

Research Paper

An Analysis of the Interaction Between Migration and Tourism: A Case Study of Afghan Immigrants in Iran

Gholam Abbas Hosseini¹ , Hossein Rafie^{*2} , Mohammad Radmard³ 

¹ Ph.D. Student in International Relations, Department of Political Sciences, Faculty of Law & Political Science, University of Mazandaran, Babolsar, Iran. (g.hosseini04@umail.umz.ac.ir)

² Associate Professor of International Relations, Department of Political Sciences, Faculty of Law & Political Science, University of Mazandaran, Babolsar, Iran. (h.rafi@umz.ac.ir)

³ Assistant Professor of Political Science, Department of Political Sciences, Faculty of Law & Political Science, University of Mazandaran, Babolsar, Iran. (m.radmard@umz.ac.ir)



© The Author(s)

publisher: University of Mazandaran



[10.22080/JTPD.2026.30631.4056](https://doi.org/10.22080/JTPD.2026.30631.4056)

Received:
December 11, 2025

Accepted:
March 27, 2026

Available online:
June 22, 2026

Keywords:
Tourism; Migration; Iran;
Sustainable Tourism; Afghan
Immigrants

Abstract

Context and Purpose: Given the growing interconnection between migration and tourism, this study explores the role of Afghan immigrants in promoting sustainable tourism development in Iran. By focusing on their cultural, religious, health, commercial, and academic capacities, the research seeks to provide an interdisciplinary framework for redefining migration–tourism policies. **Design/methodology/approach:** The study employs a descriptive–analytical and qualitative design within an interdisciplinary framework combining tourism and political science. Data were collected from library sources, official statistics, and international studies, and analyzed through the conceptual lenses of sustainable tourism and diaspora tourism to identify both the potentials and challenges in the migration–tourism nexus in Iran. **Findings:** Results indicate that Afghan immigrants, owing to their linguistic, cultural, and religious affinities with Iranian society, possess significant potential to strengthen sustainable tourism. They can act not only as consumers of tourism services but also as cultural agents, local entrepreneurs, and social connectors contributing to Iran’s tourism development. However, insufficient policy attention has limited the effective utilization of these capacities. **Conclusion:** The study emphasizes the need for coherent policymaking between Iran’s migration and tourism sectors. Developing joint educational and cultural programs, supporting migrant-led entrepreneurship, and expanding religious and medical tourism are among the key practical recommendations for achieving migration-based sustainable tourism. **Originality/value:** This research provides a systematic analysis of the Afghan migration tourism nexus, introducing an innovative interdisciplinary synthesis of sustainable tourism and diaspora theory as a novel framework for understanding migrant-driven tourism in Iran and the broader region.

*Corresponding Author: Hossein Rafie
Address: University of Mazandaran, Babolsar, Iran.

Email: h.rafi@umz.ac.ir
Tel: 09123361807



Extended Abstract

1. Introduction

The interconnection between migration and tourism has become a significant interdisciplinary field, revealing how human mobility reshapes cultural and economic landscapes. Traditionally viewed as separate phenomena—migration driven by necessity and tourism by leisure—contemporary global dynamics show their growing convergence. Iran exemplifies this duality as both a major host of Afghan migrants and a regional tourism hub. Afghan communities, residing in Iran for over four decades, form a vital demographic and a cultural bridge fostering transnational exchange. This study examines how Afghan migrants contribute to Iran's sustainable tourism through cultural, religious, medical, commercial, and academic engagements, linking diaspora theory with sustainable development and policy innovation.

2. Research Methodology

This study employs a descriptive–analytical and qualitative method within a multidisciplinary framework integrating political science and tourism studies. Drawing on academic literature, official statistics, and international reports (2000–2025), it uses qualitative content analysis and comparative interpretation to explore links between migration and tourism across cultural, religious, health, commercial, and academic domains. Grounded in UN sustainable tourism principles and diaspora mobility models, methodological validity was ensured through data triangulation and expert cross-review.

3. Research Findings

The findings highlight Afghan migrants' pivotal role in advancing Iran's sustainable tourism through cultural, religious, health, commercial, and academic dimensions. Their linguistic and cultural proximity enables them to act as both consumers and producers of tourism experiences, enriching Iran's cultural diversity and social sustainability. In cultural tourism, Afghan artisans, restaurateurs, and cultural centers in cities like Mashhad and Tehran preserve shared Persian heritage and attract visitors, enhancing Iran's soft power. Religious tourism thrives through annual pilgrimages to Mashhad and Qom and the Arbaeen route, though it remains constrained by limited infrastructure and policy

support. Health tourism is bolstered by Iran's affordable, high-quality medical services—half of all foreign patients in 2019 were Afghans—creating mutual economic benefits. Commercial tourism has expanded as Afghan entrepreneurs, following the 2021 political shifts, invested over \$2 billion in Iran by 2023, stimulating cross-border trade and local development. Academic tourism represents another strong linkage, with over 60,000 Afghan students in Iranian universities, especially women excluded from Afghan higher education, fostering human capital and scientific diplomacy. Overall, Afghan migrants serve as a socio-economic and cultural bridge, deepening regional integration and promoting sustainable urban growth. However, fragmented governance and policy gaps hinder full realization of this potential, underscoring the need for coordinated national strategies to integrate migration within Iran's tourism development agenda.

4. Conclusion

This study demonstrates that the intersection of migration and tourism can convert social challenges into strategic opportunities for sustainable development. Afghan migrants in Iran exemplify how diasporic communities actively enhance tourism through cultural, religious, economic, and academic engagement. Recognizing migrants as development agents reframes immigration as an asset, requiring integrated policies linking migration and tourism, supportive entrepreneurship, and intercultural cooperation. Politically, such interaction strengthens Iran's regional diplomacy and cultural ties; economically, it diversifies and revitalizes tourism. The study thus calls for a paradigm shift from “migration management” to “migration-driven sustainable development,” positioning Afghan migrants as key contributors to Iran's tourism ecosystem.

Funding

There is no funding support.

Authors' Contribution

This article is derived from the doctoral dissertation of Gholam Abbas Hosseini in the Department of Political Science, Faculty of Law and Political Science, University of Mazandaran, conducted



under the supervision of Dr. Hossein Rafie and the advisement of Dr. Mohammad Radmard.

Conflict of Interest

Authors declared no conflict of interest.

Acknowledgments

We are grateful to all the persons for scientific consulting in this paper.



علمی پژوهشی

تحلیل تعامل مهاجرت و گردشگری: مطالعه موردی مهاجرین افغانستانی در ایران

غلام‌عباس حسینی^۱، حسین رفیع^{۲*}، محمد رادمرد^۳

^۱ دانشجوی دکتری روابط بین‌الملل، گروه علوم سیاسی و روابط بین‌الملل، دانشکده حقوق و علوم سیاسی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران. (g.hosseini04@umail.umz.ac.ir)
^۲ دانشیار روابط بین‌الملل، گروه علوم سیاسی و روابط بین‌الملل، دانشکده حقوق و علوم سیاسی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران. (h.rafi@umz.ac.ir)
^۳ استادیار علوم سیاسی، گروه علوم سیاسی و روابط بین‌الملل، دانشکده حقوق و علوم سیاسی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران. (m.radmard@umz.ac.ir)



© نویسندگان

ناشر: دانشگاه مازندران



[10.22080/JTPD.2026.30631.4056](https://doi.org/10.22080/JTPD.2026.30631.4056)

چکیده

زمینه و هدف: با توجه به درهم‌تنیدگی روزافزون پدیده‌های مهاجرت و گردشگری، این پژوهش با هدف بررسی نقش مهاجرین افغانستانی در توسعه گردشگری پایدار ایران انجام شده‌است. تمرکز بر ظرفیت‌های فرهنگی، مذهبی، سلامت، تجاری و علمی این گروه، امکان بازتعریف سیاست‌های میان‌رشته‌ای مهاجرت و گردشگری را فراهم می‌سازد. **روش‌شناسی:** پژوهش حاضر توصیفی-تحلیلی با رویکرد کیفی و میان‌رشته‌ای (گردشگری و علوم سیاسی) است. داده‌ها از طریق منابع کتابخانه‌ای، آمارهای رسمی و مطالعات بین‌المللی گردآوری و با بهره‌گیری از چارچوب نظری-مفهومی گردشگری پایدار و گردشگری دیاسپورا تحلیل شده‌اند تا ظرفیت‌ها و چالش‌های تعامل میان مهاجرت و گردشگری در ایران شناسایی شود. **یافته‌ها:** نتایج نشان داد مهاجرین افغانستانی، به‌واسطه‌ی اشتراکات زبانی، فرهنگی و مذهبی، ظرفیت‌های مؤثری برای تقویت گردشگری پایدار در ایران دارند. این گروه نه تنها به‌عنوان مصرف‌کننده خدمات گردشگری، بلکه به‌مثابه عوامل فرهنگی، کارآفرینان محلی و پیونددهندگان اجتماعی می‌توانند در توسعه گردشگری ایران نقش ایفا کنند. همچنین، کم‌توجهی سیاستی موجب استفاده ناکافی از این ظرفیت‌ها شده‌است. **نتیجه‌گیری و پیشنهادات:** پژوهش تأکید می‌کند که سیاست‌های مهاجرتی و گردشگری ایران باید همسو طراحی شوند. ایجاد برنامه‌های آموزشی و فرهنگی مشترک، حمایت از کارآفرینی مهاجرمحور و توسعه گردشگری مذهبی و سلامت از مهم‌ترین پیشنهادها کاربردی در مسیر تحقق گردشگری پایدار مبتنی بر مهاجرت است. **نوآوری و اصالت:** این پژوهش در تلاش است تا به پیوندی نظام‌مند میان مهاجرت افغانستانی‌ها و مقوله گردشگری بپردازد. نوآوری آن در ترکیب نظریه‌های گردشگری پایدار و دیاسپورا با رویکرد میان‌رشته‌ای است که چارچوبی نو برای فهم گردشگری مهاجرمحور در ایران و منطقه ارائه می‌دهد.

تاریخ دریافت:

۲۰ آذر ۱۴۰۴

تاریخ پذیرش:

۸ اسفند ۱۴۰۴

تاریخ انتشار:

۱ تیر ۱۴۰۵

کلید واژه‌ها:

گردگری، مهاجرت، ایران، گردشگری پایدار، مهاجرین افغانستانی

* نویسنده مسئول: حسین رفیع

آدرس: گروه علوم سیاسی، دانشکده حقوق و علوم سیاسی، دانشگاه مازندران

ایمیل: h.rafi@umz.ac.ir

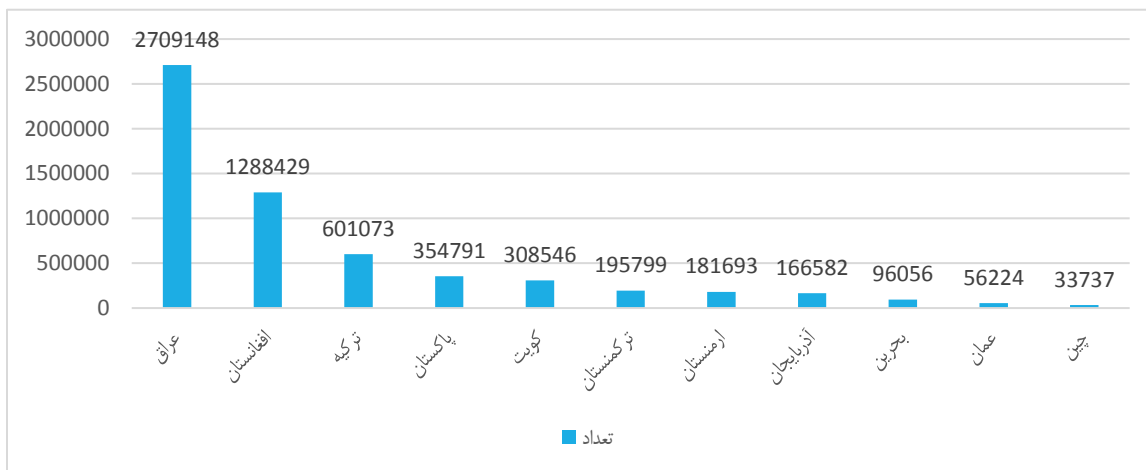
تلفن: ۰۹۱۲۳۳۶۱۸۰۷

مقاله حاضر، مستخرج از رساله غلام‌عباس حسینی در گروه علوم سیاسی، دانشکده حقوق و علوم سیاسی، دانشگاه مازندران می‌باشد که به راهنمایی آقای دکتر حسین رفیع و مشاوره آقای دکتر محمد رادمرد انجام شده‌است.

