



Millennial Rural Tourism in Iran: A Generational Approach to Policy-Making, Governance, and Transformative Capacities

Hojjat Varmazyari¹ , Parya Siahbidi², Reyhaneh Behrouz³

1. (Corresponding Author) Department of Agricultural Management and Development, Faculty of Agricultural Economics and Development University of Tehran, Karaj, Iran

Email: Varmazyari@ut.ac.ir

2. Department of Agricultural Management and Development, Faculty of Agricultural Economics and Development, University of Tehran, Karaj, Iran

Email: Paryasiahbidi@ut.ac.ir

3. Department of Agricultural Management and Development, Faculty of Agricultural Economics and Development, University of Tehran, Karaj, Iran

Email: behrouz.reyhaneh@ut.ac.ir

ARTICLE INFO

Article type:
Research Paper

Article History:

Received:

18 January 2026

Received in revised form:

28 February 2026

Accepted:

4 April 2026

Available online:

28 April 2026

Keywords:

Millennials,
Rural Tourism,
Digital Technologies,
Sustainability,
Experience Economy.

ABSTRACT

This study offers a review at the intersection of two key trends in contemporary tourism: the rise of Millennials as a pivotal actor in the tourism market, and the growing prominence of rural tourism on the local development agenda. Drawing on a narrative review of the literature and searches in international databases, studies related to Millennials, tourism, and rural tourism were identified and synthesized using thematic analysis. Compared with previous generations, Millennials exhibit a stronger inclination toward experiential travel, the search for authenticity, self-expression, and the integration of work and travel. When product design, governance arrangements, and the strategic use of peer to peer platforms are aligned with these traits, rural areas can emerge as highly attractive destinations for this generation. At the same time, digital technologies and social media, while facilitating the visibility of rural destinations, also generate risks such as demand volatility, pressure on carrying capacity, and the deepening of institutional gaps, thereby accentuating the disjuncture between Millennial attitudes and their actual behavior. The research argues that Millennials' encounters with rural social capital and collective ways of life can foster "social learning" and prompt reflexive reconsideration of their individualistic lifestyles. Finally, it proposes an integrated conceptual framework that explains the mechanisms linking generational characteristics, digital technologies, destination attributes, and multidimensional outcomes, and outlines key pathways for forthcoming research

Citation: Varmazyari, H., Siahbidi, P., & Behrouz, R. (2026). Millennial Rural Tourism in Iran: A Generational Approach to Policy-Making, Governance, and Transformative Capacities. *Journal of Rural Research*, 17 (1), 125-140.

<http://doi.org/10.22059/jrur.2026.412469.2097>



© The Author (s)

Publisher: University of Tehran Press

Extended Abstract

Introduction

Rural tourism is no longer viewed merely as a marginal alternative to mass tourism; it is increasingly recognized as a strategic instrument for rural development. By diversifying livelihoods, stimulating entrepreneurship, valorizing local culture, and enhancing environmental assets, it repositions rural areas as spaces of experience, interaction, learning, and place based development. At the same time, tourism demand is being reshaped by generational change, particularly by the growing influence of Millennials (Generation Y).

This relationship remains insufficiently theorized in tourism and rural development scholarship. In various contexts, including Iran, rural tourism planning has often relied on an implicit notion of an undifferentiated “average tourist,” paying limited attention to generational differences in motivations, digital practices, travel behavior, and value orientations. This gap is particularly significant in Iran, where rural tourism potential is substantial, yet domestic scholarship has only partially examined how Millennial travel values and digitally mediated practices are reconfiguring destination development and governance. Ignoring these differences may weaken planning and intensify environmental pressure, unequal benefit distribution, cultural commodification, and stress on fragile rural destinations.

A generational perspective is therefore analytically necessary. Millennials, commonly defined as those born between 1981 and 1996, are associated with strong digital literacy, intensive social media use, preference for experiences over standardized services, and high reliance on user-generated content, peer reviews, and platform-based decision-making. They are also frequently described as authenticity seeking, flexible, self expressive, and relatively attentive to sustainability, local culture, and ethical consumption.

These characteristics suggest a strong affinity between Millennial preferences and rural tourism. Rural destinations offer authenticity, slower rhythms of life, local foodways, nature-based activities, and

direct contact with host communities, which are attributes aligned with experiential and participatory travel. Yet this alignment is neither automatic nor uniformly beneficial. Millennial oriented rural tourism depends on balancing authenticity, comfort, digital accessibility, experiential diversity, and sustainability. Moreover, Millennials are not homogeneous; their travel practices vary across class, income, life stage, national context, and mobility constraints, especially in developing countries.

Against this background, this paper reviews the literature on Millennials and rural tourism to clarify the behavioral, developmental, and governance implications of their interaction. Rather than treating Millennials only as a market segment, it conceptualizes them as digitally mediated actors who shape destination visibility, influence rural tourism economies, and may participate in broader processes of social learning and rural transformation.

Methodology

This study adopts a narrative review design suited to synthesizing interdisciplinary scholarship and generating integrative conceptual insight (Green et al., 2006). Because the topic lies at the intersection of tourism studies, rural development, sustainability, digital media, and generational analysis, a narrative review enables findings from adjacent literatures to be interpreted within a common analytical framework.

A structured search was conducted using Google Scholar, Scopus, and Web of Science. Search combinations included Millennials, Generation Y, rural tourism, sustainable rural tourism, user-generated content, peer to peer platforms, digital nomadism, work while travel, transformative tourism, and social learning. The review concentrated primarily on peer reviewed publications published from 2000 onward, while selectively incorporating foundational studies where necessary.

Studies were included if they addressed either: (1) Millennial tourists, including their motivations, values, preferences, and behavioral patterns; or (2) rural tourism

development, including destination characteristics, governance, sustainability, community participation, and digitally mediated tourism practices. Relevant work on digital detox, remote work, and mid term mobility was also considered where it informed the relationship between generational behavior and rural destinations.

The selected sources were analyzed through thematic analysis (Braun & Clarke, 2006). Recurring concepts were coded into five core themes: (1) the changing meaning of rural tourism; (2) generational differences in tourism behavior; (3) Millennial characteristics relevant to rural tourism; (4) the mediating role of digital technologies, user-generated content, and peer to peer platforms; and (5) the developmental, sustainability related, and transformative implications of this relationship. These themes informed a conceptual framework linking generational traits, digital mediation, destination systems, tourism outcomes, and feedback effects through learning and value reorientation.

Results and Discussion

The review indicates that rural tourism has evolved from a niche alternative into a multidimensional rural development strategy. It is increasingly linked to community-based initiatives, creative rural economies, lifestyle entrepreneurship, and smart village imaginaries, making rural tourism a field where experience, identity, social relations, and development agendas intersect.

The literature also confirms the value of a generational approach. Compared with older cohorts, Millennials display a stronger orientation toward experience, flexibility, personalization, and digital mediation (Kim & Park, 2020). Their distinctive position lies in the combination of digital competence, symbolic influence, and relatively strong demand for participatory and experience centered travel.

Several Millennial traits make this cohort especially consequential for rural tourism. One is the preference for authentic, interactive, and participatory experiences. Rather than consuming destinations passively, many seek engagement with

local everyday life through food preparation, agricultural activities, craft making, festivals, and nature-based experiences. Rural settings respond well to this demand because they allow place to be encountered as lived practice rather than staged spectacle. Outstandingly, direct interaction with local residents should be understood not merely as a by product of authenticity, but also as an independent dimension of destination attractiveness.

A second recurring theme is personalized and self-curated travel. For many Millennials, rural destinations offer temporary escape from urban stress, opportunities for mental restoration, and identity relevant experiences. Rural tourism therefore forms part of a broader search for meaning, well being, and alternative temporalities of life, helping explain the appeal of small scale, flexible, and experience rich destinations over standardized tourism products.

A third major finding concerns the central role of digital technologies, user-generated content, and platform mediation. Digital tools shape nearly every stage of Millennial travel, from inspiration and destination discovery to booking, navigation, evaluation, and post-trip sharing (Tonin et al., 2024). In rural tourism, user-generated content is particularly influential because it reduces uncertainty surrounding less familiar destinations. Reviews, photographs, short-form videos, and peer recommendations assist travelers assess accessibility, cleanliness, safety, internet quality, and experiential authenticity. Millennials also actively produce destination narratives through posts, ratings, and visual storytelling, contributing to the symbolic construction of rural places. In this process, destination visibility is increasingly tied to Instagrammability, shareability, and photogenic appeal.

Peer to peer platforms intensify these dynamics by enabling direct access to local accommodation, farm stays, workshops, and small-scale experiences. While such platforms may reduce market entry barriers for rural households and micro-entrepreneurs, their impacts remain unevenly distributed. Visibility often concentrates around a limited number of

highly rated providers, potentially reinforcing local inequalities and increasing pressure on fragile destinations with weak regulatory capacity. These platforms therefore function not only as marketing tools, but also as intermediaries that reshape rural tourism markets and patterns of inclusion.

The review also identifies a digital paradox. Although Millennials are deeply embedded in digital connectivity, part of rural tourism's appeal lies in temporary disconnection, slower rhythms, and relief from continuous online exposure. Many do not seek total disconnection, but rather selective connectivity: enough digital infrastructure to ensure convenience and security, combined with opportunities for restoration and immersion.

Another recurring issue is the attitude to behavior gap. Millennials are often portrayed as more environmentally and socially conscious than earlier generations, and many express support for local economies, cultural preservation, and sustainable travel. However, such attitudes do not consistently translate into practice (Juvan & Dolnicar, 2014). Convenience, affordability, comfort, and social media visibility often shape travel decisions more strongly than stated sustainability commitments. In rural destinations, this gap is particularly consequential because digitally amplified demand can intensify pressure on sensitive environments and communities in the absence of effective planning and governance.

The literature further highlights the heterogeneity of the Millennial cohort. Travel behavior varies substantially by socio-economic position, income, life stage, and national context. In numerous developing countries, including those with contexts similar to Iran, Millennial mobility is often domestic, short duration, and budget sensitive. This challenges generalized portrayals of Millennials as globally mobile, high spending experiential tourists and underscores the need for context sensitive theorization.

From a rural development perspective, Millennials play a distinctive role in expanding the rural experience economy. Their demand supports products and

services beyond accommodation and food, including workshops, agritourism, micro events, guided nature activities, and community-based experiences. Their digital literacy can also connect rural actors to online marketing, platform economies, and reputation systems. In some contexts, the literature points to new forms of return to rurality, semi-rural living, tourism entrepreneurship, and the convergence of tourism with remote work, including digital nomadism, work while travel, and mid-term stays.

Yet these opportunities are inseparable from major risks. Poorly governed Millennial-oriented tourism may intensify pressure on water, land, waste systems, and local infrastructure, while also accelerating cultural commodification, visual homogenization, and uneven benefit distribution. Its developmental value therefore depends on governance quality, participatory planning, community control, and destination management capacity. Attracting this cohort also requires more than marketing alone: rural destinations need transport and internet infrastructure, digital branding, online visibility, creative and interactive spaces, and the digital and entrepreneurial capabilities of local providers.

