

مهاجرت معکوس روستایی با تغییر سبک زندگی شهری

حسین ابراهیم‌زاده آسمین^۱

استادیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان، ایران

اباذر اشتری مهرجردی

عضو هیئت علمی و استادیار پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی

ایمان اسلامی

استادیار گروه مرتعداری، دانشکده منابع طبیعی و علوم دریایی دانشگاه تربیت مدرس نور، نور، ایران

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۶/۴ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۹/۱۸

چکیده

امروزه شهرهای بزرگ در نتیجه مهاجرت در دهه‌های گذشته دارای مشکلات زیادی هستند. در مقابل، برخی گروه‌ها جهت دوری از مشکلات شهری به دنبال فضایی برای گذران اوقات فراغت خود و خانواده هستند. این تحرک منتج به شکل‌گیری موج مهاجرت دیگری در خارج از قلمرو شهرها و با ایجاد خانه‌های دوم در روستاهای خوش آب و هوای نزدیک شهرهای بزرگ در قالب مهاجرت معکوس روستایی از جمله اراک شده است. در این مطالعه از نظریات مهاجرت معکوس و سبک زندگی بهره برده‌ایم. در این مطالعه از قالب روشی آمیخته بهره برده و روش کیفی اساس کار و روش کمی در کنار آن استفاده شده است؛ ضمناً از روش تحلیل تماتیک نیز بهره برده‌ایم. جامعه آماری، بخش مرکزی شهرستان فراهان شامل ۳۲ روستا که با تمام شماری به روش ترکیبی ارزیابی شدند. نتایج مطالعه حاکی از آن است که موج مهاجرت معکوس فصلی یا موقت بیشتر در روستاهای فارس زبان گسترش یافته. مهاجرین ساکن قم و اراک (کمتر از ۵۰ درصد) تعطیلات آخر هفته و مناسبت‌ها در حالیکه ساکنان تهران (بیش از ۵۰ درصد) تنها در مناسبت‌ها مراجعه می‌کنند. تقریباً تمامی مهاجرین طی ۸ تا ۱۳ سال پیش ایجاد شده‌اند. پایگاه اقتصادی-اجتماعی اغلب آنها متوسط و بالا بوده، حدود دو سوم بیش از ۵۰ سال سن دارند، ۹۰ درصد دارای لیسانس و کمتر بودند، ضمناً حدود ۱۰ درصد مالکان زن بودند. تمامی آنها با ساکنین روستاها نسبت فامیلی داشتند، در برخی روستاها ایجاد خانه‌های دوم و مهاجرت معکوس باعث بروز اختلاف میان ساکنین شده و در برخی، اثرات اجتماعی-فرهنگی مثبتی چون ایجاد اتحاد و همدلی و جلب مشارکت آنان در اقدامات روستا داشته است. تمهای استخراج شده شامل دستیابی به ارزش‌ها و نیازهای فرامادی، بازگشت به هویت، نمایش یا اثبات منزلت بالا، احساس یا ابراز تمایز، مصرف بر مبنای مد و ذائقه همه چیز پسند بوده است.

واژگان کلیدی: "خانه دوم"، "سبک زندگی"، "مهاجرت فصلی معکوس"، "روش تماتیک"