۱. مقدمه

رسیده و ارزش اقتصادی آن حدود ۷۴۰ هزار میلیارد تومان برآورد شده است (Noziri, 2023). همچنین، در سال ۱۴۰۲، بیش از شش میلیون گردشگر خارجی وارد ایران شده اند که از این میان، اتباع افغانستانی با بیش از ۱.۳ میلیون نفر، دومین گروه بزرگ گردشگران خارجی بوده اند (Abdollahi, 2024; Vestnik, 2024; Kavkaza, 2024). این آمارها ضرورت بازنگری و توجه ویژه به این گروه در سیاست گذاری های گردشگری را نمایان می سازد.

صنعت گردشگری از مهم ترین بخش های اقتصادی و فرهنگی ایران به شمار می آید که با تکیه بر میراث تاریخی، تنوع قومی و جاذبه های جغرافیایی، ظرفیت بالایی برای توسعه پایدار دارد. ایران همواره مقصدی جذاب برای گردشگران داخلی و خارجی بوده و در سال های اخیر سیاست هایی برای تقویت نقش آن به عنوان محرک توسعه ملی دنبال شده است. بر اساس گزارش شورای جهانی سفر و گردشگری، سهم این صنعت از تولید ناخالص داخلی در سال ۲۰۲۳ به ۴.۷ درصد



نمودار ۱: توزیع گردشگران ورودی به ایران بر اساس کشور مبدأ در سال ۱۴۰۲ (Statistical Center of Iran, 2024,) (pp. 108-109)

میلیون و چهارصد و پنجاه هزار افغانستانی از کشور خارج شده اند (IRNA, 2025). حتی در صورت محقق شدن هدف نهایی این طرح و خارج شدن تمامی این چهار میلیون افغانستانی، باز هم بیش از دو میلیون مهاجر قانونی در ایران باقی خواهند ماند که در شهرهایی مانند تهران، مشهد، اصفهان، کرمان و قم حضوری فعال دارند. جمعیتی که تأثیر حضورشان تنها اقتصادی نیست، بلکه ابعاد اجتماعی، فرهنگی و آموزشی را نیز دربرمی گیرد. برای نمونه بر اساس گزارش ها، میزان باسوادی مهاجرین افغانستانی که در ابتدای دهه ۱۳۹۰ حدود ۵۲ درصد برآورد می شد، تا پایان همان دهه به حدود ۶۴ درصد ارتقا یافته است (Hosseini et al., 2025). این روند نشان دهنده بهبود قابل توجه سطح تحصیلات جامعه مهاجر طی سال های اخیر است. ارتقای آموزشی مهاجرین افغانستانی علاوه

افزون بر جریان های سفر مقطعی و ورود گردشگران افغانستانی به ایران، لازم است به حضور بلندمدت و ساختاری جامعه مهاجرین افغانستانی نیز توجه شود. این جامعه، که عمدتاً به دلیل بحران های سیاسی و امنیتی افغانستان طی چند دهه گذشته وارد ایران شده اند، اکنون یکی از بزرگ ترین گروه های مهاجر در کشور را تشکیل می دهند. طبق آمار رسمی، تا فروردین ۱۴۰۴، حدود شش میلیون و صد هزار مهاجر افغانستانی در ایران زندگی می کنند^۱ که در قالب گروه های قانونی، غیرقانونی و شبه قانونی تعریف شده اند. طبق طرح ساماندهی اتباع خارجی، دولت می بایست تا پایان تابستان ۱۴۰۴، حدود چهار میلیون نفر از این جمعیت (غیرقانونی ها و شبه قانونی ها) را از کشور خارج می کرد (ISNA, 2025). با این حال، طبق آمار وزارت کشور در شش ماهه اول سال ۱۴۰۴، از این جمعیت تنها یک

شرکت در طرح شناسایی و ساماندهی اتباع خارجی غیرمجاز، اجازه اقامت موقت یافتند و مدركی با عنوان «برگه سرشماری» دریافت کردند.

۱. از این تعداد دو میلیون و صد هزار نفر قانونی (دارای مدرک معتبر و رسمی)، دو میلیون نفر غیرقانونی (بدون مدرک قانونی) و دو میلیون نفر نیز شبه قانونی (دارای مدرک «سرشماری») هستند. منظور از شبه قانونی کسانی هستند که در سال ۱۴۰۱ به واسطه ی



اگرچه در ذهنیت عمومی، مهاجرین افغانستانی عمدتاً به‌عنوان گروهی کم‌برخوردار تصور می‌شوند، اما شواهد نشان می‌دهد که بخش قابل توجهی از این جامعه طی پنج دهه زندگی در ایران به تدریج از فقر ساختاری فاصله گرفته و به سطحی از ثبات و رفاه نسبی دست یافته‌اند. برای نمونه، در سال ۱۴۰۲ «طرح جذب و مدیریت منابع مالی و سپرده‌گذاری اتباع خارجی» اجرا شد که به مهاجرین امکان می‌داد با سپرده‌گذاری حداقل ۱۰۰ میلیون تومان از خدمات مختلف بهره‌مند شوند. تنها طی یک سال، بیش از ۶۵ هزار مهاجر افغانستانی در این طرح شرکت کردند که حداقل ارزش مالی مشارکت آن‌ها به ۶.۵ تریلیون تومان می‌رسید (Hosseini, 2024). این رقم نه‌تنها توان اقتصادی روبه‌رشد بخشی از جامعه مهاجر را نشان می‌دهد، بلکه گویای شکل‌گیری قشر جدیدی از مهاجرین افغانستانی با ظرفیت مشارکت در اقتصاد گردشگری است. همچنین پس از تحولات سیاسی افغانستان در سال ۱۴۰۰، گروهی از سرمایه‌داران و کارآفرینان افغانستانی به ایران مهاجرت کرده‌اند و در سال ۱۴۰۱ این گروه برای نخستین بار رتبه نخست سرمایه‌گذاری خارجی در ایران را کسب کردند. براساس گزارش‌ها، ارزش سرمایه‌گذاری مهاجرین افغانستانی در این سال حدود ۲ میلیارد دلار برآورد شده است (IRNA, 2023). این حجم از سرمایه‌گذاری معمولاً با سفرهای تجاری، خانوادگی و خدماتی همراه است که به‌طور مستقیم و غیرمستقیم جریان‌های گردشگری را تقویت می‌کند. همچنین در نوروز ۱۴۰۳ بیش از ۳۰ هزار شهروند افغانستانی به مشهد سفر کردند تا این رویداد فرهنگی-آیینی مشترک را در کنار هم‌زبانان ایرانی خود جشن بگیرند (YJC, 2022a)، که نمونه‌ای از گردشگری فرهنگی-اجتماعی مبتنی بر پیوندهای فراملی است. با توجه به چنین ظرفیت‌هایی در رشد اقتصادی، تحرک اجتماعی و مشارکت فرهنگی مهاجرین افغانستانی، تدوین سیاست‌های هدفمند گردشگری می‌تواند ابزار مؤثری برای مدیریت یکپارچه این جمعیت و بهره‌گیری از پتانسیل‌های آنان در توسعه گردشگری پایدار باشد. از این منظر، تحلیل رابطه میان مهاجرت و گردشگری در ایران مستلزم رویکردی چندبعدی و مبتنی بر الگوهای بین‌المللی در حوزه گردشگری مهاجرمحور است. با توجه به اهمیت این موضوع، مقاله حاضر با هدف تحلیل تعامل میان مهاجرت و گردشگری در ایران و با تمرکز بر جامعه

بر تقویت پیوندهای اجتماعی دو ملت، ظرفیت‌های جدیدی برای توسعه گردشگری علمی در ایران فراهم می‌کند. در کنار دانشجویان افغانستانی که هر ساله از افغانستان برای تحصیل به ایران می‌آیند، هر ساله تقریباً ۳۵۰۰ افغانستانی نیز از طریق کنکور وارد دانشگاه‌های ایران می‌شوند (Haji-Abbasi & Chitsazzadeh, 2021). به گونه‌ای که هم‌اکنون بیش از ۶۰ هزار دانشجوی افغانستانی در ایران تحصیل می‌کنند (IFP News, 2024).

در این میان مسئله مهمی که این مقاله پیش از ورود به مباحث اصلی خود باید به آن پردازد این است که در حوزه گردشگری معمولاً این فرض استوار است که گردشگران باید دارای تمکن مالی باشند و مهاجرینی که از بسترهای اجتماعی-اقتصادی آسیب‌پذیر وارد ایران شده‌اند، توان ایفای این نقش را ندارند. در پاسخ باید به ادبیات جهانی اشاره کرد؛ در بسیاری از کشورها، از اروپا و آمریکای شمالی تا آسیای شرقی، جوامع مهاجر، با آن که اکثرشان از طبقات کم‌درآمد بوده‌اند، به تدریج و با شکل‌گیری شبکه‌های فراملی، نقش مهمی در تقویت گردشگری ایفا کرده‌اند. این نقش نه لزوماً از طریق «گردشگری تفریحی»، بلکه عمدتاً از مسیر گردشگری خویشاوندی^۱، گردشگری مذهبی، گردشگری سلامت، گردشگری علمی و گردشگری تجاری خردمقیاس تحقق می‌یابد (Della Sala, 2024). این الگوها در ادبیات تحت مفاهیمی همچون «گردشگری دیاسپورا»^۲ و «گردشگری برآمده از مهاجرین»^۳ شناخته می‌شوند و نشان می‌دهند که مهاجرین می‌توانند حلقه اتصال گردشگران بالقوه و واقعی میان دو کشور باشند (Hernandez et al., 2025).

در مورد افغانستان، پیوندهای زبانی، فرهنگی و مذهبی میان دو کشور هزینه‌های ارتباطی و فرهنگی سفر را به‌طور قابل توجهی کاهش می‌دهد و ایران را به یکی از اصلی‌ترین مقاصد سفرهای خانوادگی، زیارتی، درمانی و آموزشی افغانستانی‌ها تبدیل کرده است. حضور گسترده مهاجرین افغانستانی در شهرهای مختلف ایران، شبکه‌های خویشاوندی فراملی، زمینه‌های مشترک مذهبی و تاریخی، و افزایش سطح سواد و مشارکت اقتصادی این جمعیت، همگی عواملی هستند که می‌توانند شکل‌گیری جریان‌های پایدار گردشگری میان دو کشور را تسهیل کنند.