The paper's main conceptual contribution lies in reframing Millennial tourists not only as consumers, but also as potential participants in transformative rural tourism processes. The encounter between Millennial individualism, self-expression, and digitally mediated lifestyles, on the one hand, and rural social capital, reciprocity, place attachment, and collective practice, on the other, may generate forms of social learning. Through meaningful contact with local communities and participation in everyday rural life, some Millennials may reassess consumerist and individual centered urban routines. Rural tourism thus emerges not only as a field of consumption, but also as a site of reflexivity, value negotiation, and possible social reorientation.

Accordingly, the paper proposes a conceptual framework linking five dimensions: (1) Millennial generational characteristics; (2) digital technologies and

social media mediation; (3) rural destination characteristics and governance systems; (4) travel behaviors and their economic, socio-cultural, and environmental outcomes; and (5) social learning and transformation as feedback processes. The relationship is cyclical rather than linear: generational traits and digital practices shape destination dynamics and development outcomes, while rural experiences may, in turn, reshape values, ethical orientations, and future representations of place.

Conclusion

This review demonstrates that the relationship between Millennials and rural tourism is strategically important yet still underdeveloped in the literature. Millennials should not be understood simply as a tourism market segment; they represent a generational force reshaping rural tourism through digital mediation, experience-oriented demand, symbolic destination production, entrepreneurial potential, and selective concern for authenticity and sustainability.

At the same time, this relationship is structurally ambivalent. Millennials can help diversify rural livelihoods, stimulate innovation, strengthen community-based tourism, and expand the rural experience economy. Under weak governance, however, the same dynamics may generate ecological pressure, cultural commodification, unequal benefit distribution, and unstable dependence on platform-driven tourism markets. The central policy implication is, therefore, not merely to attract Millennial tourists, but to govern their presence through participatory, community-centered, and sustainability-oriented frameworks.

The paper consequently argues for moving beyond a narrow market-centered view of younger tourists. Under appropriate institutional conditions, Millennials can be approached as active actors in rural tourism development rather than passive consumers of place. Future research should examine intra generational diversity more systematically, investigate the sustainability attitude to behavior gap, explore the uneven effects of platform economies across rural

destinations, and further develop rural tourism as a site of transformative learning and social reorientation.

Funding

There is no funding support.

Authors' Contribution

Hojjat Varmezary: Idea and conceptualization, methodology, data analysis, article framework and article editing

Paria Siahbidi: Data collection, initial text compilation, collection of some sources, writing of the initial text

Reihaneh Behrouz: Collection of some sources, preparation of figures.

Conflict of Interest

Authors declared no conflict of interest.

Acknowledgments

We are grateful to the three subject-matter experts who supported us in validating the theory.

گردشگری روستایی نسل هزاره در ایران: رویکردی نسلی به سیاست‌گذاری، حکمرانی و ظرفیت‌های تحول‌آفرین

حجت ورمزیاری^۱ ✉، پریا سیاه‌بیدی^۲، ریحانه بهروز^۳

۱- نویسنده مسئول، گروه مدیریت و توسعه کشاورزی، دانشکده اقتصاد و توسعه کشاورزی، دانشگاه تهران، کرج، ایران. رایانامه: Varmazyari@ut.ac.ir

۲- گروه مدیریت و توسعه کشاورزی، دانشکده اقتصاد و توسعه کشاورزی، دانشگاه تهران، کرج، ایران. رایانامه: Paryasiahbidi@ut.ac.ir

۳- گروه مدیریت و توسعه کشاورزی، دانشکده اقتصاد و توسعه کشاورزی، دانشگاه تهران، کرج، ایران. رایانامه: behrouz.reyhaneh@ut.ac.ir

چکیده

اطلاعات مقاله

نوع مقاله:
مقاله پژوهشی

تاریخ دریافت:

۱۴۰۴/۱۰/۲۶

تاریخ بازنگری:

۱۴۰۴/۱۲/۰۷

تاریخ پذیرش:

۱۴۰۵/۰۱/۱۳

تاریخ چاپ:

۱۴۰۵/۰۲/۰۶

واژگان کلیدی:

نسل هزاره،
گردشگری روستایی،
فناوری‌های
دیجیتال،
پایداری،
اقتصاد تجربه.

این مقاله مروری به تقاطع دو روند کلیدی در گردشگری معاصر می‌پردازد: ظهور نسل هزاره به عنوان بازیگر محوری در بازار گردشگری و برجسته شدن گردشگری روستایی در دستور کار توسعه محلی. در مطالعه حاضر، با اتکا بر مرور روایتی ادبیات و جستجو در پایگاه‌های بین‌المللی، مطالعات مرتبط با نسل هزاره، گردشگری و گردشگری روستایی شناسایی و با استفاده از تحلیل مضمون تلفیق شد. نسل هزاره، در مقایسه با نسل‌های پیشین، گرایش بیشتری به تجربه‌گرایی، جستجوی اصالت، خود ابرازی و ترکیب کار-سفر دارد؛ ویژگی‌هایی که در صورت طراحی محصول، حکمرانی و بهره‌گیری هوشمندانه از پلتفرم‌های هم‌تا به هم‌تا، می‌تواند روستاها را به یکی از مقاصد جذاب برای این نسل بدل کند. هم‌زمان، فناوری‌های دیجیتال و شبکه‌های اجتماعی، ضمن تسهیل دیده شدن روستاها، ریسک‌هایی همچون ناپایداری تقاضا، فشار بر ظرفیت تحمل و تعمیق شکاف‌های نهادی را نیز به همراه دارند و شکاف میان نگرش‌های هزاره‌ای‌ها و رفتار واقعی آن‌ها را برجسته می‌کنند. مقاله نشان می‌دهد مواجهه هزاره‌ای‌ها با سرمایه اجتماعی و سبک‌های زیست جمعی روستا، می‌تواند به یادگیری اجتماعی و بازاندیشی در سبک زندگی فرد محور آن‌ها منجر شود. درنهایت، چارچوبی مفهومی یکپارچه پیشنهاد می‌شود که سازوکارهای پیوند میان ویژگی‌های نسلی، فناوری‌های دیجیتال، ویژگی‌های مقصد و پیامدهای چندبعدی را تبیین و مسیرهای اصلی پژوهش‌های آتی را ترسیم می‌کند.

استناد: ورمزیاری، حجت؛ سیاه‌بیدی، پریا و بهروز، ریحانه. (۱۴۰۵). گردشگری روستایی نسل هزاره در ایران: رویکردی نسلی به سیاست‌گذاری، حکمرانی و ظرفیت‌های تحول‌آفرین. *مجله پژوهش‌های روستایی*، ۱۷ (۱)، ۱۴۰-۱۲۵.

<http://doi.org/10.22059/jrur.2026.412469.2097>

مقدمه

گردشگری یکی از پیشران‌های مهم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی است و نواحی روستایی، به دلیل برخورداری از جاذبه‌های طبیعی و فرهنگی، سبک زندگی متمایز و مهمان‌نوازی جامعه محلی، ظرفیت بالایی برای توسعه این بخش دارند. درعین‌حال، تمرکز جمعیت در کلان‌شهرها و فشارهای ناشی از زندگی شهری، گرایش شهرنشینان به سفر به نواحی روستایی را با هدف کسب آرامش، تجربه طبیعت و فاصله گرفتن از تنش‌های روزمره افزایش داده است (Varmazyari et al., 2018; Varmazyari et al., 2016).

با این همه، موفقیت گردشگری روستایی به شناخت دقیق ساختار تقاضا و ویژگی‌های گردشگران وابسته است. انگیزه‌ها، نیازها و ترجیحات سفر در بستر تحولات اجتماعی و فرهنگی دگرگون می‌شوند و نسل‌های مختلف، الگوهای متفاوتی از رفتار گردشگری بروز می‌دهند. از این‌رو، درک تفاوت‌های نسلی در نگرش‌ها و سبک‌های سفر، برای طراحی محصولات، خدمات و سیاست‌های متناسب با بازار هدف ضروری است (Benckendorff et al., 2010; Li et al., 2013). غفلت از این تفاوت‌ها، به ویژه در برنامه‌ریزی گردشگری روستایی، می‌تواند به سیاست‌گذاری منفعلانه و ناتوانی در بهره‌گیری پایدار از ظرفیت‌های محلی بینجامد (Imani & Madani, 2024).

در ایران، همانند بسیاری از کشورها، گردشگری روستایی غالباً بدون شناخت کافی از پیشران‌های جدید تقاضا و با فرض وجود «گردشگر متوسط» برنامه‌ریزی شده است. این رویکرد، با وجود برخی پیامدهای مثبت، در مواردی به مشکلاتی چون ازدحام بیش از حد، فشار بر منابع طبیعی، تخریب پوشش گیاهی، تغییر کاربری اراضی، تهدید تنوع زیستی، تنش‌های اجتماعی و توزیع ناعادلانه منافع گردشگری انجامیده است (Askarpour et al., 2021; Dehghani et al., 2020; Torabi et al., 2024). بنابراین، آینده گردشگری روستایی مستلزم فهم دقیق‌تر تحولات تقاضا، به ویژه از منظر تفاوت‌های نسلی است.

در سال‌های اخیر، رویکرد نسلی به یکی از چارچوب‌های مهم تحلیل رفتار گردشگران تبدیل شده و نسل‌های مختلف، از نسل انفجار و نسل X تا نسل Z و آلفا، در مطالعات گردشگری موردتوجه قرار گرفته‌اند (Seyfi et al., 2023). در این میان، نسل هزاره به دلیل وزن جمعیتی، سبک زندگی و ویژگی‌های رفتاری خود، اهمیت ویژه‌ای برای گردشگری روستایی دارد. این نسل که معمولاً متولدین ۱۹۸۱ تا ۱۹۹۶ را دربر می‌گیرد، با سواد دیجیتال بالا، استفاده گسترده از شبکه‌های اجتماعی، گرایش به تجربه‌های اصیل و مشارکتی و حساسیت نسبی به مسائل محیط‌زیستی و ارزشی شناخته می‌شود (Sofronov, 2018). هزاره‌ای‌ها بیش از آنکه به بازدید صرف از جاذبه‌ها علاقه‌مند باشند، به تعامل نزدیک‌تر با فرهنگ محلی، مشارکت در فعالیتهای بومی، تجربه غذاهای سنتی و حضور در زندگی روزمره جامعه میزبان تمایل دارند (Gao & Wu, 2017). از این‌رو، میان ویژگی‌های این نسل و ظرفیت‌های گردشگری روستایی هم‌خوانی معناداری وجود دارد.

