفاق می‌افتد که محوریت و رویکرد اصلی سفر و گردشگری خانوادگی، "خوش‌گذرانی و تفریح" باشد؛ در حالی که از دیدگاه فرهنگ چینی (شرقی-کنفوسیوسی) تجربه خوب گردشگری خانوادگی با محوریت کودکان است.

مطابق با شکل (۳) مدل غربی گردشگری خانوادگی، سرگرمی محور^۱ است که خانواده‌ای «هم‌شان» را ایجاد می‌کند و بر اساس سبک فرزندپروری دموکراتیک است؛ این مدل مثلثی، یک



شکل ۳. گردشگری خانوادگی در بافت اجتماعی-فرهنگی غربی و چینی؛ منبع: (Zhong & Peng, 2021)

استرس و تنش-خاطرات به‌یادماندنی؛ روزمرگی-نوجویی؛ دوری از محیط معمول زندگی (خانه)-پرورش و حفظ خانه و خانواده و تفریح-آموزش (شکل ۴) نشان می‌دهد که هر وجه تقابل، عامل تهدید یا حذف وجه دیگر نیست و در کل این دوگانه‌ها همبسته‌ی یکدیگرند و چه بسا تفکیک

۵ نتیجه‌گیری

مروری بر تقابل‌های دوگانه مطرح‌شده برای گردشگری خانوادگی (گونه-رویکرد؛ پویایی گروه-فردیت؛ زمان شخصی-زمان خانواده؛ تجارب و فضای مشترک و عمومی-تجارب و فضای خصوصی؛ شوهر-همسر؛ والدین-فرزندان؛ والدین-فرزندان بالغ؛

³ Family Tourism with Children

⁴ Parent-Child Tourism or Parenting Tourism

¹ Fun-centric Family Tourism Model

² Child-centric Family Tourism Model



همچنین نیازهای متنوعی که توسط گردشگران خانوادگی بازگو می‌شود، اهمیت تولید و گسترش دانش بنیادی از مفهوم گردشگری خانوادگی را برجسته می‌سازد. این اطلاعات برای کسب‌وکارهای گردشگری بسیار مهم است، زیرا به طور عملی، محتوای سفر و در نتیجه سطح رضایت مسافران خانوادگی را بهبود می‌بخشند. همچنین، دانش مرتبط با گردشگری خانوادگی، می‌تواند بینش‌هایی را به سیاست‌گذاران خانواده که وظیفه بهبود رفاه خانواده را بر عهده دارند، ارائه دهد و به دست‌اندرکاران گردشگری کمک کند تا درک جامع‌تری از نیازهای متنوع مسافران خانوادگی به دست آورند و تجارب سفر خانوادگی را با کیفیت نمایند.

آن‌ها از یکدیگر امری برساخته است. بدیهی است که این تقابل‌ها بیشتر جنبه تکمیلی دارند تا یک مواجهه.

در بررسی جایگاه ساختارگرایانه و پس‌ساختارگرایانه تقابل‌های دوگانه گردشگری خانوادگی، قابل مشاهده است که خوانش پس‌ساختارگرایانه حاکم می‌باشد. از منظر پس‌ساختارگرایانه، کشمکش تقابل‌های دوگانه گردشگری خانوادگی از شرایط متفاوت اجتماعی جامعه میزبان و میهمان تأثیر می‌پذیرد و ممکن است در هر بافت و گفتمانی، بر اساس نحوه کشمکش تقابل‌ها، تفسیر متفاوتی از عملکرد تقابل‌ها به دست آید.

فراگیری گردشگری خانوادگی در کسب‌وکارهای گردشگری و مصرف روزافزون آن توسط خانواده‌ها، و



شکل ۴. گردشگری خانوادگی؛ آمیختگی تضادها برای تعامل (منبع: نگارندگان، ۱۴۰۳)



و اطمینان حاصل می‌کند که تمام نیازهای آن‌ها و خدمات مرتبط مانند غذاخوری، مراقبت از نوزاد و اتاق تغذیه مادر در یک مجموعه ارائه می‌شود. پارک‌های موضوعی، قطعاً به گونه‌ای طراحی خواهند شد که مفهوم «تفریح خانوادگی»، «بازی» و «با هم بودن» را در دل خود جای دهند.