3. Migrant-induced Tourism

1. Visit Friends and Relationship (VFR)
2. Diaspora Tourism

هویت فرهنگی و فرهنگ‌پذیری گردشگران بر جذابیت و رفتار گردشگری تأثیرگذار است. هرچند پژوهش مستقیماً به جمعیت‌های مهاجر نمی‌پردازد، اما نشان می‌دهد شبکه‌های قومی و پیوندهای فرهنگی، که غالباً در جوامع مهاجر شکل می‌گیرد، محرکی برای تقویت گردشگری هستند (Rashidi et al., 2020). سیفی و هال (۲۰۱۸) در کتاب «گردشگری در ایران: چالش‌ها، توسعه و مسائل» بیان می‌کنند که ایران با میراث تاریخی، فرهنگی و مذهبی غنی، به‌ویژه برای گردشگران شیعه‌مذهب، مقصدی جذاب است. آنان همچنین رشد چشمگیر گردشگری سلامت در ایران، به‌ویژه برای افغانستانی‌ها را برجسته می‌دانند. کتاب نشان می‌دهد ترکیب گردشگری مذهبی، فرهنگی و درمانی، زمینه‌ای مهم برای حضور زائران و بیماران افغانستانی فراهم کرده است (Seyfi & Hall, 2018). موقیمی فر و نصرافهانی (۲۰۱۱) در مقاله‌ی «عوامل تعیین‌کننده در انتخاب مقصد گردشگری پزشکی: مطالعه موردی اصفهان و درمان‌های ناباوروری» نشان می‌دهند مؤلفه‌هایی چون هزینه مناسب، فاصله جغرافیایی، کمبود تخصص پزشکی در مبدأ و ملاحظات دینی نقش مهمی در تصمیم گردشگران درمانی دارند. یافته‌ها حاکی است زوج‌های افغانستانی به‌دلیل سابقه اقامت، پیوند خویشاوندی، اشتراکات مذهبی و سهولت دسترسی، ایران را برمی‌گزینند. این نتایج پیوند میان مهاجرت، شبکه‌های اجتماعی مهاجرین و جریان‌های گردشگری سلامت را برجسته کرده و نقش مهاجرین افغانستانی را در تقویت گردشگری تخصصی ایران نشان می‌دهد (Moghimehfar & Nasr-Esfahani, 2011).

در مقابل، بررسی ادبیات پژوهش در سطح بین‌المللی نشان می‌دهد که مطالعات فراوانی به‌صورت نظری و تجربی به رابطه میان مهاجرت و گردشگری پرداخته‌اند. این پژوهش‌ها نشان می‌دهند که جریان‌های مهاجرتی می‌توانند الگوهای سفر، پایداری اقتصادی و جهت‌گیری سیاست‌گذاری‌های گردشگری را به‌طور معناداری تحت تأثیر قرار دهند. به عنوان مثال تحقیقاتی همچون؛ بل و وارد (۲۰۰۰) در مقاله‌ی «مقایسه تحرک موقتی با مهاجرت دائمی» با مقایسه جابه‌جایی‌های موقت و مهاجرت دائمی نشان می‌دهند که با گسترش الگوهای چندمکانی‌زیستی، سفرهای مکرر، اقامت‌های فصلی و شکل‌گیری شبکه‌های فراملی، مرز میان گردشگر و مهاجر به‌تدریج کمرنگ شده است (Bell & Ward, 2000). اورایی (۲۰۰۳) نیز در مقاله‌ی «چه زمانی یک فرد گردشگر محسوب می‌شود؟ ارتباط گردشگری و مهاجرت در کوستا دل سول اسپانیا» نشان می‌دهد که گردشگران بلندمدت به‌تدریج رفتارهایی مشابه مهاجرین پیدا می‌کنند و مهاجرین نیز به واسطه پیوندهای خانوادگی، فرهنگی و

مهاجرین افغانستانی نگاشته شده‌است. سؤال اصلی پژوهش این است که «چگونه می‌توان از ظرفیت‌های مهاجرین افغانستانی برای توسعه گردشگری پایدار ایران بهره گرفت؟». هدف این مقاله، ارائه تصویری جامع از ظرفیت‌های کمتر شناخته‌شده گردشگری مهاجرین و تحلیل علمی آن در پنج حوزه گردشگری (فرهنگی، مذهبی، سلامت، تجاری و علمی) است.

۲. ادبیات پژوهش

۱.۲. پیشینه پژوهش

تعداد معدودی از مطالعات به‌صورت کلی یا غیرمستقیم پیرامون مسئله‌ی این پژوهش کار شده‌است که می‌توانند مبنای تحلیلی پژوهش حاضر را قوام بخشند. برای نمونه؛ ترابی‌فارسانی و همکاران (۱۴۰۲) در مقاله‌ی «گردشگری شجره‌نامه: بازار نوین گردشگری اصفهان» با اشاره به مفهوم «دیاسپورا» به بررسی ظرفیت‌های اصفهان برای جذب گردشگران شجره‌نامه پرداخته‌اند. این نوع گردشگری که در ادبیات جهانی شکلی از گردشگری دیاسپورایی و مهاجرتی است، بر جست‌وجوی ریشه‌های خانوادگی و احیای هویت فرهنگی تکیه دارد. نتایج نشان می‌دهد اصفهان به‌دلیل پیشینه تاریخی مهاجرت اقوامی چون ارامنه و گرجیان و وجود شبکه‌های خانوادگی تاریخی، ظرفیت بالایی برای توسعه گردشگری دیاسپورایی و بهره‌گیری از آن در بازاریابی فرهنگی دارد (Torabi-Farsani et al., 2023). مصطفی‌جوکار (۱۴۰۰) در پژوهش «مطالعه تطبیقی سیاست‌گذاری و قانون‌گذاری کشورها در قبال جامعه شهروندان مقیم خارج از کشور»، مفهوم «دیاسپورا» را در چارچوب سیاست‌گذاری ملی بررسی کرده‌است. او دیاسپورا را مجموعه‌ای از شهروندان و افراد هم‌تبار می‌داند که خارج از مرزهای سرزمینی زندگی می‌کنند اما پیوندهای فرهنگی، اقتصادی و سیاسی خود را با سرزمین مادری حفظ کرده‌اند. یافته‌ها نشان می‌دهد کشورهای چون ترکیه و چین از دیاسپورا به‌عنوان سرمایه انسانی و ابزار دیپلماسی فرهنگی و اقتصادی بهره می‌برند (Mostafajoakar, 2022).

این پژوهش بر ضرورت سیاست‌گذاری منسجم برای بهره‌گیری از ظرفیت علمی و اقتصادی جوامع دیاسپورایی در ایران تأکید دارد. رشیدی و همکاران (۱۳۹۹) در مقاله‌ی «طراحی و تبیین مدل بازاریابی قومی گردشگران خارجی مطالعه موردی: شهر تهران» با تأکید بر جهانی‌شدن و گسترش جریان‌های فراملی، نشان می‌دهند رشد تجارت، مهاجرت و گردشگری زمینه‌ساز شکل‌گیری الگوهای بازاریابی قومی شده‌است. آن‌ها بیان می‌کنند که تعامل میان قومیت،



تحلیلی میان «گردشگری پایدار» و «گردشگری دیاسپورا» استوار است و تلاش می‌کند نشان دهد چگونه حضور ساختاری جوامع مهاجر می‌تواند به شکل‌گیری جریان‌های پایدار گردشگری منجر شود و در مقابل، گردشگری نیز چگونه بر تحکیم شبکه‌های مهاجرتی اثر می‌گذارد. در این چارچوب، مهاجرین نه صرفاً به‌عنوان جمعیتی ساکن، بلکه به‌عنوان کنشگران فراملی در نظر گرفته می‌شوند که از طریق شبکه‌های اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی خود در شکل‌دهی به تقاضا، عرضه و پایداری گردشگری نقش دارند.

گردشگری پایدار

گردشگری پایدار مفهومی است که در دهه‌های اخیر به‌عنوان رویکردی کل‌نگر برای کاهش پیامدهای منفی گردشگری و تقویت اثرات مثبت آن مطرح شده‌است. طبق تعریف «سازمان جهانی گردشگری» و «برنامه محیط زیست سازمان ملل متحد»، گردشگری پایدار تلاشی است برای ایجاد توازن میان نیازهای اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی جوامع میزبان و گردشگران (Frangialli & Toepfer, 2005). این تعریف اگرچه بر ابعاد سه‌گانه پایداری تأکید دارد، اما در بستر جوامع مهاجرپذیر، بُعد چهارمی نیز می‌یابد: نقش شبکه‌های انسانی و سرمایه اجتماعی در بازتولید تقاضای گردشگری.

گردشگری پایدار بر سه بُعد اساسی استوار است: پایداری اقتصادی، پایداری اجتماعی-فرهنگی و پایداری زیست‌محیطی. با این حال، در شرایطی که بخشی از جمعیت مقصد را مهاجرین تشکیل می‌دهند، این ابعاد از طریق تعامل با ساختارهای مهاجرتی باز تعریف می‌شوند.

از منظر اقتصادی، گردشگری پدیده‌ای متکی بر تعامل عرضه و تقاضاست (Butler, 1999). نظریه‌های کلاسیک گردشگری عمدتاً بر بازار آزاد، زیرساخت و مزیت رقابتی تأکید دارند؛ اما در چارچوب مهاجرت، «شبکه‌های اجتماعی مهاجرین» می‌توانند هزینه‌های مبادله را کاهش دهند، اعتماد ایجاد کنند و تقاضای پایدار برای سفر شکل دهند. به بیان دیگر، مهاجرت می‌تواند به‌عنوان زیرساخت غیررسمی گردشگری عمل کند. زمانی که سیاست‌های کلان اقتصادی بر امنیت سرمایه‌گذاری، اشتغال‌زایی و توزیع عادلانه درآمد استوار باشند، این شبکه‌ها می‌توانند به پایداری بازار گردشگری کمک کنند (Hall & Lew, 2009). در این حالت، مهاجرین نه تنها مصرف‌کننده خدمات، بلکه تولیدکننده و تسهیل‌گر خدمات گردشگری خواهند بود.

در بُعد اجتماعی-فرهنگی، تعامل میان فرهنگ و گردشگری رابطه‌ای دوسویه دارد (Richards, 2018). در جوامع مهاجرپذیر،

اقتصادی، الگوهای سفر مستمر ایجاد می‌کنند. نتیجه این فرایند «حل‌شدگی» آن است که مهاجرت می‌تواند به‌طور مستقیم جریان‌های گردشگری را تقویت کند و گروه‌های مهاجر به بازیگرانی فعال در گردشگری مقصد تبدیل شوند (O'Reilly, 2003). کارسول و همکاران (۲۰۰۲) در مقاله‌ی «بازنگری گردشگری دوستان و اقوام: ارتباط دوستان، اقوام و مهاجرت در یک زمینه داخلی»، تأکید می‌کند که مهاجرین می‌توانند در جذب گردشگران جدید به کشور میزبان خود نقش مهمی ایفا کنند، زیرا ارتباطات اجتماعی آن‌ها باعث ایجاد جریان‌های جدید گردشگری، به‌ویژه در قالب «گردشگری دوستان و اقوام» می‌شود (Carswell et al., 2002). شریف و عابدین (۲۰۱۷) نیز در مقاله‌ی «توسعه الگوی مهاجرت بین‌المللی نیروی کار: مطالعه موردی صنعت گردشگری و مهمان‌نوازی»، بر نقش مهاجرین به‌عنوان نیروی کار کلیدی در صنعت گردشگری و مهمان‌داری تأکید کرده‌است و بیان می‌کند که کشورهایی که از مهاجرین برای پر کردن شکاف‌های نیروی کار در صنعت گردشگری استفاده می‌کنند، توانایی بیشتری در رشد پایدار این بخش دارند (Shariff & Abidin, 2017). همچنین رادیچ و همکاران (۲۰۱۹) در مقاله‌ی «عصر مهاجرت: فرصتی برای گردشگری مسئولانه و تجربه‌ای جدید از گردشگری» نیز در سطح جهانی به بررسی اثرات مهاجرت بر الگوهای گردشگری و ارتباط آن با توسعه پایدار پرداخته‌اند (Radić et al., 2019).