با این حال، جذب مؤثر این نسل مستلزم بازاندیشی در زیرساخت‌ها، خدمات، بازاریابی و شیوه‌های حکمرانی در مقصدهای روستایی است. برنامه‌ریزی آگاهانه برای نسل هزاره می‌تواند به توزیع گسترده‌تر منافع گردشگری، تقویت اقتصاد محلی و ارتقای پایداری توسعه روستایی کمک کند. باوجوداین، مرور مطالعات داخلی نشان می‌دهد که رویکرد نسلی، به ویژه با تمرکز بر نسل هزاره، هنوز جایگاه برجسته‌ای در پژوهش‌های گردشگری روستایی ایران ندارد و بررسی منسجمی درباره ظرفیت‌ها، چالش‌ها و الزامات جذب پایدار این نسل در دسترس نیست.

بر این اساس، پژوهش حاضر با تمرکز بر نسل هزاره، در پی آن است که ویژگی‌ها، انگیزه‌ها و انتظارات این نسل را در پیوند با گردشگری روستایی تبیین کند و از خلال تحلیل این تلاقی، ملاحظات و الزامات اساسی برای جذب مؤثر و پایدار

آنان به نواحی روستایی را استخراج نماید. یافته‌های این پژوهش می‌تواند برای سیاست‌گذاران، برنامه‌ریزان توسعه روستایی، مدیران مقصد و فعالان صنعت گردشگری، در طراحی سیاست‌ها و راهبردهای مبتنی بر رویکرد نسلی، راهگشا باشد.

روش پژوهش

روش‌شناسی این پژوهش بر پایه مرور روایتی^۱ استوار است. مرور روایتی، مطابق با رویکرد پیشنهادی گرین و همکاران (Green et al., 2006)، امکان ترکیب انتقادی و تفسیرگرایانه ادبیات را برای پاسخ‌گویی به پرسش‌های پیچیده و میان‌رشته‌ای فراهم می‌کند. در این مطالعه، این رویکرد برای جمع‌بندی، تفسیر و تحلیل انتقادی دانش موجود در دو حوزه «گردشگران نسل هزاره» و «گردشگری روستایی» به منظور شناسایی الزامات و ملاحظات کلیدی برای جذب این نسل در مناطق روستایی به کار گرفته شده است.

جستجوی منابع در پایگاه‌های داده علمی معتبر بین‌المللی (از جمله Google Scholar، Scopus و Web of Science) و مجلات تخصصی حوزه گردشگری انجام گرفت. در این جستجو از ترکیب واژگان کلیدی اصلی شامل «نسل هزاره»، «گردشگری روستایی»، «جذب گردشگر» و «ترجیحات سفر» استفاده شد. تمرکز اصلی بر مقالات منتشر شده از سال ۲۰۰۰ به بعد بود؛ با این حال، برخی منابع کلاسیک پیش از این سال نیز برای تبیین مفاهیم بنیادی گردشگری روستایی و دسته‌بندی‌های نسلی مورد استفاده قرار گرفتند.

مقالات بر اساس مجموعه‌ای از معیارهای ورود شامل انتشار در نشریات داوری شده، ارتباط مستقیم موضوعی با حداقل یکی از دو حوزه اصلی (نسل هزاره/گردشگری روستایی) و ارائه یافته‌های تجربی یا تحلیل‌های نظری مرتبط با رفتار و ترجیحات سفر، انتخاب شدند. مطالعاتی که فاقد ارتباط محتوایی کافی با موضوع، غیر داوری شده یا صرفاً توصیفی و بدون پیوند روشن با نسل‌ها بودند، کنار گذاشته شدند. انتخاب نهایی مقالات با اتکا بر این معیارها و قضاوت علمی نویسنده صورت گرفت.

مقالات انتخاب شده به صورت انتقادی بررسی شدند و برای سازمان‌دهی یافته‌ها از رویکرد تحلیل مضمون به عنوان چارچوبی راهنما، بر اساس پیشنهادهای براون و کلارک (Braun & Clarke, 2006) استفاده شد. به این منظور، مفاهیم و نتایج تکرارشونده در ادبیات شناسایی و در قالب دسته‌های مفهومی و مضامین کلیدی مرتبط با خواسته‌ها، نیازها و رفتارهای سفر نسل هزاره در مقاصد روستایی بازآرایی شدند. این فرایند به شکل‌گیری مجموعه‌ای از مضامین تحلیلی انجامید که مبنای ساختار دهی یافته‌ها و بحث قرار گرفت. هدف، ارائه روایتی تحلیلی و منسجم از ادبیات موجود و درعین حال، شناسایی شکاف‌های دانشی و حوزه‌های نیازمند پژوهش‌های آتی بود.

یافته‌ها

گردشگری روستایی: از «جایگزین» تا «راهبرد پویای توسعه»

گردشگری روستایی نخست به مثابه شکلی از «گردشگری جایگزین» در برابر گردشگری انبوه مطرح شد و با مقیاس کوچک، پیوند با جامعه محلی، توجه به فرهنگ و سبک زندگی روستایی و اتکا به منابع طبیعی و کشاورزی شناخته می‌شود. این نوع گردشگری عموماً در سکونتگاه‌های کم‌جمعیت، غالباً کمتر از ۱۰ هزار نفر و در فضاهایی با غلبه

کاربرهای کشاورزی، جنگلداری و طبیعی شکل می‌گیرد (Lane, 1994 به نقل از Neumeier & Pollermann, 2014). عناصر اصلی گردشگری روستایی، بر پایه جمع‌بندی رابرتز و هال (۲۰۰۱) از تعریف لین (۱۹۹۴)، شامل استقرار در فضای روستایی، روستایی بودن از نظر عملکردی، مشارکت در فعالیت‌ها و سبک زندگی محلی، تماس شخصی سازی شده، مقیاس کوچک و سنتی، تنوع اشکال و بازگشت بخشی مهم از درآمد به جامعه روستایی است.

هرچند امروز، گردشگری روستایی دیگر صرفاً عرضه «منظر و سکوت» نیست. بلکه در قالب روستاهای هوشمند، اقتصاد روستایی خلاق و کارآفرینی سبک زندگی^۱ به راهبردی پویا برای توسعه تبدیل شده است؛ راهبردی که تجربه اصیل، یادگیری، تعامل اجتماعی و مشارکت محلی را در کانون فعالیت‌ها قرار می‌دهد. در این چارچوب، روستا نه فقط فضای مصرف مناظر، بلکه عرصه‌ای برای تجربه، یادگیری، سبک زندگی بدیل و کنش توسعه‌ای است؛ بستری که نقش نسل‌ها، به ویژه نسل هزاره، در آن برجسته‌تر شده است.

نسل‌های گردشگران

الگوهای سفر در میان نسل‌ها، به ویژه در فضاهای طبیعت محور و روستایی، متفاوت است. نسل انفجار جمعیت^۲ (حدود ۱۹۶۴-۱۹۴۶) بیشتر، سفرهای طولانی، سازمان‌یافته و پرهزینه را ترجیح می‌دهد که بر آسایش، امنیت و خدمات استاندارد استوارند (Farajirad & Aghajani, 2009). این نسل در گردشگری طبیعت محور نیز با برنامه‌ریزی دقیق‌تر عمل می‌کند و اقامتگاه‌های امن‌تر و راحت‌تر را برمی‌گزیند (Mandić et al., 2023)؛ از این رو، کمتر به مقاصد روستایی دورافتاده و کم‌زیرساخت گرایش دارد و بیشتر تقاضا را به سوی مقاصد تثبیت‌شده سوق می‌دهد. این گروه عمدتاً با الگوی گردشگران نهادهی شده کوهن^۳ (۱۹۷۲) قابل توضیح است.

نسل X (حدود ۱۹۸۰-۱۹۶۵) میان نسل انفجار جمعیت و نسل هزاره قرار می‌گیرد و ترکیبی از سفر سازمان‌یافته و استقلال بیشتر را می‌پسندد (Mandić et al., 2023). این نسل در گردشگری طبیعت محور نیز انعطاف‌پذیرتر است و هم‌زمان ماجراجویی و آرامش را جست‌وجو می‌کند (Mandić et al., 2023)، اما تعهدات شغلی و خانوادگی، ظرفیت آن را برای تحرک بلندمدت و گشودن مقاصد جدید روستایی محدود می‌سازد.

نسل هزاره (حدود ۱۹۸۰-۱۹۹۶)، با وجود تفاوت‌های جزئی در مرزبندی زمانی آن در منابع (۱۹۸۰-۲۰۰۰، ۱۹۹۹-۱۹۸۰، یا ۱۹۸۰-۱۹۹۶)، با وابستگی بالا به فناوری، استقلال‌طلبی و تجربه‌گرایی شناخته می‌شود (Bayram, 2021; Kim & Park, 2020). این نسل به قیمت حساس‌تر است، سفرهای کوتاه‌تر و مستقل‌تر را ترجیح می‌دهد و به تجربه‌های تعاملی علاقه‌مند است. در گردشگری غذایی و فرهنگی نیز در پی تجربه‌های اصیل و متنوعی است که به‌شدت از رسانه‌های اجتماعی و نظرات همسالان اثر می‌پذیرند (Barzallo-Neira & Juan Ignacio, 2025) و در همه مراحل سفر به فناوری و محتوای تولیدشده توسط کاربر^۴ متکی است (Hudson., 2024).

نسل Z (حدود ۱۹۹۷-۲۰۱۲) کاملاً دیجیتال محور، شبکه‌ای و چندرسانه‌ای است و ادغام فناوری در تجربه سفر را بدیهی می‌داند و برای محصولات شخصی سازی شده و تعاملی ارزش قائل است (Horváth et al., 2025). این نسل در گردشگری غذایی و تجربه‌ای، به دنبال تجربه‌های نوآورانه و قابل اشتراک‌گذاری است و مقاصدی را ترجیح می‌دهد

1. lifestyle entrepreneurship

2. Boomer

3. Cohen

4. User Generated Content (UGC)

که امکان تولید محتوا، فیلم‌برداری و حتی کسب درآمد از طریق ولاگ^۱ و شبکه‌های اجتماعی را فراهم کنند (Batat, 2022; Barzallo-Neira & Juan Ignacio, 2025). با این حال، محدودیت قدرت خرید و نقش ضعیف‌تر در تصمیم‌گیری اقتصادی خانوار، اثر ساختاری آن را فعلاً کمتر از نسل هزاره نگه داشته است. نسل آلفا (متولدین پس از حدود ۲۰۱۲) نیز هرچند هنوز در حال شکل‌گیری است، به احتمال زیاد به سوی تجربه‌های سفری بسیار شخصی سازی شده و عمیقاً فناوری محور گرایش خواهد داشت (Ivancsóné Horváth et al., 2025).