حامی مالی

بنا به اظهارات نویسندگان، مقاله فاقد حامی مالی می‌باشد.

سهم نویسندگان در پژوهش

با توجه به استخراج مقاله از رساله دکتری، نویسنده اول، به‌عنوان دانشجو، نویسنده دوم و مسؤل به‌عنوان استاد راهنما و نویسندگان سوم و چهارم به‌عنوان اساتید مشاور در این مقاله نقش‌آفرینی نمودند.

تضاد منافع

نویسندگان اعلام می‌دارند که هیچ تضاد منافی در رابطه با نویسندگی و یا انتشار این مقاله ندارند.

تقدیر و تشکر

نویسندگان، از همه افراد، به دلیل مشاوره و راهنمایی علمی و مشارکتشان در این مقاله تشکر و قدردانی می‌نمایند

از این رو، می‌توان بیان نمود، آمیختگی تقابل‌های دوگانه گردشگری خانوادگی برای تعامل بیشتر است. با توجه به اینکه گردشگری خانوادگی بیشتر در حوزه مطالعات گردشگری قرار دارد تا مطالعات خانواده، موارد زیر می‌بایست در مفهوم‌سازی گردشگری خانوادگی مد نظر قرار گیرد:

الف) گردشگری خانوادگی از دیدگاه گردشگران خانوادگی، صرفاً سفری است با چند نفر یا همه اعضای یک واحد خانواده که به یک یا چند مقصد انتخابی انجام می‌شود. البته، این تعریف، به دلیل تغییر ماهیت خانواده در چند دهه اخیر، به چالش کشیده شده و ویژگی‌های زیر باید به‌عنوان اصول گردشگری خانوادگی در نظر گرفته شود.

ب) از سوی دیگر، از دیدگاه ارائه‌دهندگان خدمات گردشگری، گردشگری خانوادگی به معنای ارائه تسهیلات برای خانواده‌ها در مقصد یا محل ارائه خدمات است. به این ترتیب، اکثر ارائه‌دهندگان خدمات از ارائه تسهیلات خانوادگی در زمینه خدمات، محل کسب‌وکار و همچنین مقصد خود اطمینان حاصل می‌کنند. به‌عنوان مثال، یک هتل یا استراحتگاه تضمین می‌کند که اتاق خانوادگی، اقامت، غذا و خدمات متناسب با نیازهای خانواده در طول تعطیلات آن‌ها باشد. از سوی دیگر، بخش خرید، تجربه خرید اعضای خانواده را تسهیل می‌کند