با مرور ادبیات پژوهش روشن است که هرچند مجموعه‌ای از مطالعات بین‌المللی به رابطه میان مهاجرت، دیاسپورا و گردشگری پرداخته‌اند، اما این پژوهش‌ها عمدتاً بر کشورهای غربی، الگوهای چندمکانی‌زیستی و جریان‌های گردشگری دوستان و اقوام تمرکز داشته و به نقش مهاجرین در گردشگری پایدار در کشورهای درحال توسعه کمتر پرداخته‌اند. همچنین در مورد ایران، پیوند میان مهاجرت افغانستانی‌ها و تأثیر شبکه‌های آنان بر گردشگری مذهبی، سلامت و علمی کمتر تبیین شده و فقدان تحلیل یکپارچه مبتنی بر رویکرد پایداری مشهود است. از این رو پژوهش حاضر با تمرکز بر جامعه مهاجر افغانستانی و با بهره‌گیری از چارچوب نظری گردشگری پایدار، تلاش می‌کند سازوکارهای شکل‌گیری جریان‌های گردشگری ناشی از مهاجرت را آشکار کرده و با اتکا بر روش‌های ترکیبی، تصویری جامع‌تر از این تعامل ارائه دهد.

۲.۲. چارچوب نظری-مفهومی

تحلیل رابطه میان مهاجرت و گردشگری مستلزم فراتر رفتن از تعریف مفاهیم و حرکت به سوی تبیین سازوکارهای تعاملی میان این دو پدیده است. در این پژوهش، چارچوب نظری-مفهومی بر پیوند

(Dwyer et al., 2010). بدین ترتیب، مهاجرت می‌تواند به تولید تقاضای گردشگری و گردشگری می‌تواند به تحکیم شبکه‌های مهاجرتی بینجامد.

پیوند مفهومی

بر اساس ترکیب دو چارچوب فوق، این پژوهش بر یک رابطه تعاملی و بازخوردی میان مهاجرت و گردشگری تأکید دارد. در این مدل:

- ۱) حضور مهاجرین = شکل‌گیری شبکه‌های فراملی
- ۲) شبکه‌های فراملی = کاهش هزینه و افزایش اعتماد برای سفر
- ۳) افزایش سفرهای تکرار شونده = ایجاد تقاضای پایدار گردشگری
- ۴) تقاضای پایدار = سرمایه‌گذاری، اشتغال و تنوع خدمات گردشگری
- ۵) توسعه گردشگری پایدار = تقویت جایگاه اقتصادی و اجتماعی دیاسپورا

این فرآیند خطی نیست، بلکه چرخه‌ای است. اعضای دیاسپورا از طریق سفرهای رفت و برگشتی، سرمایه‌گذاری، انتقال دانش و مهارت، راه‌اندازی کسب‌وکارهای گردشگری و مشارکت در رویدادهای فرهنگی، به تقویت صنعت گردشگری کمک می‌کنند (King & Christou, 2010). همچنین فعالیت‌هایی نظیر راه‌اندازی تورها، هتل‌ها، رستوران‌ها، نمایشگاه‌ها و همکاری‌های علمی-اقتصادی جذابیت مقصد را افزایش می‌دهد (Etzo, 2016). در نتیجه، گردشگری دیاسپورا نه تنها ابزاری برای حفظ پیوندهای فرهنگی است، بلکه می‌تواند در چارچوب گردشگری پایدار به سازوکاری برای تنوع‌بخشی بازار، تقویت تاب‌آوری اقتصادی و ارتقای جایگاه بین‌المللی کشور میزبان تبدیل شود. در این پژوهش، جامعه مهاجر افغانستانی در ایران در قالب همین مدل تعاملی تحلیل می‌شود؛ مدلی که در آن مهاجرین نه حاشیه‌نشین صنعت گردشگری، بلکه بخشی از زنجیره ارزش آن محسوب می‌شوند.

۳. روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نوع توصیفی-تحلیلی و دارای ماهیتی میان‌رشته‌ای است که در پیوند دو حوزه‌ی «علوم سیاسی» و «گردشگری» قرار دارد. رویکرد کلی پژوهش کیفی و نظری بوده و بر پایه‌ی تحلیل داده‌ها و اسناد اولیه و ثانویه انجام شده است. هدف از انتخاب این روش، تبیین الگوهای نظری و سیاستی تعامل میان پدیده‌های مهاجرت و گردشگری در ایران با تمرکز بر جامعه مهاجرین افغانستانی است. اطلاعات مورد نیاز از طریق مطالعه

این رابطه پیچیده‌تر می‌شود؛ زیرا مهاجرین هم بخشی از جامعه میزبان هستند و هم پیوندهای فرهنگی خود را با سرزمین مبدأ حفظ می‌کنند. این وضعیت نوعی «سرمایه فرهنگی دوگانه» ایجاد می‌کند که می‌تواند به تقویت دیپلماسی فرهنگی، کاهش فاصله‌های هویتی و بازنمایی تنوع فرهنگی در مقصد گردشگری منجر شود. مشارکت فعال مهاجرین در فعالیت‌های فرهنگی، جشنواره‌ها، صنایع دستی و خدمات گردشگری، نه تنها منبع درآمد است، بلکه به انسجام اجتماعی و پایداری فرهنگی کمک می‌کند. در بُعد زیست‌محیطی نیز، حضور شبکه‌های پایدار انسانی می‌تواند موجب تمرکز گردشگری بر مسیرهای مشخص، استفاده بهینه از زیرساخت‌های موجود و کاهش نوسانات فصلی شود. از این منظر، اگر جریان‌های گردشگری ناشی از مهاجرت در قالب سیاست‌های مدیریت شده هدایت شوند، می‌تواند در چارچوب توسعه پایدار قرار گیرند.

گردشگری دیاسپورا

مفهوم «گردشگری دیاسپورا» در ادبیات معاصر به پدیده‌ای اطلاق می‌شود که پیوندی میان مهاجرت، هویت و گردشگری برقرار می‌کند (Roberts, 2012). دیاسپوراها جوامعی هستند که علی‌رغم اقامت طولانی‌مدت در سرزمین مقصد، پیوندهای عاطفی، فرهنگی و اقتصادی خود را با مردم و سرزمین مبدأ حفظ می‌کنند (Brubaker, 2005). این پیوندهای چندلایه، الگوهایی از تحرک فضایی پدید می‌آورند که در مرز میان مهاجرت و گردشگری قرار می‌گیرند (Calò & Facchini, 2025).

در این چارچوب، مرز میان مهاجر و گردشگر کمرنگ می‌شود. انگیزه‌های سفر در میان مهاجرین اغلب ترکیبی از دلایل خانوادگی، فرهنگی و اقتصادی است (O'Reilly, 2003). سفرهای خانوادگی، زیارتی، درمانی، علمی و تجاری که توسط یا به واسطه شبکه‌های مهاجرین شکل می‌گیرد، نمونه‌ای از این تحرک فراملی است. این الگوها به دلیل تکرار شونده‌گی و مبتنی بودن بر اعتماد شبکه‌ای، نوعی تقاضای پایدار گردشگری ایجاد می‌کنند (Mutai et al., 2025).

از منظر نظری، گردشگری دیاسپورا بر مفاهیمی همچون هویت قومی، حافظه تاریخی، نوستالژی و پیوند میان سرزمین‌های مبدأ و میزبان استوار است (Roberts, 2012). اما اهمیت آن در این پژوهش، کارکرد شبکه‌ای آن است. دیاسپوراها از طریق شبکه‌های اجتماعی و اقتصادی خود، اطلاعات سفر را منتقل می‌کنند، هزینه‌های اقامت را کاهش می‌دهند، انگیزه‌های عاطفی برای سفر ایجاد می‌کنند و حتی در عرضه خدمات گردشگری نقش ایفا می‌کنند



اساس مفاهیم کلیدی گردشگری پایدار و نظریه‌های مهاجرت کدگذاری و در قالب پنج محور تحلیلی (فرهنگی، مذهبی، سلامت، تجاری و علمی) طبقه‌بندی شدند. سپس با مقایسه الگوهای چهرانی مشابه، ابعاد تعامل میان مهاجرت افغانستانی‌ها و گردشگری ایران تحلیل گردید. برای اطمینان از اعتبار علمی تحلیل‌ها، از «تثلیث منابع»^۲ شامل داده‌های آماری، اسناد رسمی و مطالعات دانشگاهی استفاده شده است. همچنین، ارجاع‌دهی دقیق و شفاف به منابع معتبر داخلی و بین‌المللی، بازبینی متقابل مفاهیم توسط دو پژوهشگر مستقل، و رعایت اصول استدلال منطقی در تحلیل یافته‌ها، به افزایش روایی مفهومی و اتکاپذیری نتایج کمک کرده‌است.

کتابخانه‌ای و اسنادی گردآوری شده‌است که شامل مجموعه‌ای از منابع علمی، اسناد رسمی، آمارهای دولتی، گزارش‌های بین‌المللی و مطالعات دانشگاهی مرتبط با دو حوزه مهاجرت و گردشگری بوده است. از جمله مهم‌ترین منابع مورد استفاده می‌توان به داده‌های «مرکز آمار ایران»، «وزارت کشور»، «سازمان میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی» و نیز مطالعات منتشرشده در مجلات علمی داخلی و بین‌المللی اشاره کرد. اطلاعات و داده‌ها از بازه زمانی ۲۰۰۰ تا ۲۰۲۵ انتخاب شدند تا روندهای جدید مهاجرت و گردشگری در دهه‌ی اخیر تحلیل شوند. داده‌های گردآوری‌شده با بهره‌گیری از روش «تحلیل محتوای کیفی»^۱ و رویکرد مقایسه‌ای-تفسیری مورد بررسی قرار گرفتند. در این فرایند، متون و داده‌ها بر

جدول ۱: نمای کلی روش‌شناسی پژوهش

مؤلفه	توضیحات پژوهش حاضر
نوع پژوهش	توصیفی-تحلیلی، با رویکرد کیفی و ماهیتی میان‌رشته‌ای (علوم سیاسی و گردشگری پایدار)
هدف پژوهش	تبیین تعامل میان مهاجرت و گردشگری با تمرکز بر جامعه مهاجرین افغانستانی در ایران
پارادایم پژوهش	تفسیری
جامعه آماری / منابع داده	منابع علمی، آمار رسمی، اسناد سیاستی و مطالعات بین‌المللی مرتبط با مهاجرت و گردشگری
روش گردآوری داده‌ها	مطالعه کتابخانه‌ای و تحلیل اسنادی (داده‌های ثانویه)
ابزار گردآوری داده‌ها	مرور نظام‌مند مقالات، گزارش‌های آماری، اسناد رسمی و داده‌های سازمانی
روش تحلیل داده‌ها	تحلیل محتوای کیفی و رویکرد مقایسه‌ای-تفسیری در پنج محور: گردشگری فرهنگی، گردشگری مذهبی، گردشگری سلامت، گردشگری تجاری و گردشگری علمی
چارچوب نظری-مفهومی تحلیل	نظریه گردشگری پایدار و مدل‌های بین‌المللی تعامل مهاجرت-گردشگری و مفهوم دیاسپورا
اعتبار و روایی پژوهش	استفاده از تثلیث منابع، ارجاع به منابع معتبر داخلی و خارجی، بازبینی متقابل تحلیل‌ها توسط پژوهشگران
بازه زمانی تحلیل داده‌ها	۲۰۰۰-۲۰۲۵
نتیجه روش شناختی	تدوین مدلی تحلیلی از تعامل مهاجرت و گردشگری در چارچوب توسعه پایدار ایران