تلاقی نسل هزاره و گردشگری روستایی

در ادبیات اخیر، «گردشگری روستایی پایدار» با تأکید بر پیوند اهداف اقتصادی، حفاظت محیط‌زیست، عدالت اجتماعی و مشارکت معنادار جامعه محلی برجسته شده است (Lane & Kastenholtz, 2015; Mariyam et al., 2024). هم‌زمان، بسیاری از مقاصد روستایی در پاسخ به علاقه نسل هزاره به تجربه‌های اصیل، پایدار و مشارکتی، محصولات خود را از «بازدید صرف» به «تجربه زیسته» ارتقا داده‌اند؛ روندی که در کنار فرصت‌های توسعه، چالش‌هایی چون مدیریت ظرفیت، ازدحام و فشار بر منابع را نیز به همراه داشته است. با این حال، ادبیات پیوند «نسل هزاره-گردشگری روستایی» هنوز نوظاست. پژوهش‌های اولیه درباره هزاره‌ای‌ها، بیشتر بر گردشگری شهری، ماجراجویانه و تجربه محور متمرکز بوده‌اند (Benckendorff et al., 2010; Davari et al., 2014; Cohen et al., 2024). مطالعات گردشگری روستایی بیشتر از منظر توسعه منطقه‌ای و مشارکت محلی به موضوع نگرینسته و تفاوت‌های نسلی را کمتر لحاظ کرده‌اند (Lane & Kastenholtz, 2015; Mariyam et al., 2024).

باوجوداین، پژوهش‌های جدید در اروپا، آمریکای شمالی، آسیا و آمریکای لاتین نشان می‌دهد که ویژگی‌های نسل هزاره ازجمله جست‌وجوی تجربه‌های اصیل و تمایل به «زندگی مانند یک محلی»، با ظرفیت‌های محیط‌های روستایی سازگار است. ازاین‌رو، روستاها می‌توانند به خوبی به نیازهای فرهنگی، اجتماعی و روانی این نسل پاسخ دهند. با این همه، هزاره‌ای‌ها هم‌زمان انتظار بیشتری از کیفیت خدمات، دسترسی به اینترنت و امکانات رفاهی دارند؛ بنابراین، توسعه گردشگری روستایی برای این گروه مستلزم تلفیقی دقیق از «اصالت فرهنگی و طبیعی» و «راحتی و امکانات مدرن» است؛ تلفیقی که در صورت مدیریت نامناسب، یا به ساخت‌وساز گسترده و فشار بر منابع می‌انجامد، یا از برآوردن انتظارات این نسل باز می‌ماند.

ویژگی‌های نسل هزاره در گردشگری روستایی

در ادبیات، نسل هزاره با ویژگی‌هایی مانند فناوری دوستی، تجربه‌گرایی، استقلال‌طلبی و حساسیت نسبی به پایداری شناخته می‌شود و از گروه‌های اثرگذار در بازار گردشگری به شمار می‌آید (Bayram, 2021; Gök, 2024; Kim & Park, 2020). مهم‌ترین ویژگی‌های این نسل در این حوزه عبارت‌اند از:

جستجوی تجربه‌های اصیل و تعاملی

هزاره‌ای‌ها به جای بازدید صرف، خواهان مشارکت در زندگی روزمره روستا، مانند طبخ غذای محلی، حضور در آیین‌ها و تجربه فعالیت‌های بومی هستند. از همین رو، اقامتگاه‌های بوم‌گردی و خانه‌های محلی برای آنان جذابیت بیشتری دارد.

تمایل به سفر شخصی سازی شده و طبیعت محور

این نسل ترجیح می‌دهد سفر را متناسب با علایق و ارزش‌های خود طراحی کند. همچنین زیست در محیط‌های شهری و دیجیتال، گرایش آنان را به طبیعت، آرامش و فضاهای بکر روستایی افزایش داده است.

علاقه به ارتباط مستقیم با جامعه میزبان

نسل هزاره به تعامل چهره به چهره با مردم محلی و مشارکت در فعالیت‌های روزمره علاقه‌مند است؛ ویژگی که گردشگری روستایی به خوبی فراهم می‌کند (Zeng & Gerritsen, 2014). از این نظر، آنان به گردشگران غیر نهادی کوهن (۱۹۷۲) شباهت دارند.

فناوری دوستی و نقش محتوای تولیدشده توسط کاربر

فناوری در همه مراحل سفر هزاره‌ای‌ها نقش محوری دارد و تصویر مقصد را بیش از تبلیغات رسمی، محتوای تولیدشده توسط کاربران شکل می‌دهد (Pencarelli et al., 2020). عکس‌ها، نقدها، امتیازها و روایت‌های کاربران، در کاهش ریسک ادراک‌شده، انتخاب مقصد و بازنمایی تجربه سفر اثرگذارند (Walia & Jasrotia, 2021). از این رو، مقاصد روستایی فوتوژنیک و قابل اشتراک‌گذاری برای آنان جذاب‌ترند (Adiatma et al., 2024; Xu et al., 2023). همچنین، پیوند این نسل با پلتفرم‌های هم‌تا به هم‌تا^۱ و سبک زندگی «دیجیتال نومادیزم یا خانه‌به‌دوشی دیجیتال»^۲ نیز قابل توجه است. دیجیتال نومادیزم به سبکی از زندگی و کار گفته می‌شود که فرد در آن:

- به یک محل جغرافیایی ثابت وابسته نیست،

- کار خود را به صورت کاملاً آنلاین انجام می‌دهد،

- می‌تواند در شهرها یا کشورهای مختلف زندگی کند و جابه‌جا شود.

در واقع، دیجیتال نومادها، به افرادی اطلاق می‌شود که با تکیه بر فناوری‌های دیجیتال، امکان انجام کار از راه دور را دارند و به صورت سیال و اغلب میان‌مدت در مقصدهای مختلف زندگی و کار می‌کنند ویژگی‌های نسل هزاره مانند مهارت دیجیتال، انعطاف شغلی، ارزش‌گذاری تجربه سفر و کار از راه دور، با این سبک زندگی هم‌خوانی دارد (Mancinelli, 2020; Reichenberger, 2018; Thompson, 2019).

پارادوکس دیجیتال و گرایش به قطع ارتباط^۳

بخش قابل توجهی از هزاره‌ای‌ها، در عین وابستگی ساختاری به گوشی هوشمند و شبکه‌های اجتماعی، نوعی خستگی و فرسودگی دیجیتال^۴ را تجربه می‌کنند؛ گرایشی که در ادبیات، با گردشگری عاری از فناوری دیجیتال^۵ توصیف شده است (Dickinson et al., 2016; Harmon, & Duffy, 2023; Ozdemir & Goktas, 2021). رفتار قطع ارتباطات دیجیتال در میان هزاره‌ای‌ها طیفی است: از ۱) قطع کامل اتصال مشتمل بر انتخاب مقاصد فاقد شبکه، تحویل داوطلبانه موبایل، اقامت در اقامتگاه‌های بوم‌گردی بدون فناوری تا ۲) قطع نسبی مشتمل بر محدود کردن زمان استفاده، خاموش کردن نوتیفیکیشن‌ها و ۳) قطع زمینه‌ای که خود فضا و فعالیت‌ها، مانند کوه‌نوردی، پیاده‌روی طولانی، کمپینگ یا روستاهای با زیرساخت ارتباطی محدود، امکان کاهش اتصال را فراهم می‌کند. فضاهای روستایی به دلیل آرامش و محدودیت نسبی اتصال، بستر مناسبی برای این تجربه فراهم می‌کنند.

1. P2P

2. Digital Nomadism

3. digital detox

4. digital fatigue/techno-stress

5. Digital Free Tourism, Unplugged tourism, off-the-grid vacations

رویکرد نسبتاً پایدار و مسئولانه

مطالعات نشان می‌دهد که هزاره‌ای‌ها نسبت به محیط‌زیست، فرهنگ بومی و اقتصاد محلی حساس‌ترند و به اشکال پایدارتر سفر، مانند بوم‌گردی و گردشگری اجتماع محور توجه بیشتری دارند (Benckendorff et al., 2010; Davari, 2007; Saxena et al., 2007; Lane & Kastenholz, 2015; et al., 2024). با این حال، میان نگرش و رفتار آنان همیشه انطباق کامل وجود ندارد و برخی الگوهای سفر، مانند سفرهای کوتاه مدت مکرر یا استفاده از حمل‌ونقل هوایی، می‌تواند با این ارزش‌ها در تعارض باشد (Dolnicar, 2010; Higham et al., 2013; Juvan & Dolnicar, 2014; Gössling et al., 2021).

جایگاه متمایز نسل هزاره در میان نسل‌های X, Boomer و Z

در میان نسل‌های مختلف، نسل هزاره به دلیل برخورداری هم‌زمان از قدرت خرید، سواد دیجیتال، تحرک فضایی، گرایش به تجربه و حساسیت نسبی به پایداری، جایگاهی متمایز در پیوند گردشگری روستایی و توسعه روستایی دارد. درحالی‌که نسل انفجار جمعیت بیشتر تقویت‌کننده بازار موجود، نسل X بخشی مهم اما نسبتاً محافظه‌کار و نسل Z نیروی آینده اما هنوز فاقد بلوغ کامل اقتصادی است، نسل هزاره در موقعیتی تعادلی و راهبردی قرار دارد. تمایز مهم هزاره‌ای‌ها در آن است که فقط مصرف‌کننده خدمات گردشگری نیستند، بلکه از طریق محتوای تولیدشده توسط کاربر، برای روستا سرمایه نمادین و روایی تولید می‌کنند و تصویر آن را به مقصدی جذاب، قابل‌تصور و قابل اشتراک‌گذاری تبدیل می‌سازند. همچنین این نسل، دست‌کم در سطح نگرشی، حساسیت بیشتری به پایداری محیط‌زیستی، حفظ فرهنگ محلی و عدالت اجتماعی دارد و می‌تواند الگوهای مسئولانه‌تر توسعه را تقویت کند. از نظر اقتصادی نیز هزاره‌ای‌ها با تقویت «اقتصاد تجربه» در روستا، تقاضا برای فعالیت‌های مشارکتی، تجربه محور و نوآورانه را افزایش می‌دهند؛ امری که می‌تواند به تنوع‌بخشی معیشت روستایی، شکل‌گیری کسب‌وکارهای کوچک و افزایش ارزش افزوده گردشگری منجر شود. افزون بر این، سواد دیجیتال بالای این نسل، آن را به واسطه‌ای برای انتقال فناوری، گسترش بازاریابی دیجیتال و توسعه پلتفرم‌های رزرو و اقتصاد اشتراکی در روستا تبدیل کرده است. در نتیجه، نسل هزاره را می‌توان نسل پیشران در سیاست‌گذاری گردشگری روستایی دانست؛ نسلی که هم در سوی تقاضا، هم در سوی عرضه و هم در سطح گفتمان سازی و ترویج مقصد، نقشی چندبعدی و راهبردی ایفا می‌کند. جدول (۱) نسل‌های X, Boomer, Y و Z را در پیوند گردشگری روستایی و توسعه روستایی را مقایسه کرده است.