منابع

- Baharzadeh, P., Mousavilar, A., & Afratakhti, M. H. (2017). A Comparative Study on Binary Oppositions in Holy Surah of "Al-Lail" and Inscription Colors. *Islamic Studies and Culture*, 1(2), 115-140. (In Persian)
- Barnard, A., & Spencer, J. (2009). *The Routledge encyclopedia of social and cultural anthropology*. Routledge.
- Bertella, G. (2015). Celebrating the family abroad: the wedding tourism experience. *Annals of Leisure Research*, 18(3), 397-413.
- Blichfeldt, B. S., Pedersen, B., Johansen, A., Hansen, L. (2011). Tweens on Holidays. In-Situ Decision making from Children's Perspective. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 11(2), 135-149.
- Brown, C. (1995). Making the most of family visits: Some observations of parents with children in a museum science centre. *Museum Management and Curatorship*, 14(1), 65-71.
- Carr, N. (2011). *Children's and families' holiday experience*. London: Taylor & Francis.
- Chandler. D. (2007). *Semiotics: The Basics*. Routledge.
- Crang, M. (2006). Circulation and Emplacement: the hollowed-out performance of tourism. In C. Minca, & T. Oakes (Eds.), *Travels in paradox: re-mapping tourism* (47-64). Rowman & Littlefield
- Fazeli, F & Pezhhan, H. (2015). Exceeding Binary Opposition in Divan of Hafiz. *Journal of Lyrical Literature Researches*, 12(23), 227-244. (In Persian)
- Fogarty. S. (2005). Binary Oppositions. Retrieved from The Literary Encyclopedia: First published 15 February 2005. Retrieved from [https://www.litencyc.com/php/stop-ics.php?rec=true&UID=122]. (Accessed: 10 February. 2024).
- Franklin, A. (2007). The problem with tourism theory. In *The critical turn in tourism studies* (pp. 131-148). Routledge.
- Fu, G-Q., Hu, J-J., Zhang, C-H., & Bai, K. (2021). An exploratory model on progeny-parent family travel process. *Tourism Tribune*, 36(2), 12-26.
- Gram, M. (2005). Family holidays. A qualitative analysis of family holiday experiences. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 5(1), 2-22.
- Gram, M. (2007). Children as Co-Decision Makers in the Family? The Case of Family Holidays. *Young Consumers*, 8(1), 19-28.
- Habibah, A., Hamzah, J., Er, A. C., Buang, A., & Selvadurai, S. (2015). Appraisal of family-friendly tourism in Malaysia. *tourismos*, 10(1), 37-62.
- Hall, S. M. & C. Holdsworth, (2016). Family Practices, Holiday and the Everyday. *Mobilities*, 11(2), 284-302.
- Hawkins, S. (2007). The World Bank's role in tourism development. *Annals of Tourism Research*, 34(2), 348-363.
- Hu, A., Li, H., & Pang, J. (2023). A Tale of Two Identities: The Value, Attitude, and Behavior of Adult Children towards Family Tourism



- Experiences. *Sustainability*, 15(19), 1-23.
- Kaplan, C. (1996). *Questions of travel: Post-modern discourses of displacement*. Duke University Press.
- Larsen, J. (2008). De-exoticizing Tourist Travel: Everyday Life and Sociality on the Move. *Leisure Studies*, 27(1), 21-34.
- Larsen, J., Urry, J. and Axhausen, K. 2007. Networks and tourism: mobile social life. *Annals of Tourism Research*, 34 (1): 244 - 262.
- Lee, K. J., & Lee, S. Y. (2021) Cognitive appraisal theory, memorable tourism experiences, and family cohesion in rural travel, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 38(4), 399-412.
- Lima, J., Eusébio, C., & Varum, C. A. (2019). Impacts of Family Tourism on Families' Quality of Life-Differences According to the Family Economic Profile. In Campón-Cerro, A.M., Hernández-Mogollón, J.M., Folgado-Fernández, J.A. (Eds.) , *Best practices in Hospitality and Tourism Marketing and Management: A Quality of Life perspective*, Springer, Cham. (pp. 275-296).
- Michie, D. A. (1986). Family travel behaviour and its implications for tourism management: An international study. *Tourism Management*, 7(1), 8-20.
- Minca, C., & Oakes, T. (Eds.). (2006). *Travels in paradox: Remapping tourism*. Rowman & Littlefield.
- Miyakawa, E., & Oguchi, T. (2022). Family tourism improves parents' well-being and children's generic skills. *Tourism Management*, Vol. 88, 1-6.
- Nichols, C. M., & Snepenger, D. J. (1988). Family decision making and tourism behavior and attitudes. *Journal of Travel Research*, 26(4), 2-6.
- Obrador, P. (2012). The place of the family in tourism research: domesticity and thick sociality by the pool. *Annals of Tourism Research*, 39(1), 401-420.
- Raminnia, M. (2015). Bilateral contracts and their functions in text; by focusing on contrast of Light and Darkness in Farsi works of Sheikh-e-Ishraq. *Research in Persian language and literature*, 12(35), 1-24.
- Ruan, W. Q., Li, Y. Q., Zhang, S. N., & Liu, C. H. (2020). Does work-family conflict weaken family travel intention?-A study based on China. *Journal of Leisure Research*, 51(3), 264-286.
- Schänzel, H. A. & Smith, K. A. (2014). The Socialization of Families Away from Home: Group Dynamics and Family Functioning on Holiday. *Leisure Sciences*, 36(2), 126-143.
- Schänzel, H. A. & Yeoman, I. (2015). Trends in family tourism. *Journal of Tourism Futures*, 1(2), 141-147.
- Schänzel, H. A. (2008). The New Zealand family on holiday: values, realities and fun. In J. Fountain and K. Moore (Eds), *Proceedings to the New Zealand Tourism and Hospitality Research Conference*. Canterbury, New Zealand: Lincoln University.
- Schänzel, H. A. (2021). Connecting Through Family Tourism and Social Inclusion during COVID-19 Times. Full text book of 3rd International Family, Youth and Child Friendly Tourism Management Congress, 23-25 June 2021. (pp. 20-31) Retrieved from