می‌کند. این جامعه، با جمعیتی چند میلیونی، می‌تواند هم به‌عنوان بازار هدف گردشگری داخلی و هم به‌عنوان عامل جذب گردشگران خارجی از افغانستان و سایر کشورها عمل کند. شناخت عمیق آنان از ظرفیت‌های ایران و پیوندهای فرهنگی موجود، آنها را به سفیران بالقوه گردشگری بدل کرده‌است؛ امری که در راستای اصول گردشگری پایدار، نیازمند توجه، سیاست‌گذاری هدفمند و ارزیابی دقیق است. از همین رو این پژوهش، نقش مهاجرین افغانستانی در توسعه گردشگری پایدار ایران را در پنج حوزه «گردشگری فرهنگی»، «گردشگری مذهبی»، «گردشگری سلامت»،

۴. یافته‌ها و بحث

۴/۱ ظرفیت‌های مهاجرین افغانستانی در گردشگری پایدار ایران

مهاجرین افغانستانی، با توجه به اشتراکات فرهنگی، زبانی و مذهبی گسترده با جامعه ایرانی، ظرفیت بالایی برای تأثیرگذاری بر صنعت گردشگری پایدار ایران دارند. این اشتراکات از یک‌سو انگیزه سفر به ایران را در میان گردشگران افغانستانی افزایش می‌دهد و از سوی دیگر، ارائه خدمات گردشگری را برای فعالان این صنعت تسهیل

«گردشگری قومی» هستند که در آن گردشگران با فرهنگ یک گروه خاص مهاجر آشنا می‌شوند. چنین تجربه‌ای نه تنها جذابیت شهری را افزایش می‌دهد، بلکه در تقویت انسجام اجتماعی و هم‌زیستی فرهنگی میان مهاجرین و جامعه میزبان نقش کلیدی دارد (Shiri, 2024).

سیاست‌گذاری‌های فرهنگی و شهری در ایران تاکنون عمدتاً بر میراث تاریخی و اقوام بومی تمرکز داشته‌اند و ظرفیت فرهنگی مهاجرین، به‌ویژه افغانستانی‌ها، کمتر مورد توجه قرار گرفته است. این در حالی است که تجربه کشورهای چون کانادا و استرالیا نشان داده اگر به فرهنگ مهاجرین با رویکردی جامع‌نگر نگریسته شود، می‌توان از آن‌ها در رقابت‌های جهانی گردشگری بهره گرفت (Eftekharazam & Khoshnevis, 2016). ایران می‌تواند با تمرکز بر «گردشگری رویداد» از رویدادهای فرهنگی-ادبی خود همچون بزرگداشت حکیم ابوالقاسم فردوسی (Jahanian & Sheikhooni, 2023)، گردشگران هم‌زبان و هم‌فرهنگ افغانستانی و حتی تاجیکستانی را جذب کند. شهرداری‌ها و نهادهای فرهنگی می‌توانند با برگزاری جشنواره‌های مشترک، ایجاد فضاهایی در موزه‌ها و فرهنگ‌سراها و حمایت از پروژه‌های مهاجرمحور، زمینه تقویت گردشگری فرهنگی را فراهم کنند. از جمله راهکارها، طراحی تورهایی با محوریت بازدید از رستوران‌ها، بازارچه‌ها و مراکز فرهنگی مهاجرین است که می‌تواند موجب تعامل فرهنگی و تقویت هم‌زیستی اجتماعی شود (Yarbakhsh, 2015). این اقدامات علاوه بر رشد صنعت گردشگری، مشارکت مهاجرین در زندگی شهری را افزایش می‌دهد و نقش آن‌ها را به‌عنوان بخشی فعال از سرمایه فرهنگی کشور تثبیت می‌کند.

ب) گردشگری مذهبی

گردشگری مذهبی که گاهی با عناوینی مانند «گردشگری معنوی» یا «گردشگری مبتنی بر ایمان» نیز شناخته می‌شود، به سفرهایی اطلاق می‌شود که با هدف انجام فعالیت‌های دینی نظیر زیارت، حضور در مراسم مذهبی یا بازدید از اماکن مقدس صورت می‌گیرند. این نوع گردشگری نقشی مؤثر در تبادلات فرهنگی و مذهبی دارد و به رشد اقتصادی مناطق میزبان کمک می‌کند. از جمله مقاصد برجسته در این حوزه می‌توان به مکه و واتیکان اشاره کرد

«گردشگری تجاری» و «گردشگری علمی» بررسی می‌کند. انتخاب این پنج حوزه بر اساس مطابقت توانمندی‌های مهاجرین با نیازهای صنعت گردشگری ایران و ویژگی‌های منحصر به فرد این جامعه صورت گرفته است.

الف) گردشگری فرهنگی

گردشگری فرهنگی یکی از شاخه‌های کلیدی گردشگری پایدار است که با تمرکز بر تجربه مستقیم فرهنگ، تاریخ، آیین‌ها و سبک زندگی جوامع مختلف، نقش مهمی در تقویت هویت فرهنگی و تبادل بین‌فرهنگی دارد. در این میان، مهاجرین افغانستانی در ایران، به دلیل اشتراکات گسترده زبانی، مذهبی و تاریخی با جامعه میزبان، ظرفیت ویژه‌ای برای مشارکت در توسعه این نوع گردشگری دارند. فرهنگ مشترک، به‌ویژه در زبان فارسی، نوروز، آیین‌های مذهبی و غذاهای سنتی، هم مشوق سفر برای گردشگران افغانستانی است و هم زمینه‌ای برای بازنمایی فرهنگ آن‌ها به جامعه ایرانی و گردشگران خارجی فراهم می‌کند. در شهرهایی مانند مشهد، تهران و قم، مهاجرین افغانستانی مراکزی غیررسمی برای آموزش زبان، موسیقی سنتی، شعر و برگزاری جشنواره‌های فرهنگی ایجاد کرده‌اند (Shiri, 2024). این فضاها هم به حفظ فرهنگ مهاجرین کمک می‌کنند و هم به‌عنوان جاذبه گردشگری فرهنگی برای پژوهشگران و علاقه‌مندان تلقی می‌شوند. در نتیجه، مهاجرین افغانستانی به‌عنوان کنش‌گرانی فعال در دیپلماسی فرهنگی غیررسمی شناخته می‌شوند (Yarbakhsh, 2015).

مهاجرین افغانستانی در کنار فعالیت‌های فرهنگی، در تولید و ارائه صنایع‌دستی نیز نقش فعالی دارند. کارگاه‌های قالیبافی، زیورآلات، لباس‌های محلی و ظروف سنتی که توسط آن‌ها در بازارهای شهری و مرزی مانند بازارچه دوغارون و بازار رضا در مشهد راه‌اندازی شده‌اند، بخشی از میراث فرهنگی افغانستان را زنده نگه می‌دارند و در عین حال به جاذبه‌هایی برای گردشگری فرهنگی تبدیل شده‌اند (Eftekharazam & Khoshnevis, 2016). رستوران‌های افغانستانی با منوهای شامل غذاهای اصیل مانند منتو، آشک و قابلی پلو، تجربه‌ای متفاوت از فرهنگ خوراک را برای گردشگران فراهم می‌کنند (Abbasi-Shavazi et al., 2008). این فضاهای ترکیبی از غذا، موسیقی و طراحی سنتی، نمونه‌ای از



گردشگری سلامت نوعی از گردشگری است که در آن افراد با هدف دریافت خدمات درمانی مانند جراحی‌ها، روش‌های پزشکی پیشرفته یا درمان‌های جایگزین به کشورهای دیگر سفر می‌کنند. از عوامل محرک اصلی در این زمینه می‌توان به هزینه‌های بالای درمان در برخی کشورها، انتظار طولانی برای دریافت خدمات و دسترسی آسان‌تر به درمان‌های تخصصی در کشورهای دیگر اشاره کرد. برخی کشورها نیز به‌واسطه ارائه خدمات خاص مانند جراحی‌های زیبایی یا روش‌های نوین درمانی، به مقاصد محبوب گردشگری سلامت تبدیل شده‌اند (Cook, 2008). در سال ۲۰۲۳ ارزش بازار جهانی گردشگری سلامت حدود ۳۹.۵۷ میلیارد دلار برآورد شده و پیش‌بینی می‌شود این رقم تا سال ۲۰۳۲ به ۲۴۳.۷۴ میلیارد دلار برسد که رشدی سالانه معادل ۲۲.۴۴ درصد را نشان می‌دهد (Gholipour & Esfandiari, 2024).

ایران در سال‌های اخیر با پیشرفت‌های علمی و پزشکی چشمگیر، به یکی از قطب‌های منطقه‌ای در گردشگری سلامت تبدیل شده است. حوزه‌هایی مانند درمان ناباروری، سلول‌های بنیادی، پیوند اعضا، جراحی‌های زیبایی و کاشت مو از جمله نقاط قوت پزشکی ایران هستند. طبق آمار، ایران در میان کشورهای جهان در رتبه ۴۶ گردشگری سلامت قرار دارد (Motaghi et al., 2023). در این میان، افغانستان با توجه به کمبود امکانات درمانی، کمبود نیروی متخصص و شرایط اقتصادی ناهنجار مناسب، می‌تواند یکی از اصلی‌ترین بازارهای هدف برای ایران محسوب شود. نزدیکی جغرافیایی، هزینه مناسب خدمات و اشتراکات فرهنگی نیز این تعامل را تقویت می‌کند.

وحید مجروح، مشاور وقت بهداشت افغانستان، در دی ۱۳۹۸ با اشاره به این ظرفیت، اعلام کرد که «ایران چشم خود را بر بازار ۳۰۰ میلیون دلاری گردشگری سلامت افغانستان بسته است». این سخن با آمار علی‌اصغر مونسان، وزیر میراث‌فرهنگی ایران در تیرماه ۱۳۹۹ نیز همخوانی دارد. طبق گزارش او، در سال ۱۳۹۸ بیش از ۱۲۵ هزار بیمار خارجی در بیمارستان‌های ایران بستری شده‌اند که ۶۰،۶۰۰ نفر از آن‌ها، یعنی حدود ۴۹ درصد، اتباع افغانستانی بوده‌اند. بیماران افغانستانی اغلب از مرز زمینی هرات وارد ایران می‌شوند و

(Budovich, 2023). بر اساس گزارش سازمان جهانی گردشگری سازمان ملل، سالانه حدود ۳۳۰ میلیون نفر با اهداف مذهبی سفر می‌کنند که این امر بازاری بزرگ برای کشورهایی با جاذبه‌های معنوی ایجاد کرده است. پیش‌بینی می‌شود درآمد جهانی گردشگری مذهبی از ۱۵.۱ میلیارد دلار در سال ۲۰۲۳ به بیش از ۴۱ میلیارد دلار تا سال ۲۰۳۳ افزایش یابد (Oxford - Business Group, 2023).

در این میان، ایران با برخورداری از اماکن مذهبی مهم، ظرفیت بالایی برای جذب گردشگران مذهبی به‌ویژه از افغانستان دارد. یکی از اشتراکات بنیادین ایران و افغانستان، مذهب شیعه است که حدود ۳۰ درصد از جمعیت ۴۳ میلیونی افغانستان را تشکیل می‌دهد، یعنی نزدیک به ۱۲ میلیون نفر (Ewans, 2002; Worldometer, 2024). این جمعیت، که با مذهب رسمی ایران هم‌خوانی دارد، پیوندی عمیق با اماکنی چون حرم امام رضا (ع) در مشهد و حضرت معصومه (س) در قم برقرار کرده است. سالانه هزاران افغانستانی برای زیارت به این شهرها سفر می‌کنند. به‌عنوان نمونه، تنها در ایام نوروز ۱۴۰۳، بیش از ۳۰ هزار افغانستانی به مشهد سفر کرده بودند (YJC, 2022a).