جدول ۱. مقایسه نسل‌های X, Boomer, Y و Z در پیوند گردشگری روستایی و توسعه روستایی

نسل	رویکرد به سفر	ظرفیت دیجیتال و روایی	نقش در گردشگری روستایی	نقش در توسعه روستایی
نسل بیبی‌بومر (۱۹۴۵-۱۹۶۴)	تأکید بر آسایش، امنیت و خدمات استاندارد؛ ترجیح تورهای سازمان‌یافته و مقاصد شناخته‌شده؛ ریسک‌گریزی بیشتر در قبال مقاصد روستایی دورافتاده	سواد دیجیتال نسبتاً پایین‌تر؛ استفاده محدودتر از شبکه‌های اجتماعی؛ تولید و انتشار محدود UGC	تقویت تقاضا برای روستایی تثبیت‌شده و کم‌ریسک؛ ترجیح بسته‌های استاندارد و خدمات سازمان‌یافته	نقش محدود در کشف مقاصد جدید روستایی و نوآوری؛ سهم کمتر در انتقال فناوری و تحول ساختاری اقتصاد روستا
نسل X (۱۹۶۵-۱۹۸۰)	گرایش ترکیبی؛ بخشی علاقه‌مند به تجربه‌های بدیل، اما تحت تأثیر تعهدات خانوادگی و شغلی؛	سواد دیجیتال متوسط؛ استفاده از پلتفرم‌های آنلاین برای جست‌وجو و رزرو؛ تولید محدود	بخش مهمی از بازار گردشگری روستایی، اما نسبتاً محافظه‌کار در انتخاب مقصد و محصول؛ تمایل به مقاصد نیمه سنتی/نیمه نو	ظرفیت محدود برای سرمایه‌گذاری و نوآوری به دلیل محدودیت زمانی و خانوادگی؛ نقش محدود در بازطراحی ساختار اقتصادی روستا

الگوی سفر غالباً خانوادگی	UGC	
تجربه محور، معناگرا و اصالت جو؛ تحرک مکانی بیشتر و انعطاف بالاتر (ازجمله با کار از راه دور)	سواد دیجیتال بالا؛ حضور فعال در شبکه‌های اجتماعی؛ تولید گسترده UGC (عکس، ویدئو، نقد و استوری) با اثرات شبکه‌ای قوی	نسل هزاره (۱۹۸۱-۱۹۹۶)
گرایش قوی به سفرهای هیئت محور، متفاوت و ارزش‌مدار؛ علاقه به مقاصد خاص و «فتوژنیک»	سواد دیجیتال بسیار بالا؛ حضور شدید در شبکه‌های اجتماعی؛ تولید زیاد UGC اما با قدرت خرید و سرمایه کمتر	نسل Z (حدود ۲۰۰۰/۱۹۹۵ به بعد)
نسل هزاره	نسل پیش‌ران گردشگری روستایی؛ کشف و عادی‌سازی مقاصد جدید؛ تقاضا برای تجربه‌های اصیل، پایدار و مشارکتی؛ ایفای نقش هم‌زمان به عنوان گردشگر، کارآفرین، روایت‌گر مقصد و کنشگر پایداری	بازیگر استراتژیک در توسعه روستایی؛ تقویت اقتصاد تجربه، تنوع‌بخشی معیشت روستایی، انتقال فناوری و نوآوری، کارآفرینی گردشگری، تقویت مهاجرت معکوس و مطالبه‌گری برای بهبود زیرساخت و حکمرانی محلی
نسل Z (حدود ۲۰۰۰/۱۹۹۵ به بعد)	نقش نوظهور در بازار گردشگری روستایی؛ بیشتر به عنوان جریان ساز فرهنگی و انتخاب‌کننده مقاصد خاص	پتانسیل بالا برای آینده در کارآفرینی و کنشگری اجتماعی، اما در حال حاضر به دلیل محدودیت مالی و تجربه، نقش ساختاری محدودتری در توسعه اقتصادی روستا دارد

چالش‌های موقعیت منحصربه‌فرد نسل هزاره در گردشگری روستایی

جایگاه متمایز نسل هزاره در پیوند گردشگری روستایی و توسعه روستایی، هم‌زمان فرصت‌زا و مخاطره‌آمیز است. این نسل با گرایش به تجربه‌های اصیل، بومی و طبیعت محور، تقاضا برای اقتصاد تجربه را در روستاها تقویت می‌کند و از طریق رسانه‌های اجتماعی و محتوای تولیدشده توسط کاربر، در بازنمایی و جذاب سازی مقاصد روستایی نقش مهمی دارد (Liu, & Li, 2020; Yousaf et al., 2018). همچنین حساسیت نسبی آن به پایداری و حمایت از اقتصاد محلی، می‌تواند به تقویت کسب‌وکارهای کوچک و نقد الگوهای گردشگری انبوه بینجامد (Barcellos-Paula et al., 2024). با این حال، در نبود مدیریت مناسب، همین الگو می‌تواند موجب فشار بر منابع طبیعی، اراضی کشاورزی، آب، مناظر و تنوع زیستی شود و در روستاهای فاقد زیرساخت کافی، به افزایش پسماند، آلودگی و فشار بر خدمات عمومی منجر گردد (Barakazi, 2023; Hugo, 2020; Liu & Guan, 2005; Ndlovu, 2018). شتاب‌زده و بازنمایی گزینشی روستا در شبکه‌های اجتماعی، خطر تحریف فرهنگ بومی و تشدید احساس نابرابری در جامعه محلی را به همراه دارد (Hugo, 2020).

از سوی دیگر، بسیاری از مقاصد روستایی برای پاسخ‌گویی به انتظارات این نسل با محدودیت‌هایی مانند ضعف زیرساخت حمل‌ونقل و ارتباطی، کمبود خدمات دیجیتال، فقدان فعالیت‌های خلاق و تعاملی، و ضعف در برندینگ و بازاریابی دیجیتال روبه‌رو هستند (Rodrigues et al., 2023). علاوه بر این، مهاجرت جوانان، کمبود آموزش تخصصی و مشارکت محدود هزاره‌ای محلی، ظرفیت نوآوری و مدیریت گردشگری روستایی را تضعیف می‌کند. بنابراین، کیفیت این پیوند به ارتقای زیرساخت‌ها، مدیریت ظرفیت برد، تقویت بازاریابی دیجیتال و توانمندسازی جوامع محلی وابسته است. درعین حال، تنش میان فردگرایی نسبی نسل هزاره و منطق همیاری و تعلق جمعی در زیست روستایی، نشان می‌دهد که مسئله، فقط سازگاری مقصد با ترجیحات این نسل نیست؛ بلکه ظرفیت روستا برای تقویت یادگیری اجتماعی و مسئولیت‌پذیری جمعی نیز اهمیت دارد.

ظرفیت تحول‌آفرین گردشگری روستایی در مواجهه با نسل هزاره

رابطه نسل هزاره و گردشگری روستایی را می‌توان فراتر از تطابق بازار و محصول، در چارچوب گردشگری تحول‌آفرین

فهم کرد (Reisinger, 2013; Nandasena et al., 2022). نسل هزاره با تجربه محوری، فردگرایی نسبی و جست‌وجوی رشد فردی شناخته می‌شود، حال آنکه زیست روستایی بر اعتماد متقابل، همیاری، تعلق مکانی و سرمایه اجتماعی استوار است (Howe & Strauss, 2000; Putnam, 2000). از این رو، هرگاه تجربه روستایی از مصرف سطحی فراتر رود و به مشارکت، گفت‌وگو و مواجهه معنادار با زندگی محلی بینجامد، می‌تواند زمینه بازاندیشی در ارزش‌ها و سبک زندگی گردشگر را فراهم کند (Lean, 2012). مشارکت در کشاورزی، تولیدات محلی، آیین‌ها و برنامه‌های جامعه‌محور، حساسیت هزاره‌ای‌ها را نسبت به اعتماد، وابستگی متقابل، مسئولیت جمعی و پیامدهای اجتماعی و زیست‌محیطی سفر افزایش می‌دهد و آنان را از مصرف‌کننده صرف به شریک حفظ منابع و توسعه محلی بدل می‌سازد (Higgins-Desbiolles, 2018; Moscardo, 2008; Wearing & Schweinsberg, 2018). در این میان، تنش میان فردگرایی هزاره‌ای و جمع‌گرایی زیست روستایی می‌تواند، در صورت میانجی‌گری مناسب میزبانان و تسهیل‌گران، به منبع یادگیری، بازاندیشی در الگوهای مصرف‌گرایانه و شکل‌گیری تعهدات اخلاقی نسبت به جوامع میزبان و محیط‌های طبیعی تبدیل شود (Brown, 2013; Pritchard et al., 2011). با این حال، تحقق این ظرفیت به طراحی تجربه و کیفیت رابطه میزبان و میهمان وابسته است؛ زیرا اگر گردشگری روستایی به ثبت تصاویر، مصرف نمادین فضا و بازتولید کلیشه‌ها محدود شود، امکان یادگیری کاهش می‌یابد و نگاه ابزاری به جامعه محلی تقویت می‌شود (Urry & Larsen, 2011; Shehade & Stylianou-Lambert, 2020). در مقابل، روایتگری محلی، گفت‌وگوی بین فرهنگی، مشارکت معنادار و تسهیل بازتاب‌گری، احتمال تجربه‌های تحول‌آفرین را افزایش می‌دهد (Nandasena et al., 2022). بنابراین، پیوند مذکور نه فقط ابزاری برای توسعه محلی، بلکه عرصه‌ای برای بازآرایی سبک زندگی، تقویت سرمایه اجتماعی فرامکانی و پرورش شهروندی مسئولانه و حساسیت بیشتر نسبت به پایداری بین نسلی است؛ به ویژه آنکه هزاره‌ای‌ها از طریق بازنمایی دیجیتال و محتوای تولیدشده توسط کاربر نیز در بازتولید و انتشار این روایت‌ها نقش دارند (Higgins-Desbiolles, 2018).