- [<https://fycft.beykoz.edu.tr/2021/>]. (Access Date: 10 June. 2022).
- Schänzel, H. A., Smith, K. A., & Weaver, A. (2005). Family holidays: a research review and application to New Zealand. *Annals of Leisure Research*, 8(2-3), 105-123.
- Schänzel, H. A., Yeoman, I., & Backer, E. (Eds.). (2012). *Family tourism: Multi-disciplinary perspectives*. Bristol: Channel view publications.
- Sepidnameh, B., Ghasemi, Y., & Arian, S. (2020). Binary Opposition in the Proverbs of the Ilami People. *Culture and Folk Literature*, 8(33), 179-213.
- Smith, V. & Hughes, H. (1999). Disadvantaged families and the meaning of the holiday. *International Journal of Tourism Research*, 1(2), 123-133.
- Swarbrooke, J. (1999). *Sustainable Tourism Management*. New York: CABI.
- Talai-Shokri, S., Satari-Fard, S., & Rahmani, Z. (2018). Requirements for the realization of the second step of the revolution centered on family tourism. Report of the Majlis Research Center, Vice-Chancellor of Socio-Cultural Research (Education and Culture Studies Office). Retrieved from [<https://rc.majlis.ir/fa/report/show/1292018>]. (Accessed: 10 February. 2024). (In Persian)
- UNWTO – World Tourism Organization. (2008). *2008 international recommendations for tourism statistics*. Madrid: UNWTO.
- Wu, K.-L., Holmes, K. & Tribe, J. (2010). Where do You Want to Go Today? An Analysis of Family Group Decisions to Visit Museums. *Journal of Marketing Management*, 26(7-8), 706-726.
- Wu, M. Y., Wall, G., Zu, Y., & Ying, T. (2019). Chinese children's family tourism experiences. *Tourism Management Perspectives*, Vol. 29, 166-175.
- Wu, M-Y., & Wall, G. (2016) Chinese Research on Family Tourism: Review and Research Implications. *Journal of China Tourism Research*, 12(3-4), 274-290.
- Yarnal, C. & Kerstetter, D. (2005). Casting off: an exploration of cruise ship space, group tour behavior, and social interaction. *Journal of Travel Research*, 43(4), 368-379.
- Yurdakul, A., & Schänzel, H. A. (2021). Family tourism in historical areas: researching the relations between families and the most visited museums in Ankara. Full text book of 3rd International Family, Youth and Child Friendly Tourism Management Congress, 23-25 June 2021. (pp. 32-53) Retrieved from [<https://fycft.beykoz.edu.tr/2021/>]. (Access Date: 10 June. 2022).
- Zhong, S., & Peng, H. (2021). Children's tourist world: Two scenarios. *Tourism Management Perspectives*, Vol. 38, 1-10.