همچنین، مراسم اربعین حسینی در عراق بستری مهم برای گردشگری مذهبی مهاجرین و زائرین افغانستانی از طریق ایران فراهم کرده است. از سال ۱۳۹۶، بسیاری از آن‌ها از مرز دوغارون وارد ایران می‌شوند. تا ۸ شهریور ۱۴۰۳، بیش از ۶۶ هزار روادید اربعین برای افغانستانی‌ها صادر شده و ۹۹ درصد آن‌ها از طریق مرز زمینی ایران به عراق رفته‌اند (IRNA, 2024). راهپیمایی اربعین، یکی از مهم‌ترین فرصت‌های ایران برای توسعه گردشگری مذهبی است (Bod, 2024). در مسیر عبور، بسیاری از این زائران به زیارت شهرهای مذهبی ایران نیز می‌پردازند و برخی با استفاده از اقامت یک‌ماهه، دیداری با خویشاوندان مهاجر خود در ایران نیز انجام می‌دهند.

ج) گردشگری سلامت

(Mukherjee, 2022) ایران، با تنوع کالایی و قیمت‌های مناسب، مقصدی مطلوب برای گردشگران خرید افغانستانی محسوب می‌شود. بازارچه‌های مرزی مانند دوغارون در جذب این گردشگران نقش کلیدی دارند. تبلیغات هدفمند در رسانه‌های افغانستان، همکاری با آژانس‌های گردشگری، تسهیل صدور ویزا و ارائه تخفیف‌های ویژه در تورهای خرید، می‌تواند انگیزه سفر به ایران را افزایش دهد و در نهایت به نفع اقتصاد هر دو کشور عمل کند.

ن) گردشگری علمی

گردشگری علمی به جابه‌جایی فرامرزی افراد برای اهداف آموزشی و پژوهشی اشاره دارد که شامل حضور در کنفرانس‌های علمی، شرکت در دوره‌های تحصیلی، کارگاه‌های آموزشی و تبادلات تحقیقاتی است. این نوع گردشگری با هدف کسب دانش، توسعه مهارت‌ها و ارتقاء همکاری‌های علمی بین‌المللی انجام می‌شود. گردشگری علمی موجب تقویت شبکه‌های آموزشی جهانی، انتقال نوآوری و تسهیل ارتباطات فرهنگی میان کشورها می‌شود. کشورهای میزبان از مزایای آن نظیر شهریه‌های تحصیلی، تأمین مالی پروژه‌ها و مشارکت نیروی انسانی متخصص در اقتصاد محلی بهره‌مند می‌شوند (Loktev et al., 2023).

ایران با برخورداری از دانشگاه‌های معتبر و پژوهشگاه‌های پیشرفته، جایگاه علمی قابل توجهی در منطقه دارد. رشته‌هایی مانند مهندسی، علوم پزشکی، نانو و علوم پایه در دانشگاه‌های ایران در سطح منطقه‌ای و جهانی شناخته شده‌اند. در راستای تقویت تبادلات علمی، دولت ایران در سال ۱۳۸۰ قانونی مشخص برای جذب دانشجویان خارجی تصویب کرد. یکی از نخستین گروه‌هایی که از این قانون بهره‌مند شدند، مهاجرین افغانستانی بودند. تا پایان دهه ۱۳۸۰، بیش از ۲۰۰۰ دانشجوی خارجی در ایران تحصیل می‌کردند که عمده آنان افغانستانی بودند. در سال‌های بعد، سیاست‌های هدفمند جذب دانشجویان، جمعیت دانشجویان افغانستانی ساکن در خود افغانستان را نیز به تحصیل در ایران سوق داد (Haji-Abbasi & Parvin, 2023).

امروزه، دانشجویان افغانستانی از مهم‌ترین گروه‌های دانشجویان بین‌المللی در ایران هستند. طبق آمار تیرماه ۱۴۰۳، حدود ۹۰ هزار دانشجوی خارجی در ایران تحصیل می‌کنند (Iran Press, 2023).

به‌طور متوسط بین ۱ تا ۳ شب در بیمارستان‌های ایران بستری می‌مانند. هزینه درمان این بیماران بین ۲۰۰۰ تا ۲۵۰۰ دلار و با احتساب خدمات اقامتی تا ۳۰۰۰ دلار تخمین زده شده‌است (Government Information Center of Iran, 2020).

د) گردشگری تجاری

گردشگری تجاری یا کاری به سفرهایی اطلاق می‌شود که با اهداف شغلی نظیر شرکت در جلسات، کنفرانس‌ها، نمایشگاه‌ها و سایر رویدادهای کسب‌وکار انجام می‌شود. این نوع گردشگری عمدتاً به شهرهای بزرگ با زیرساخت‌های اقتصادی و رویدادهای تجاری متمرکز است. عواملی مانند رشد اقتصادی، جهانی‌شدن و فناوری‌های ارتباطی در افزایش تقاضای آن نقش دارند. گردشگری تجاری با هزینه‌هایی مانند اقامت، غذا، حمل‌ونقل و خدمات دیگر، تأثیر مستقیمی بر اقتصاد محلی می‌گذارد (Nice & Pennington-Gray, 2005). بر اساس گزارش شورای جهانی سفر و گردشگری، گردشگری تجاری حدود ۲۱ درصد از کل هزینه‌های گردشگری جهان را شامل می‌شود (López, 2024).

پس از تحولات سیاسی افغانستان در سال ۱۴۰۰، موجی از مهاجرت سرمایه‌داران افغانستانی به ایران شکل گرفت. ایران با هدف بهره‌گیری از این فرصت، مقررات سرمایه‌گذاری را تسهیل کرد و حداقل سرمایه‌گذاری خارجی را از ۲۵۰ هزار دلار به ۹۰ هزار یورو کاهش داد. نتیجه این سیاست‌ها، رشد چشمگیر سرمایه‌گذاری افغانستانی‌ها در ایران بود، به طوری که در سال ۱۴۰۱ آن‌ها رتبه اول سرمایه‌گذاری خارجی را کسب کردند (YJC, 2022b). طبق گزارش رئیس انجمن سرمایه‌گذاری‌های مشترک، در سال ۱۴۰۲ افغانستانی‌ها ۱۵ درصد از ۴ میلیارد دلار سرمایه‌گذاری خارجی ایران را به خود اختصاص داده‌اند. همچنین، از میان ۷۰۰ پروژه فعال با سرمایه خارجی، حدود ۱۵۰ پروژه در اختیار سرمایه‌داران افغانستانی بوده است (ISPI, 2024). این آمارها نشان‌دهنده ظرفیت بالای ایران در جذب گردشگران تجاری افغانستانی و توسعه گردشگری اقتصادی است.

در این زمینه، گردشگری خرید به‌عنوان یکی از زیرشاخه‌های گردشگری تجاری نیز اهمیت زیادی دارد. این نوع گردشگری شامل سفر برای خرید کالاهای خاص، ارزان‌تر یا معاف از مالیات است



فرهنگی باعث شکل‌گیری نوعی سرمایه اجتماعی و فرهنگی در بستر گردشگری می‌شود که به حفظ میراث ناملموس و ارتقای دیپلماسی فرهنگی ایران یاری می‌رساند. بنابراین، بُعد فرهنگی و اجتماعی حضور مهاجرین افغانستانی نه تنها مکمل توسعه گردشگری، بلکه مؤلفه‌ای اساسی در تحقق پایداری فرهنگی در سطح ملی و فراملی است.

یافته‌ها بیانگر آن است که مشارکت مهاجرین افغانستانی در بخش‌های تجاری، خدماتی و سلامت، ظرفیت‌های قابل توجهی برای پایداری اقتصادی گردشگری ایران فراهم کرده است. سرمایه‌گذاری مستقیم افغانستانی‌ها در ایران طی سال‌های اخیر، از یک‌سو به اشتغال‌زایی در حوزه‌های مرتبط با گردشگری انجامیده و از سوی دیگر، زمینه جذب گردشگران تجاری و سلامت را تقویت کرده است. این جریان اقتصادی، نمونه‌ای از گردشگری مبتنی بر مهاجرت است که در آن مهاجرین نه صرفاً مصرف‌کننده، بلکه تولیدکننده خدمات و فرصت‌های گردشگری هستند. افزایش گردشگران سلامت افغانستانی، توسعه بازارهای مرزی و گردشگری خرید و گسترش تعاملات مالی میان دو کشور، از پیامدهای این پیوند اقتصادی است. استمرار چنین روندی موجب تنوع‌بخشی به اقتصاد گردشگری ایران و شکل‌گیری الگوی مقاوم‌تری از توسعه پایدار می‌شود که هم‌زمان رشد اقتصادی، پایداری درآمدی و عدالت منطقه‌ای را دربرمی‌گیرد.

در بُعد علمی و دانشی، حضور گسترده دانشجویان و پژوهشگران افغانستانی در دانشگاه‌های ایران، بُعد جدیدی از گردشگری پایدار را شکل داده است. این جریان موسوم به «گردشگری علمی» ضمن تقویت همکاری‌های آموزشی، به پویایی فرهنگی و انتقال دانش میان دو کشور انجامیده است. اشتراکات زبانی، هزینه مناسب آموزش و جایگاه رفیع علمی ایران، موجب شده تا مهاجرین و دانشجویان افغانستانی به عاملان مؤثر در تبادلات علمی، فرهنگی و نوآورانه تبدیل شوند. چنین ارتباطی ظرفیت‌های انسانی و فکری جدیدی را برای صنعت گردشگری ایران ایجاد کرده است؛ زیرا این گروه‌ها به‌مثابه سفیران فرهنگی و علمی، تصویر مثبتی از ایران در جامعه مبدأ و جوامع بین‌المللی ترویج می‌کنند.

(2024)، که ۶۰ هزار نفر آنها افغانستانی‌اند (IFP News, 2024). این در حالی است که هدف ایران، جذب ۳۲۰ هزار دانشجوی بین‌المللی تا سال ۱۴۰۷ است (ISNA, 2024). اشتراکات زبانی و فرهنگی، در کنار وضعیت بحرانی آموزش در افغانستان، به‌ویژه پس از روی کار آمدن طالبان و محدودیت برای دختران، ایران را به مقصدی مطمئن برای دانش‌پژوهان افغانستانی تبدیل کرده است. توسعه زیرساخت‌های آموزشی و تسهیل مقررات می‌تواند به بهره‌برداری از ظرفیت عظیم گردشگری علمی افغانستانی‌ها در ایران کمک شایانی کند.

۴/۲ تحلیل یافته‌ها

در بُعد نظری، این تحقیق به تعمیق فهم ما از پیوند میان مهاجرت و گردشگری در کشورهای میزبان کمک می‌کند. تاکنون بیشتر مطالعات در این حوزه بر کشورهای توسعه‌یافته متمرکز بوده‌اند، در حالی که شرایط ایران به‌عنوان کشوری با پیشینه تاریخی مهاجرپذیری و ظرفیت بالای گردشگری، الگوی متفاوتی از این تعامل را عرضه می‌کند. این مقاله نشان می‌دهد که مهاجرت در ایران می‌تواند نه تنها در خدمت رفع نیازهای نیروی کار، بلکه در جهت ارتقای تصویر بین‌المللی کشور و گسترش روابط فرهنگی نیز به‌کار گرفته شود. این نگاه می‌تواند مبنایی برای بازتعریف مفاهیمی چون «گردشگری هم‌فرهنگ» یا «گردشگری دیاسپورایی» در بافت منطقه‌ای خاورمیانه باشد.