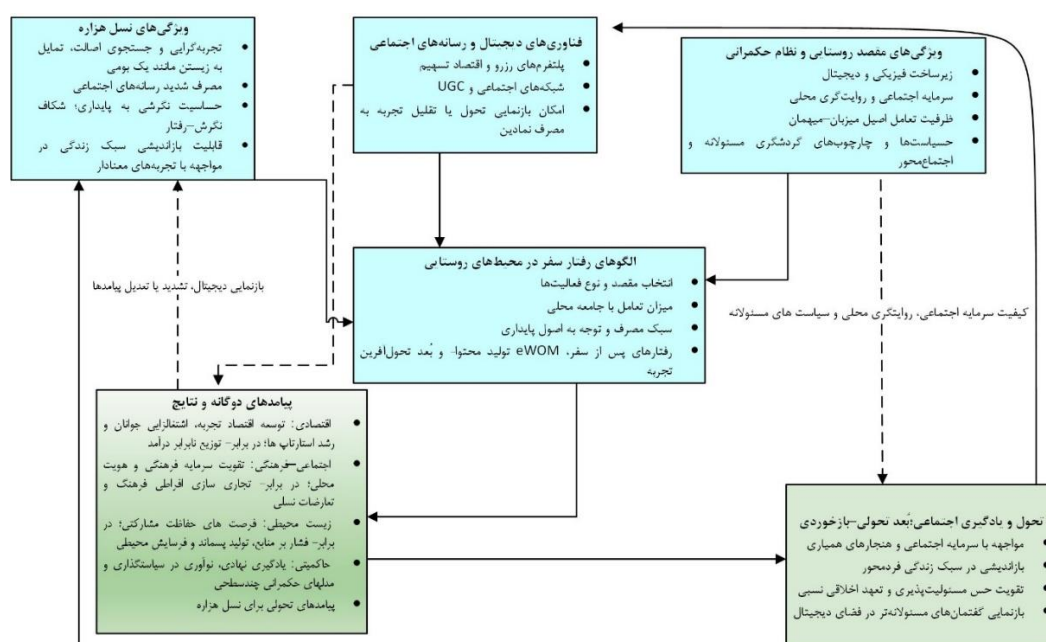
مدل مفهومی تعامل نسل هزاره و گردشگری روستایی

مدل مفهومی تعامل نسل هزاره و گردشگری روستایی، یک نظام پویا و بازخوردی را نشان می‌دهد که در آن سه مؤلفه اصلی، یعنی ویژگی‌های نسلی هزاره‌ای‌ها، فناوری‌های دیجیتال و بستر روستایی، به صورت متقابل بر یکدیگر اثر می‌گذارند. نسل هزاره با ویژگی‌هایی مانند تجربه‌گرایی، جستجوی اصالت، فناوری دوستی، حساسیت نسبی به پایداری و تمایل به تعامل با جامعه محلی، وارد فرایند سفر می‌شود و این ویژگی‌ها، همراه با نقش شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌های دیجیتال، تصویر مقصد، تصمیم سفر، بر نوع فعالیت‌ها، سطح تعامل با جامعه میزبان و رفتارهای پس از سفر، مانند تولید محتوا و دهان به دهان الکترونیک اثر می‌گذارند.

در سوی دیگر، پاسخ مقصد روستایی به این تقاضا، به ظرفیت‌ها و محدودیت‌های آن وابسته است؛ از جمله کیفیت زیرساخت‌های فیزیکی و دیجیتال، سرمایه اجتماعی، روایتگری محلی و نظام حکمرانی و مدیریت مسئولانه. حاصل این تعامل، الگوهای مشخصی از رفتار گردشگری است که می‌تواند از نظر انتخاب مقصد، شدت مشارکت، نوع مصرف تجربه و میزان توجه به پایداری تحلیل شود. پیامدهای این فرایند چندبعدی است. از نظر اقتصادی، می‌تواند به تنوع‌بخشی معیشت روستایی، شکل‌گیری کسب‌وکارهای نوآورانه و اشتغال جوانان بینجامد؛ از نظر اجتماعی و فرهنگی، به بازآفرینی هویت محلی کمک کند و یا در صورت ضعف مدیریت مقصد، به تجاری‌سازی فرهنگ و تعارض‌های اجتماعی منجر

شود؛ و از نظر محیط‌زیستی، فرصت‌هایی برای گردشگری مسئولانه ایجاد کند و یا فشار بر منابع، اراضی و پسماند را افزایش دهد. در این میان، بازنمایی دیجیتال مقصد می‌تواند این آثار را تشدید یا تعدیل کند.

در مرکز این مدل، «تحول و یادگیری اجتماعی» قرار دارد. مواجهه نسل هزاره با هنجارهای جمعی، سرمایه اجتماعی و روایت‌های محلی روستا می‌تواند به بازاندیشی در سبک زندگی فرد محور، تقویت مسئولیت‌پذیری و اصلاح نگرش‌های رفتاری و دیجیتال منجر شود. از این رو، نسل هزاره در این مدل نه فقط مصرف‌کننده گردشگری، بلکه کنشگری است که هم بر مسیر تحول گردشگری روستایی و تحقق اهداف توسعه پایدار اثر می‌گذارد و هم خود، در یک چرخه بازخوردی، دست‌خوش تغییر ارزشی و رفتاری می‌شود (شکل ۱).



شکل ۱. مدل مفهومی تعامل نسل هزاره و گردشگری روستایی با تأکید بر پیامدهای دوگانه و تحول/یادگیری اجتماعی

بحث

این مرور نشان می‌دهد که نسل هزاره در گردشگری روستایی صرفاً یک بخش بازار نیست، بلکه نیرویی نسلی در بازآرایی نسبت میان تحرک، مصرف و فضای روستایی است. همسو با ادبیاتی که بر تجربه‌گرایی، جست‌وجوی اصالت، معنا و خود ابرازی در سفر تأکید دارد (Batat, 2022; Bernardi, 2018; Yousaf et al., 2018)، هزاره‌ای‌ها عموماً کمتر به الگوهای استاندارد شده گردشگری انبوه گرایش دارند و بیشتر در پی تجربه‌هایی مشارکتی، انعطاف‌پذیر و قابل بازنمایی‌اند. با این حال، این گرایش از انتظار برای آسایش، سهولت و اتصال دیجیتال پایدار جدا نیست. همچنین، رواج الگوهایی چون کار در سفر، خانه‌به‌دوشی دیجیتال و اقامت‌های میان‌مدت نشان می‌دهد که برای بخشی از این نسل، سفر از کنشی صرفاً تفریحی فراتر رفته و به سازوکاری برای یادگیری، انباشت مهارت و گسترش شبکه‌های اجتماعی بدل شده است. با وجود این، هزاره‌ای‌ها یک‌دست نیستند. در بسیاری از کشورهای در حال توسعه، ترجیحات آنان به دلیل محدودیت‌های اقتصادی و ساختاری، بیشتر در قالب سفرهای کوتاه مدت، کم‌هزینه و داخلی بروز می‌یابد. از این رو، هر تحلیلی از گردشگری روستایی هزاره‌ای‌ها که بافت، طبقه و جغرافیا را نادیده بگیرد، ناگزیر ساده‌انگارانه خواهد بود.

این ناهمگونی برای مقصدهای روستایی دلالتی مستقیم دارد؛ زیرا نیازها، ترجیحات و امکان‌های سفر هزاره‌ای‌ها یکسان نیست و در نتیجه، پاسخ سیاستی و مدیریتی نیز نمی‌تواند بر تصویری همگن از این نسل استوار باشد. با وجود تأکید فزاینده ادبیات بر حکمرانی مشارکتی، گردشگری اجتماع محور و هماهنگی چند سطحی، سیاست‌گذاری گردشگری روستایی در بسیاری از موارد همچنان نسبت به این تنوع نسلی واکنشی محدود دارد و مشارکت نسل‌های جوان در تصمیم‌گیری و مدیریت مقصد ضعیف باقی‌مانده است. این وضعیت با رویکردهایی همخوان است که گردشگری را نه فقط یک بخش اقتصادی، بلکه عرصه‌ای سیاسی و اجتماعی برای چانه‌زنی بر سر منافع، بازشناسی و توزیع فرصت‌ها می‌دانند (Higgins-Desbiolles, 2018). در این میان، زیرساخت دیجیتال به یکی از کانون‌های اصلی تنش بدل شده است. برای بخشی از هزاره‌ای‌ها، اینترنت پایدار، رزرو آنلاین و دسترسی لحظه‌ای به اطلاعات از شروط بنیادین جذابیت مقصد است، به ویژه آنجا که سفر با کار از راه دور و سبک‌های زندگی سیار درهم می‌آمیزد. در مقابل، برای گروهی دیگر، ارزش تجربه روستایی در تعلیق موقت اتصال و فاصله‌گیری انتخابی از اشباع دیجیتال نهفته است. بنابراین، مقصدهای روستایی باید میان تأمین اتصال کافی و حفظ امکان گسست‌گزینی از زندگی روزمره دیجیتالی شده تعادل برقرار کنند.

پلتفرم‌های هم‌تا به هم‌تا سازوکار اصلی میانجی‌گری این رابطه‌اند، زیرا هم ترجیحات متنوع هزاره‌ای‌ها را به مقصد منتقل می‌کنند و هم دسترسی به مقصد را بازآرایی می‌کنند. این پلتفرم‌ها از طریق نقدها، امتیازدهی‌ها و محتوای تولیدشده توسط کاربران، از یک‌سو ریسک ادراک‌شده مقصدهای کمتر شناخته‌شده را کاهش می‌دهند و ورود عرضه‌کنندگان خرد محلی را تسهیل می‌کنند، و از سوی دیگر، می‌توانند با تمرکز توجه و تقاضا بر بازیگران محدود، نابرابری را بازتولید کرده و در غیاب تنظیم‌گری مؤثر، فشارهای اجتماعی و محیط‌زیستی را تشدید کنند. از این‌رو، پیامدهای حضور هزاره‌ای‌ها در فضاهای روستایی ذاتاً دو وجهی است. همان سازوکارهای دیجیتالی که دیده شدن سریع مقصدها، بازآرایی کم‌هزینه و گردش روایت‌های محلی را ممکن می‌سازند، می‌توانند به ازدحام فصلی، فشار بر منابع، تخریب محیط‌زیست و کالایی شدن یا بازآرایی ایزاری فرهنگ محلی نیز بینجامند. افزون بر این، در بسترهای با تنظیم‌گری ضعیف، دیده شدن گسترده روستا ممکن است ورود سرمایه‌گذاران بیرونی را تسهیل کرده و توزیع منافع را به زیان ساکنان محلی تغییر دهد. بنابراین، نسل هزاره را نمی‌توان ذاتاً حامل توسعه پایدار روستایی دانست، زیرا آثار آن به کیفیت نهادهای ظرفیت تنظیم‌گری و میزان مشارکت واقعی جامعه میزبان وابسته است.

دست‌آورد مفهومی اصلی این مرور، جابه‌جایی کانون تحلیل از هزاره‌ای‌ها به مثابه مصرف‌کنندگان تجربه روستایی، به هزاره‌ای‌ها به مثابه سوژه‌هایی است که خود نیز در خلال این مواجهه دگرگون می‌شوند. بخش مهمی از ادبیات موجود، این نسل را عمدتاً در سوی تقاضا صورت‌بندی کرده است، حال آنکه مواجهه با سرمایه اجتماعی روستا، الگوهای زیست جمعی و شیوه‌های کنش ریشه‌دار در بستر محلی، می‌تواند به یادگیری اجتماعی، بازاندیشی انتقادی و باز تنظیم نسبت افراد با مصرف، فناوری و مسئولیت جمعی بینجامد. این استدلال با ادبیات یادگیری تحولی و درک گردشگری به مثابه تجربه‌ای بالقوه دگرگون‌ساز همخوان است (Moscardo, 2014; Reisinger, 2013)، اما آن را در تقاطع خاص گردشگری روستایی و ذهنیت‌های نسلی هزاره باز صورت‌بندی می‌کند. بر این مبنا، رابطه میان نسل هزاره و گردشگری روستایی باید بازگشتی فهم شود، نه یک‌سویه و خطی. ویژگی‌های نسلی و فناوری‌های دیجیتال الگوهای سفر، مصرف و بازنمایی را شکل می‌دهند، اما تجربه زیسته در بستر روستا نیز می‌تواند تعهدات اخلاقی، منش‌های مصرفی و شیوه‌های بازنمایی دیجیتال این نسل را دگرگون سازد. بنابراین، گردشگری روستایی باید نه فقط میدان مبادله، بلکه عرصه‌ای برای دگرگونی متقابل میان یک نسل و جهان‌های روستایی تلقی شود.