بررسی یافته‌ها نشان می‌دهد که جامعه مهاجر افغانستانی، به‌واسطه اشتراکات زبانی، مذهبی و فرهنگی با ایران، به‌طور معناداری از ظرفیت بالایی در پایداری اجتماعی و فرهنگی گردشگری برخوردار است. این جامعه قادر است با حفظ و بازنمایی عناصر فرهنگی مشترک نظیر نوروز، شعر فارسی، موسیقی و صنایع‌دستی، به غنای فرهنگی مقصدهای گردشگری کمک کنند. مهاجرین می‌توانند از طریق مشارکت در فعالیت‌های فرهنگی شهری، ایجاد فضاهای هنری و برپایی رویدادهای مشترک، پیوندهای اجتماعی میان دو ملت را تقویت نمایند. چنین فرایندی علاوه بر افزایش جذابیت فرهنگی مقاصد گردشگری، موجب کاهش تنش‌های بین‌فرهنگی و ارتقای همزیستی اجتماعی خواهد شد. از منظر پایداری، این نقش

جدول ۲: تحلیل ظرفیت ها و نقش مهاجرین افغانستانی در توسعه گردشگری پایدار ایران

حوزه تعامل	مصادیق و شواهد اصلی	نوع اثرگذاری بر گردشگری	پیامد بر توسعه پایدار
گردشگری فرهنگی	ایجاد مراکز فرهنگی، ادبی و هنری مهاجرین، فعالیت در صنایع دستی و رستوران های افغانستانی، برگزاری آیین های مشترک مانند نوروز و یلدا	افزایش تنوع فرهنگی و تقویت هویت مشترک (ایران بزرگ)؛ شکل گیری گردشگری قومی و بین فرهنگی	پایداری فرهنگی-اجتماعی از طریق تقویت انسجام، تبادلات فرهنگی و دیپلماسی نرم
گردشگری مذهبی	حضور گسترده زائران افغانستانی در شهرهایی همچون مشهد و قم، مشارکت در مراسم اربعین از مسیر ایران	افزایش سفرهای زیارتی و توسعه زیرساخت های پذیرش زائران	پایداری فرهنگی-اقتصادی از طریق رونق گردشگری مذهبی و تحکیم پیوندهای فراملی شیعی
گردشگری سلامت	مراجعات گسترده بیماران افغانستانی به ایران، به ویژه برای درمان های ناباوروی و جراحی های خاص	افزایش درآمد ارزی و اشتغال در بیمارستان ها و مراکز درمانی	پایداری اقتصادی از طریق توسعه گردشگری سلامت منطقه ای و بهبود همکاری های بهداشتی
گردشگری تجاری	سرمایه گذاری بیش از ۲ میلیارد دلار توسط مهاجرین افغانستانی، مشارکت در ۱۵۰ پروژه اقتصادی، رشد گردشگری خرید در بازارهای مرزی	گسترش تعاملات تجاری و مالی و ایجاد انگیزه سفرهای کاری	پایداری اقتصادی-منطقه ای از طریق تنوع بخشی به بازار گردشگری و جذب سرمایه خارجی
گردشگری علمی	حضور بیش از ۶۰ هزار دانشجوی افغانستانی در دانشگاه های ایران، تبادلات آموزشی و علمی	تقویت همکاری های علمی و شکل گیری شبکه های دانشی مشترک	پایداری اجتماعی-دانشی از طریق انتقال دانش، سرمایه انسانی و ارتقای وجهه علمی ایران

۵. نتیجه گیری

نه صرفاً به عنوان جامعه ای مصرف کننده خدمات، بلکه به مثابه «کنش گران فعال در زنجیره ارزش گردشگری» دیده شوند؛ کنش گرانی که توانایی ایفای نقش در معرفی ایران، جذب گردشگران هم زبان و خلق تعاملات فرهنگی فرامرزی را دارند. از منظر سیاست گذاری، نتایج تحقیق حاکی از آن است که بهره گیری از ظرفیت های مهاجرین افغانستانی در پنج حوزه ی فرهنگی، مذهبی، سلامت، تجاری و علمی، مستلزم تغییر رویکرد نهادهای دولتی از «مدیریت جمعیت مهاجر» به «ادغام هدفمند و فرصت محور» است. دولت و نهادهای مرتبط باید سیاست های مهاجرتی و گردشگری را همسو طراحی کنند تا مهاجرین بتوانند به صورت قانونی و ساختارمند در چرخه گردشگری مشارکت نمایند. این امر می تواند با اقداماتی نظیر ایجاد سامانه های شناسایی مهارت مهاجرین، صدور مجوزهای کاری در بخش گردشگری، حمایت از کارآفرینی مهاجر محور و توسعه فضاهای فرهنگی مشترک محقق شود. همچنین، در سطح شهری، شهرداری ها و سازمان های محلی می توانند با برگزاری جشنواره ها و رویدادهای چندفرهنگی، از مهاجرین به عنوان عاملان ارتقای تعامل اجتماعی و دیپلماسی شهری بهره گیرند. از منظر سیاست گذاری اقتصادی نیز پیشنهاد می شود که سیاست های گردشگری ایران به سمت توسعه ی محصولات و تورهای مشترک ایران-افغانستان حرکت کند؛ به ویژه در حوزه هایی مانند زیارت، آموزش و سلامت که پیوندهای فرهنگی و نیازهای متقابل در آن ها

پژوهش حاضر با تمرکز بر تعامل میان دو پدیده ی کلیدی مهاجرت و گردشگری، کوشید تا ظرفیت های مغفول جامعه مهاجر افغانستانی در توسعه ی گردشگری پایدار ایران را تحلیل کند. نتیجه ی کلان این بررسی نشان می دهد که حضور بلندمدت، گسترده و متنوع مهاجرین افغانستانی در ایران نه تنها چالشی اجتماعی یا اقتصادی نیست، بلکه می تواند به فرصتی راهبردی برای شکل دهی به الگوی جدیدی از «گردشگری مبتنی بر مهاجرت» تبدیل شود؛ الگویی که هم زمان ابعاد فرهنگی، اقتصادی و سیاسی توسعه پایدار را در بر می گیرد. از منظر سیاستی، این نوع تعاملات می تواند به بازتعریف سیاست های مهاجرتی و گردشگری منجر شود تا مهاجرین نه به عنوان چالش جمعیتی، بلکه به عنوان سرمایه انسانی و فرهنگی پایدار در نظر گرفته شوند. بدین سان، بُعد علمی و دانشی مهاجرین افغانستانی نقشی بنیادین در پایداری نظام گردشگری ایران ایفا می کند.

مطالعه نشان داد که پیوند میان مهاجرت و گردشگری در ایران تاکنون بیشتر به صورت ضمنی و پراکنده مورد توجه بوده و سیاست گذاری ها اغلب رویکردی واکنشی داشته اند. در حالی که اگر این رابطه با نگاهی آینده نگر و نظام مند بازتعریف شود، می تواند به بازتولید سرمایه اجتماعی، تقویت دیپلماسی فرهنگی و افزایش تاب آوری اقتصادی در سطوح محلی و ملی بینجامد. بر این اساس، نتیجه ی اصلی این پژوهش آن است که مهاجرین افغانستانی باید



مشارکت مستقیم مهاجرین و ذینفعان صنعت گردشگری انجام گیرد تا داده‌های تجربی و مدل‌های کمی برای تحلیل تعامل مهاجرت و گردشگری در ایران تکمیل گردد. در مجموع، این پژوهش نتیجه می‌گیرد که تعامل میان مهاجرت و گردشگری، در صورت طراحی سیاستی هوشمندانه، می‌تواند از یک چالش اجتماعی به یک فرصت توسعه‌محور تبدیل شود؛ فرصتی که ضمن تقویت پایداری اقتصادی و فرهنگی، به ارتقای وجهه بین‌المللی ایران در عرصه گردشگری و همکاری‌های منطقه‌ای یاری می‌رساند.

حامی مالی

بنا به اظهار نویسندگان، این مقاله حامی مالی نداشته‌است.

سه‌م نویسندگان در پژوهش

پژوهش حاضر مستخرج از رساله دکتری است. تمامی نویسندگان در مراحل طراحی پژوهش، گردآوری داده‌ها، تحلیل و نگارش مقاله نقش مشترک داشته و نتیجه حاصل همکاری علمی و تعاملی میان آن‌هاست.

تضاد منافع

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

تقدیر و تشکر

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

بالاست. چنین همکاری‌هایی می‌تواند موجب گردش سرمایه، ایجاد اشتغال پایدار و تقویت روابط دو ملت شود. علاوه بر آن، ایجاد نهادهایی میان‌بخشی با مشارکت وزارت‌خانه‌های میراث‌فرهنگی، کشور، امور خارجه و کار می‌تواند زمینه‌ساز سیاست‌های پایدار و هماهنگ در این زمینه باشد.

از دیدگاه سیاست‌گذاری فرهنگی-اجتماعی، نتایج پژوهش نشان داد که حضور مهاجرین افغانستانی فرصت ارزشمندی برای بازسازی تصویر جامعه‌ی ایرانی به‌عنوان میزبان فرهنگی و هم‌زبان است. مشارکت فعال این گروه در فعالیت‌های فرهنگی و هنری می‌تواند موجب افزایش مدارای اجتماعی و کاهش پیش‌داوری‌ها شود. بنابراین، در سطح سیاست فرهنگی، لازم است برنامه‌هایی برای حمایت از تولیدات فرهنگی مشترک (در حوزه فیلم، ادبیات، موسیقی و صنایع‌دستی) طراحی شود تا هم‌زمان جذابیت گردشگری فرهنگی افزایش یافته و تصویر مثبت از ایران در میان ملت‌های منطقه تقویت گردد.

با وجود دستاوردهای نظری و کاربردی، پژوهش حاضر محدودیت‌هایی نیز دارد. نخست، به دلیل ماهیت کیفی و کتابخانه‌ای داده‌ها، امکان تحلیل میدانی نگرش‌ها و تجربیات مهاجرین یا گردشگران افغانستانی وجود نداشت. دوم، فقدان آمار دقیق از حجم واقعی گردشگران افغانستانی در حوزه‌های غیررسمی (به‌ویژه در سفرهای خانوادگی و درمانی) موجب شد بخش‌هایی از تحلیل به برآوردهای ثانویه متکی باشد. سوم، این پژوهش صرفاً بر جامعه مهاجر افغانستانی متمرکز بوده و به تعاملات مشابه با دیگر جوامع مهاجر در ایران نپرداخته‌است؛ در حالی که مقایسه تطبیقی می‌تواند چشم‌اندازهای دقیق‌تری برای سیاست‌گذاری آینده ارائه دهد. بنابراین، برای پژوهش‌های آتی پیشنهاد می‌شود مطالعات میدانی با

منابع

- Carswell, F., Boyne, S., & Hall, D. (2002). Reconceptualising VFR tourism: Friends, relatives and migration in a domestic context. In D. Hall & A. M. Williams (Eds.), *Tourism and migration: New relationships between production and consumption* (pp. 241–256). Springer.
https://doi.org/10.1007/978-94-017-3554-4_13
- Cook, P. (2008). What is health and medical tourism? *Reimagining Sociology*, 1(1), 1–13.
<https://eprints.qut.edu.au/214493/>
- Della Sala, V. (2024). Adaptive strategies in tourism destinations amid migration and displacement. *Anais Brasileiros de Estudos Turísticos (ABET)*, 14(1), 1–10.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.14226270>
- Dwyer, L., Forsyth, P., King, B., & Seetaram, N. (2010). *Migration-related determinants of Australian inbound and outbound tourism flows*. Sustainable Tourism Cooperative Research Centre (STCRC).
- Eftekharzham, S., & Khoshnevis, A. M. (2016). Diasporic culture: Appearance of identity in visual elements. *European Online Journal of Natural and Social Sciences: Proceedings*, 4(3), 779–788. https://european-science.com/eojnss_proc/article/view/4551
- Etzo, I. (2016). The impact of migration on tourism demand: Evidence from Japan. *University of Cagliari*.
<https://mpr.ub.uni-muenchen.de/id/eprint/72457>
- Abbasi-Shavazi, M. J., Glazebrook, D., & Jamshidiha, G. (2008). *Second-generation Afghans in Iran: Integration, identity and return*. Refugee Studies Centre.
- Abdollahi, M. (2024). 6.4 million foreign tourists entered Iran. *Farhikhtegan Newspaper*, (No. 4187), p. 16. (In Persian)
- Bell, M., & Ward, G. (2000). Comparing temporary mobility with permanent migration. *Tourism Geographies*, 2(1), 87–107.
<https://doi.org/10.1080/146166800363466>
- Bod, M. (2024). A study on the perception of participants in the Arbaeen mega event: A phenomenon of religious tourism in today's world. *Tourism of Culture*, 5(17), 16–25.
<https://doi.org/10.22034/toc.2024.402094.1125> (In Persian)
- Brubaker, R. (2005). The 'diaspora' diaspora. *Ethnic and Racial Studies*, 28(1), 1–19.
<https://doi.org/10.1080/0141987042000289997>
- Budovich, L. S. (2023). The impact of religious tourism on the economy and tourism industry. *HTS Theologiese Studies / Theological Studies*, 79(1), 1–7.
<https://doi.org/10.4102/hts.v79i1.8607>
- Butler, R. W. (1999). Sustainable tourism: A state-of-the-art review. *Tourism Geographies*, 1(1), 7–25.
<https://doi.org/10.1080/14616689908721291>
- Calò, E., & Facchini, A. (2025). Multilayer network analysis of European regional flows. *Entropy*, 27(9), 1–24.
<https://doi.org/10.3390/e27090978>



- Bruhn, M., & Khanna, T. (2025). Why should organizational scholars study migration? *Organization Science*, 36(3), 1021–1046. <https://doi.org/10.1287/orsc.2025.20376>
- Hosseini, G. A. (2024). *Half a century of hosting: The immigration policies of the Islamic Republic of Iran toward Afghan nationals (1979–2024)*. Erfan Publications. (In Persian)
- Hosseini, G. A., Rafie, H., & Radmard, M. (2025). Policies preventing the social integration of Afghan immigrants into Iranian society. *Sociology of Social Institutions*, 12(25), 251–281. <https://doi.org/10.22080/ssi.2025.28529.2257> (In Persian)
- IFP News. (2024, December 17). Data: Over 60,000 Afghan university students study in Iran, surpassing Kabul's numbers. <https://ifpnews.com/data-over-60000-afghan-university-students-study-in-iran-surpassing-kabuls-numbers/>
- Iran Press. (2024, December 1). Iran hosts 90,000 foreign students in higher education institutions. <https://iranpress.com/content/293300/iran-hosts-90000-foreign-students-higher-education-institutions>
- IRNA. (2023, April 4). Afghans ranked first in investment in Iran. <https://af.irna.ir/news/85250301/> (In Persian)
- IRNA. (2024, August 29). 66,000 special Arbaeen visas issued for Afghan nationals. <https://www.irna.ir/xjRsp6> (In Persian)
- IRNA. (2025, October 23). Departure of 1,450,000 undocumented foreign nationals from Iran. <https://irna.ir/xjVNjW> (In Persian)
- Ewans, M. (2002). *Afghanistan: A short history of its people and politics*. Harper.
- Frangialli, F., & Toepfer, K. (2005). *Making tourism more sustainable: A guide for policy makers*. United Nations Environment Programme & World Tourism Organization.
- Gholipour, H. F., & Esfandiari, K. (2024). Does medical tourism promote growth in the healthcare sector? *The European Journal of Health Economics*, 1–9. <https://doi.org/10.1007/s10198-024-01700-3>
- Government Information Center of Iran. (2020, June 22). Minister of Cultural Heritage, Tourism and Handicrafts: We are ready to facilitate the entry of Afghans. <https://dolat.ir/detail/341471> (In Persian)
- Haji-Abbasi, H., & Chitsazzadeh, A. H. (2021). *Charging tuition fees from non-Iranian students enrolled in public (tuition-free) programs: A neglect of selective migration policies*. Sharif University of Technology Policy Research Institute & Deyaran Association. (In Persian)
- Haji-Abbasi, H., & Parvin, E. (2023). *Challenges and strategies for attracting international students in Iran*. *Monthly Journal of Expert Reports*, Research Center of the Islamic Consultative Assembly (Majlis Research Center), 31(4), 1–28. <https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.29809525.1402.1402.4.101.1> (In Persian)
- Hall, C. M., & Lew, A. A. (2009). *Understanding and managing tourism impacts: An integrated approach*. Routledge.
- Hernandez, E., Choudhury, P., Kulchina, E., Wang, D., Shaver, J. M., Zellmer-

- King, R., & Christou, A. (2010). Diaspora, migration and transnationalism: Insights from the study of second-generation 'returnees'. In R. Bauböck & T. Faist (Eds.), *Diaspora and transnationalism: Concepts, theories and methods* (pp. 167–183). Amsterdam University Press. <https://www.jstor.org/stable/j.ctt46mz31.12>
- Loktev, R., Kolesnikov, R., & Chernykh, D. (2023). Prospects for the development of popular science tourism in the Yamalo-Nenets Autonomous District. In *Energy Management of Municipal Facilities and Environmental Technologies* (Vol. 458, pp. 1–12). EDP Sciences. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202345808005>
- López, A. M. (2024, July 4). *Global business travel – statistics & facts*. The Statistics countries in the Asian region. *Journal of Tourism Planning and Development*, 12(44), 57–77. <https://doi.org/10.22080/jtpd.2023.24949.3776> (In Persian)
- Mukherjee, D. (2022, June 7). *Shopping tourism: Why retailers should care*. Shopify. <https://www.shopify.com/retail/shopping-tourism>
- Mutai, N. C., Ibeh, L., Nguyen, M. C., Kiarie, J. W., & Ikamari, C. (2025). Sustainable economic development in Kenya: Influence of diaspora remittances, foreign direct investment and imports. *African Journal of Economic and Management Studies*, 16(1), 61–78. <https://doi.org/10.1108/AJEMS-01-2024-0059>
- ISNA. (2024, March 13). 320,000 international students to be admitted in the next five years. <https://www.isna.ir/xdQLpT> (In Persian)
- ISNA. (2025, April 8). Status of registered Afghan nationals to be determined by the end of summer. <https://www.isna.ir/xdT9rg> (In Persian)
- ISPI. (2024, February 26). *Afghan community in Iran: Five decades on*. <https://www.ispionline.it/en/publication/afghan-community-in-iran-five-decades-on-165046>
- Jahanian, M., & Sheikhooni, S. (2023). Factors affecting the attraction of tourists to the commemoration event of the sage Abolghasem Ferdowsi in Tus City. *Tourism of Culture*, 4(13), 14–23. <https://doi.org/10.22034/toc.2023.393815.1116> (In Persian)
- Portal. <https://www.statista.com/topics/2439/global-business-travel-industry/#topicOverview>
- Moghimehfar, F., & Nasr-Esfahani, M. H. (2011). Decisive factors in medical tourism destination choice: A case study of Isfahan, Iran and fertility treatments. *Tourism Management*, 32(6), 1431–1434. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.01.005>
- Mostafajoakar, F. (2022). *A comparative study of countries' policymaking and legislation regarding citizens residing abroad*. Office of Political Studies. (In Persian)
- Motaghi, S., Makhmali, H., Talei, S., & Sadeghi, F. (2023). Analysis of indicators affecting the attraction of Iran's medical tourism from selected



- <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.03.005>
- Roberts, S. (2012). Assessing the potential of diaspora tourism. *Journal of Eastern Caribbean Studies*, 37(3-4), 115-131. <https://www.jecsonline.com/wp-content/uploads/2019/09/JECS-Vol-37-Nos.-3-4-Sept-Dec-2012-1.pdf#page=119>
- Seyfi, S., & Hall, C. M. (2018). *Tourism in Iran: Challenges, development and issues*. Routledge.
- Shariff, N. M., & Abidin, A. Z. (2017). Developing international migrant labor patterns: The case of tourism and hospitality industry. *International Review of Management and Marketing*, 7(1), 423-427. <https://www.econjournals.com/index.php/irmm/article/view/3519>
- Shiri, M. (2024). *The role of music in the social integration of Afghan immigrants in Iran: A sociocultural perspective*. Masaryk University.
- Statistical Center of Iran. (2024). *Social and cultural status report of Iran: Summer 2024* (No. 10; Serial Publication No. 5290). Office of Public Relations and International Cooperation. (In Persian)
- Torabi-Farsani, N., Mirghadr, L., & Sadeghi Shahdani, H. (2023). Ancestral tourism: A novel market of Isfahan tourism. *Geography and Environmental Planning*, 34(2), 37-54. <https://doi.org/10.22108/gep.2022.134558.1536> (In Persian)
- Vestnik Kavkaza. (2024, May 29). Nearly 6 million foreign tourists visited Iran in year. <https://en.vestikavkaza.ru/material/168507>
- Nice, B., & Pennington-Gray, L. (2005). Examining the business tourist. In *Proceedings of the 2004 Northeastern Recreation Research Symposium* (pp. 209-214). U.S. Department of Agriculture, Forest Service, Northeastern Research Station. <https://doi.org/10.2737/NE-GTR-326>
- Noziri, K. (2023). *ECO annual economic report 2023: Overall economic situation, industry and diversification of the economy in the ECO area*. Secretariat of the Economic Cooperation Organization.
- O'Reilly, K. (2003). When is a tourist? The articulation of tourism and migration in Spain's Costa del Sol. *Tourist Studies*, 3(3), 301-317. <https://doi.org/10.1177/1468797603049661>
- Oxford Business Group. (2023, May 17). *The growth trajectory of religious tourism in key markets*. <https://oxfordbusinessgroup.com/articles-interviews/the-growth-trajectory-of-religious-tourism-in-key-markets>
- Radić, M. N., Gračan, D., & Sotošek, M. B. (2019). Age of migration: A chance for responsible tourism and new tourism experience. *Tourism in Southern and Eastern Europe*, 5(1), 273-285. <https://doi.org/10.20867/tosee.05.36>
- Rashidi, S., Sanavifard, R., & Hamidzadeh, A. (2020). Designing and explaining the ethnic marketing model of foreign tourists: Case study of Tehran Metropolis. *Urban Tourism*, 7(3), 65-79. <https://doi.org/10.22059/jut.2021.314100.856> (In Persian)
- Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36(1), 12-21.



- YJC. (2022a, March 23). Arrival of 30,000 foreign pilgrims in Mashhad. <https://www.yjc.ir/00aUvF> (In Persian)
- YJC. (2022b, October 8). Afghan nationals ranked first in foreign investment in Iran: Five-year residency for Afghan investors. <http://www.yjc.ir/00YdUu> (In Persian).
- Worldometer. (2024, October 6). *Afghanistan population*. <https://www.worldometers.info/world-population/afghanistan-population/>
- Yarbakhsh, E. (2015). Iranian hospitality and Afghan refugees in the city of Shiraz. *Anthropology of the Middle East*, 10(2), 101–118. <https://doi.org/10.3167/ame.2015.100207>