نتیجه‌گیری

این مرور نشان می‌دهد که پیوند میان نسل هزاره و گردشگری روستایی، با وجود اهمیت روبه رشد آن، هنوز از نظر نظری به اندازه کافی بسط نیافته است. هزاره‌ای‌ها با تجربه محوری، جست‌وجوی اصالت، حساسیت نسبی به پایداری و اتکای گسترده به فناوری‌های دیجیتال، علاوه بر اینکه الگوهای تقاضا را تغییر می‌دهند؛ بلکه بر شیوه عرضه، بازنمایی مقصد و شکل‌گیری ارزش در فضاهای روستایی نیز اثر می‌گذارند. در مقابل، مقصدهای روستایی نیز امکان پاسخ‌گویی به بخشی از ترجیحات این نسل را فراهم می‌کنند؛ از جمله نزدیکی به جامعه محلی، مشارکت در جریان زندگی روزمره و فاصله گرفتن موقت از فشردگی زندگی شهری. با این حال، پیامدهای این پیوند از پیش تعیین‌شده نیست. اینکه این فرایند به تنوع‌بخشی معیشت، تقویت سرمایه اجتماعی و حفاظت از منابع منجر شود یا به ازدحام، توسعه نامتوازن، تغییر کاربری، کالایی شدن فرهنگ و بازتولید نابرابری‌ها بینجامد؛ به نحوه تعامل میان ویژگی‌های تقاضای نسلی و ظرفیت‌های ساختاری، نهادی و محیطی مقصد بستگی دارد.

از منظر نظری، این مقاله بر ضرورت فاصله گرفتن از برداشت‌های یک‌دست و فاقد زمینه از نسل هزاره تأکید می‌کند. بررسی این نسل در بستر گردشگری روستایی، بدون توجه به تفاوت‌های درون نسلی بر حسب طبقه، جنسیت، جغرافیا، فرهنگ، سبک زندگی و مرحله زندگی، تصویری ناقص به دست می‌دهد. همچنین فهم این پدیده، نیازمند پیوند دادن مطالعات نسلی در گردشگری با ادبیات گردشگری روستایی، توسعه محلی و مباحث مربوط به پایداری و حکمرانی است. سهم اصلی این مرور در آن است که این حوزه‌ها را در یک چارچوب تحلیلی مشترک به هم نزدیک می‌کند و نشان می‌دهد که رابطه میان ویژگی‌های نسلی، ساختارهای مقصد و پیامدهای گردشگری، رابطه‌ای پویا و چند سطحی است. افزون بر این، مقاله بر ظرفیت گردشگری روستایی برای ایجاد یادگیری و بازاندیشی در خود هزاره‌ای‌ها تأکید دارد و آنان را فقط در جایگاه تقاضاکننده نمی‌بیند، بلکه به عنوان کنشگرانی بالقوه در فرایند دگرگونی نیز در نظر می‌گیرد.

از منظر سیاستی، یافته‌ها نشان می‌دهند که اتکای صرف به منطق بازار، حتی با وجود پلتفرم‌های دیجیتال و شبکه‌های اجتماعی، برای تبدیل این تغییر نسلی به پیشرفتی عادلانه و پایدار کافی نیست. آنچه اهمیت دارد، تقویت حکمرانی چند سطحی، ارتقای ظرفیت‌های نهادی محلی و به رسمیت شناختن نسل‌های جوان، به ویژه هزاره‌ای‌ها، به عنوان مشارکت‌کنندگان فعال در برنامه‌ریزی، مدیریت و بازنمایی مقصد است. در این مسیر، سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های حمل‌ونقل و ارتباطات دیجیتال، توسعه بازاریابی روایت‌محور، حمایت از کارآفرینی خرد روستایی، تقویت فعالیت‌های طبیعت محور و فرهنگی و ایجاد سازوکارهای نهادی برای مشارکت جوانان اهمیت زیادی دارد. همچنین طراحی تجربه‌هایی مانند tech-lite، digital detox و الگوهای کار اشتراکی روستایی می‌تواند به ایجاد تعادل میان نیاز به اتصال و تمایل به فاصله‌گیری موقت از محیط دیجیتال کمک کند. با این وجود، اثربخشی این مداخلات زمانی بیشتر خواهد بود که در چارچوبی گسترده‌تر، شامل مدیریت ظرفیت برد، صیانت از تمامیت فرهنگی، تنظیم فصلی تقاضا و توزیع عادلانه منافع، قرار گیرند. فقط در چنین شرایطی است که مشارکت هزاره‌ای‌ها می‌تواند به جای فرسایش مقصد، به عاملی برای تاب‌آوری و نوسازی روستایی تبدیل شود.

حامی مالی

این اثر حمایت مالی نداشته است.

سهم نویسندگان در پژوهش

حجت ورمزیاری: ایده و مفهوم‌سازی، روش‌شناسی، تحلیل داده‌ها، چارچوب مقاله و ویرایش مقاله

پریا سیاهبیدی: گردآوری داده‌ها، تدوین متن اولیه، گردآوری برخی منابع، نگارش متن اولیه
ریحانه بهروز: گردآوری برخی منابع، آماده‌سازی اشکال

تضاد منافع

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

تقدیر و تشکر

نویسنده از همه کسانی که در انجام این پژوهش به ما یاری رساندند، به ویژه کسانی که کار ارزیابی کیفیت مقالات را انجام دادند، تشکر و قدردانی می‌نماید.

منابع

- ایمانی، بهرام و مدنی، جواد. (۱۴۰۳). شناسایی و تبیین عوامل کارکردی و غیر کارکردی چندگانه در حوزه توسعه پایدار گردشگری روستایی: مطالعه موردی روستاهای شهرستان سرعین. *مجله پژوهش‌های روستایی*، ۱۵ (۴)، ۱۱۷-۱۳۸.
<https://doi.org/10.22059/jrur.2024.372831.1914>
- دهقانی، ندا؛ احمدی، منیژه و فراهانی، حسین. (۱۴۰۳). بررسی اثرات گردشگری بر مناطق روستایی؛ مورد مطالعه بخش مرکزی شهرستان بافت. *روستا و توسعه پایدار فضا*، ۵ (۳)، ۱۳۰-۱۰۴.
- فرج‌راد، عبدالرضا و آقاجانی، صادق. (۱۳۸۸). تحلیل‌های نو از گردشگری و انواع تقسیم‌بندی‌های آن. *سرزمین*، ۶ (۲۳)، ۷۲-۶۱.
- ورمزیاری، حجت، اسدی، علی؛ رحیمی، علیرضا و فقهی، داود. (۱۳۹۵). تحلیل انگیزه‌های گردشگران در انتخاب مقصد گردشگری کشاورزی (مطالعه موردی: بخش الموت شرقی). *مجله پژوهش‌های روستایی*، ۷ (۴)، ۶۴۴-۶۵۷.

References

- Adiatma, D., Rukma, D. F. S., & Rahayu, D. (2024). Instagramable and memorable travel experiences and their influence on revisit intentions at the Bagendit tourism site post-revitalization. *Jurnal Wacana Ekonomi*, 23(3), 224-233. <https://doi.org/10.52434/jwe.v23i3.41551>
- Barakazı, M. (2023). Unsustainable tourism approaches in touristic destinations: A case study in Turkey. *Sustainability*, 15(6). <https://doi.org/10.3390/su15064744>
- Barzalio-Neira, C., & Pulido-Fernández, J. I. (2025). Is the behavior of gastronomic tourists influenced by the generational component? In *Gastronomic tourism: Discovering the world through culinary journeys* (pp. 46-57). CABI. <https://doi.org/10.1079/9781800628854.0006>
- Batat, W. (2022). *The rise of positive luxury: Transformative research agenda for well-being, social impact, and sustainable growth*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003163732>
- Bayram, G. (2021). Tourist behaviour and travel adoption among Millennials. In *Millennials, spirituality and tourism* (pp. 1-15). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003170631-10>
- Benckendorff, P., Moscardo, G., & Pendergast, D. (Eds.). (2010). *Tourism and Generation Y*. CABI. <https://doi.org/10.1079/9781845936013.0000>
- Bernardi, M. (2018). Millennials, sharing economy and tourism: The case of Seoul. *Journal of Tourism Futures*, 4(1), 43-56. <https://doi.org/10.1108/JTF-12-2017-0055>
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp0630a>
- Brown, L. (2013). Tourism: A catalyst for existential authenticity. *Annals of Tourism Research*, 40, 176-190. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2012.08.004>
- Chatzigeorgiou, C. (2017). Modelling the impact of social media influencers on behavioural intentions of millennials: The case of tourism in rural areas in Greece. *Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing*, 3(2), 25-29. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1209125>

- Cohen, S. A., Prayag, G., & Moital, M. (2014). Consumer behaviour in tourism: Concepts, influences and opportunities. In A. A. Lew, C. M. Hall, & A. M. Williams (Eds.), *The Wiley Blackwell companion to tourism* (pp. 221-233). Wiley Blackwell. <https://doi.org/10.1080/13683500.2013.850064>
- Davari, D., Nosrati, S., & Kim, S. (2024). Do cultural and individual values influence sustainable tourism and pro-environmental behavior? Focusing on Chinese millennials. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 41(4), 559-577. <https://doi.org/10.1080/10548408.2024.2309180>
- Dehghani, N., Ahmadi, M., & Farahani, H. (2024). Investigating the effects of tourism on rural areas: The case study of the central part of Baft County. *Village and Space Sustainable Development*, 5(3), 104-130. <https://doi.org/10.22077/vssd.2024.7042.1218> [In Persian]
- Dickinson, J. E., Hibbert, J. F., & Filimonau, V. (2016). Mobile technology and the tourist experience: (Dis)connection at the campsite. *Tourism Management*, 57, 193-201. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.06.005>
- Dolnicar, S. (2010). Identifying tourists with smaller environmental footprints. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(6), 717-734. <https://doi.org/10.1080/09669581003668516>
- Farajirad, A., & Aghajani, S. (2009). New analyses about tourism and the types of its classification. *Territory*, 6(23), 61-72. [In Persian]
- Femenia-Serra, F., Perles-Ribes, J., & Ivars-Baidal, J. (2019). Smart destinations and tech-savvy millennial tourists: Hype versus reality. *Tourism Review*, 74(1), 63-81. <https://doi.org/10.1108/TR-02-2018-0018>
- Gao, J., & Wu, B. (2017). Revitalizing traditional villages through rural tourism: A case study of Yuanjia Village, Shaanxi Province, China. *Tourism Management*, 63, 223-233. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.04.003>
- Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2021). Pandemics, tourism and global change: A rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(1), 1-20. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708>
- Green, B. N., Johnson, C. D., & Adams, A. (2006). Writing narrative literature reviews for peer-reviewed journals: Secrets of the trade. *Journal of Chiropractic Medicine*, 5(3), 101-117. [https://doi.org/10.1016/S0899-3467\(07\)60142-6](https://doi.org/10.1016/S0899-3467(07)60142-6)
- Harmon, J., & Duffy, L. (2023). Turn off to tune in: Digital disconnection, digital consciousness, and meaningful leisure. *Journal of Leisure Research*, 54(5), 539-559. <https://doi.org/10.1080/00222216.2023.2220699>
- Higgins-Desbiolles, F. (2018). Sustainable tourism: Sustaining tourism or something more? *Tourism Management Perspectives*, 25, 157-160. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.11.017>
- Higham, J. E. S., Cohen, S. A., Peeters, P., & Gössling, S. (2013). Psychological and behavioural approaches to understanding and governing sustainable mobility. *Journal of Sustainable Tourism*, 21(7), 949-967. <https://doi.org/10.1080/09669582.2013.828733>
- Hjalager, A.-M., Kwiatkowski, G., & Larsen, M. Ø. (2018). Innovation gaps in Scandinavian rural tourism. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 18(1), 1-17. <https://doi.org/10.1080/15022250.2017.1287002>
- Howe, N., & Strauss, W. (2000). *Millennials rising: The next great generation*. Vintage Books.
- Hudson, E. K. (2024). *Generation Z's use of user-generated content for travel advice* (Honors College Theses, 945). Georgia Southern University. <https://digitalcommons.georgiasouthern.edu/honors-theses/945>
- Hugo, N. (2020). Overtourism at heritage and cultural sites. In *Overtourism* (pp. 169-185). https://doi.org/10.1007/978-3-030-42458-9_10
- Imani, B., & Madani, J. (2024). Identifying and explaining multiple functional and non-functional factors in the field of sustainable development of rural tourism: A case study of villages of Sarein city. *Journal of Rural Research*, 15(4), 117-138. <https://doi.org/10.22059/jrrr.2024.372831.1914> [In Persian]
- Ivancsóné Horváth, Z., Kupi, M., & Kundi, V. (2025). Digitalization and tourism: How X, Y, and Z generations make travel. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 60(2), 1-12. <https://doi.org/10.30892/gtg.602spl26-1502>

- Juvan, E., & Dolnicar, S. (2014). The attitude-behaviour gap in sustainable tourism. *Annals of Tourism Research*, 48, 76-95. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2014.05.012>
- Kim, D.-Y., & Park, S. (2020). Rethinking millennials: How are they shaping the tourism industry? *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 25(1), 1-2. <https://doi.org/10.1080/10941665.2019.1667607>
- Lane, B., & Kastenholz, E. (2015). Rural tourism: The evolution of practice and research approaches – Towards a new generation concept? *Journal of Sustainable Tourism*, 23(8-9), 1133-1156. <https://doi.org/10.1080/09669582.2015.1083997>
- Lean, G. (2012). Transformative travel: A mobilities perspective. *Annals of Tourism Research*, 39(2), 1076-1097. <https://doi.org/10.1177/1468797612454624>
- Li, X. R., Li, X. S., & Hudson, S. (2013). The application of generational theory to tourism consumer behavior: An American perspective. *Tourism Management*, 37, 147-164. <https://ideas.repec.org/a/eee/touman/v37y2013icp147-164.html>
- Liu, H., & Li, X. (2020). How travel earns us bragging rights: A qualitative inquiry and conceptualization of travel bragging rights. *Journal of Travel Research*, 60(7), 1635-1653. <https://doi.org/10.1177/0047287520964599>
- Liu, Q., & Guan, D. (2005). Non-polluted ecological impact of tourist activities in natural scenic area. *Journal of Chinese Ecotourism*, 24(4), 443-447. <https://www.researchgate.net/publication/293163980>
- Mancinelli, F. (2020). Digital nomads: Freedom, responsibility and the neoliberal order. *Information Technology & Tourism*, 22, 417-437. <https://doi.org/10.1007/s40558-020-00174-2>
- Mandić, A., & McCool, S. F. (2023). A critical review and assessment of the last 15 years of experience design research in a nature-based tourism context. *Journal of Ecotourism*, 22(1), 208-235. <https://doi.org/10.1080/14724049.2022.2099877>
- Mariyam, D., Vijayakrishnan, S., & Karanth, K. K. (2024). Influence of charismatic species and conservation engagement on the nature-viewing preferences of wildlife tourists. *Tourism Recreation Research*, 49(5), 982-991. <https://doi.org/10.1080/02508281.2022.2114746>
- Moscardo, G. (2008). *Building community capacity for tourism development*. CABI. <https://www.cabidigitallibrary.org/doi/book/10.1079/9781845934477.0000>
- Nandasena, R., Morrison, A. M., & Coca-Stefaniak, J. A. (2022). Transformational tourism - a systematic literature review and research agenda. *Journal of Tourism Futures*, 8(3), 282-297. <https://doi.org/10.1108/JTF-02-2022-0038>
- Ndlovu, T. (2018). Tourism attractions: The 'goose that lays the golden egg' and resultant health hazards in the town of uMlazi, South Africa. *African Journal of Hospitality Tourism and Leisure*, 7(1). <http://www.ajhtl.com>
- Neumeier, S., & Pollermann, K. (2014). Rural tourism as promoter of rural development: Prospects and limitations - Case study findings from a pilot project promoting village tourism. *European Countryside*, 6(4), 270-285. <https://orcid.org/0000-0003-0751-9377>
- Ozdemir, M. A., & Goktas, L. S. (2021). Research trends on digital detox holiday: A bibliometric analysis, 2012-2020. *Tourism & Management Studies*, 17(3), 21-35. <http://orcid.org/0000-0002-3002-6127>
- Pencarelli, T., Gabbianelli, L., & Savelli, E. (2020). The tourist experience in the digital era: The case of Italian Millennials. *Sinergie – Italian Journal of Management*, 38(3), 165-190. <https://doi.org/10.7433/s113.2020.10>
- Pritchard, A., Morgan, N., & Ateljevic, I. (2011). Hopeful tourism: A new transformative perspective. *Annals of Tourism Research*, 38(3), 941-963. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.01.004>
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. Simon & Schuster. <http://dx.doi.org/10.1145/358916.361990>
- Reichenberger, I. (2018). Digital nomads – A quest for holistic freedom in work and leisure. *Annals of Leisure Research*, 21(3), 364-380. <https://doi.org/10.1080/11745398.2017.1358098>
- Reisinger, Y. (2013). *Transformational tourism: Tourist perspectives*. CABI. <https://doi.org/10.1079/9781780642093.0000>

- Roberts, L., & Hall, D. (2001). *Rural tourism and recreation: Principles to practice*. CABI. <https://doi.org/10.1093/erae/30.2.273>
- Rodrigues, S., Correia, R., Gonçalves, R., Branco, F., & Martins, J. (2023). Digital marketing's impact on rural destinations' image, intention to visit, and destination sustainability. *Sustainability*, 15(3), 2683. <https://doi.org/10.3390/su15032683>
- Sari Gök, H. (2024). Tourism trends of millennial tourists. *Economy and Contemporary Society*, 29, 182-198. <https://doi.org/10.59277/ecs.2024.29.10>
- Saxena, G., Clark, G., Oliver, T., & Ilbery, B. (2007). Conceptualising integrated rural tourism. *Tourism Geographies*, 9(4), 347-370. <https://doi.org/10.1080/14616680701647527>
- Seyfi, S., & Hall, C. M. (2023). Beyond Saint Greta: Generation Z and sustainable tourism behaviours and practices. In *Handbook on tourism and behaviour change* (pp. 98-109). Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781800372498.00014>
- Shehade, M., & Stylianou-Lambert, T. (2020). Revisiting authenticity in the age of the digital transformation of cultural tourism. In V. Katsoni & T. Spyriadis (Eds.), *Cultural and tourism innovation in the digital era* (Springer Proceedings in Business and Economics). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-030-36342-0_1
- Sofronov, B. (2018). Millennials: A new trend for the tourism industry. *Annals of Spiru Haret University. Economic Series*, 18(3), 109-122. <https://doi.org/10.26458/1838>
- Thompson, B. Y. (2019). Digital nomads: Employment in the online gig economy. *Glocalism: Journal of Culture, Politics and Innovation*. <https://orcid.org/0000-0001-7375-2789>
- Torabi, Z.-A., Rezvani, M., & Badri, S. (2020). Tourism, poverty reduction and rentier state in Iran: A perspective from rural areas of Turan National Park. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 13(2), 188-203. <https://doi.org/10.1080/19407963.2020.1759081>
- Urry, J., & Larsen, J. (2011). *The tourist gaze 3.0*. SAGE. <https://doi.org/10.1080/13683500.2012.759548>
- Varmazyari, H., Asadi, A., Kalantari, K., Joppe, M., & Rezvani, M. R. (2018). Predicting potential agritourism segments on the basis of combined approach: The case of Qazvin, Iran. *International Journal of Tourism Research*, 20(4), 1-16. <https://doi.org/10.1002/jtr.2195>
- Varmazyari, H., Asadi, A., Rahimi, A., & Faghehi, D. (2016). The motivation analysis for tourists choice of agritourism destination: A case study of East Alamut, Iran. *Journal of Rural Research*, 7(4), 644-657. [In Persian]
- Walia, S. K., & Jasrotia, A. (2021). Imminent future of Millennial generations: A tourism management perspective. In *Millennials, spirituality and tourism* (pp. 268-275). Routledge. <https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9781003170631-20>
- Wearing, S., & Schweinsberg, S. (2018). *Ecotourism: Policies and planning* (2nd ed.). Routledge. <https://www.cabidigitallibrary.org/doi/book/10.1079/9780851996097.0000>
- Xu, H., Cheung, L. T. O., Lovett, J., Duan, X., Pei, Q., & Liang, D. (2023). Understanding the influence of user-generated content on tourist loyalty behavior in a cultural World Heritage Site. *Tourism Recreation Research*, 48(2), 173-187. <https://doi.org/10.1080/02508281.2021.1913022>
- Yousaf, A., Amin, I., & Santos, J. (2018). Tourist's motivations to travel: A theoretical perspective on the existing literature. *Tourism and Hospitality Management*, 24(1), 1-15. <https://doi.org/10.20867/thm.24.1.8>
- Zeng, B., & Gerritsen, R. (2014). What do we know about social media in tourism? A review. *Tourism Management Perspectives*, 10, 27-36.