مقدمه

امروزه شهرهای بزرگ که در نتیجه مهاجرت روستایی دارای مشکلاتی چون تراکم جمعیت، افزایش قیمت مواد مصرفی، مسکن و کلاً هزینه‌های زندگی، آلودگی‌های هوا و صدا (مجموعاً زیست محیطی)، افزایش فشارهای روانی و وجود فضاهای استرس و اضطراب زا، کاهش سطح ارزش‌ها و سنت‌ها، آسیب‌های اجتماعی و فرهنگی و از این قبیل شده‌اند، (به قول چنی^۱ "شهرنشینی میل به هر آن‌چه را که خود ندارد، در ساکنانش خلق می‌کند"، میل به گریز از شلوغی، مقاومت در برابر نظم شهر، مستقل شدن خانه‌ها و خانواده‌ها، پایین آمدن سن بازنشستگی، مقاومت در برابر گمنامی و در عین حال تحت کنترل بودن) در کنار عواملی چون افزایش درآمد گروهی به دلیل اقتصاد رانتهی (متعاقباً ایجاد قشری جدید)، وجود فراغت و وقت کافی (به دلیل خدماتی شدن و ماشینی و صنعتی شدن مشاغل و امکان کنترل فعالیت‌ها از دور)، افزایش سطح رفاه و استانداردهای زندگی، سهولت تحرک و جابجایی به دلیل بهبود حمل و نقل عمومی و خصوصی، اتصال نواحی روستایی - شهری به شبکه‌های ارتباطی منطقه‌ای، علاقه به گریز از شهرنشینی، علاقه به بازگشت به طبیعت و دوری از محیط پر سر و صدای شهری و آلوده آن، سرمایه گذاری و پس انداز شخصی، پائین بودن هزینه زندگی و گذران اوقات فراغت در مناطق روستایی، دستیابی به رفاه ذهنی و آرامش و آسایش روانی، ارائه تسهیلات از طرف دولت برای نوسازی بافت‌های روستایی و وجود خانه‌ها و زمین‌های ارثی باعث شده گروهی از خانواده‌ها به دنبال فضایی برای گذران اوقات فراغت خود و خانواده باشند که از مشکلات و مسائل ذکر شده به دور بوده و با ارزش‌ها و هنجارهای والدین خانواده همسان و نزدیکتر باشد. این تحرک جمعیتی و جغرافیایی منتج به مهاجرت معکوس روستایی با ایجاد خانه‌های دوم در روستاهای خوش آب و هوای نزدیک شهرهای بزرگ از جمله شهرستان فراهان در استان مرکزی شده است.

طی مطالعات و بررسی‌های اولیه و بازدید از منطقه مورد مطالعه (روستاهای شهرستان فراهان) متوجه ازدیاد و رشد خانه‌های دوم طی چند سال اخیر (بیش از ۱۰ سال گذشته) بوده و همیشه این سوال در ذهن محقق بوده که چرا و بنا بر چه انگیزه‌ای، گروهی از افراد که تقریباً از ده مهاجرت کرده و با روستا قطع رابطه کردند یا روستاهایی که کمتر از ۲۰ خانوار ساکن دارد، افرادی دست به مهاجرت معکوس و ساخت و ساز خانه‌های بزرگ و زیبا می‌زنند؟ چگونه است که با وجود فقر، بیکاری رو به تزاید، فشار اقتصادی بر خانوارها و قالب جامعه باز هم گروهی اقدام به مهاجرت معکوس و ساخت خانه‌هایی می‌کنند که کمتر از یک چهارم سال از آنها استفاده می‌شود؟ چه عوامل و انگیزه‌هایی باعث تصمیم به مهاجرت معکوس و ساخت یا خرید خانه‌های دوم در مناطق روستایی که خیلی توجیه و برگشت اقتصادی ندارد، می‌شود؟ بر همین اساس مهمترین هدف این تحقیق بررسی علل، چرایی، دلایل، انگیزه‌های روند مهاجرت معکوس و ایجاد و انواع خانه‌های دوم، سنخ‌بندی و همچنین بررسی کارکرد و اثرات اجتماعی - فرهنگی این پدیده در منطقه است.

در باب ضرورت این مطالعه باید گفت مطالعات ناچیزی در خصوص مهاجرت معکوس صورت گرفته و از طرفی بیشترین مطالعات صورت گرفته (در میان مطالعات محدود صورت گرفته) در خصوص خانه‌های دوم در بخش‌های

^۱ Chaney

کالبدی، زیست محیطی و گردشگری بوده و اغلب در حوزه استان‌های شمالی و اطراف شهر تهران بوده است. با این همه هنوز جنبه‌های اجتماعی و فرهنگی آن به طور واقع بینانه و بسنده‌ای واکاوی نشده است. همچنین روند رو به رشد مطالعات و تحقیقات در این موضوع با توجه به حوزه‌های مختلف جغرافیا - گردشگری - اقتصاد - علوم اجتماعی - حقوق و روند فزاینده ایجاد این خانه‌ها که جای خالی عوامل و مولفه‌های اجتماعی و فرهنگی و در یک کلام تحلیل یا بررسی جامعه شناختی را کاملاً مشهود می‌سازد ضمناً طی بررسی‌های اولیه، در خارج از کشور مطالعات در خصوص مهاجرا معکوس بیشتر در خصوص مهاجرین سایر کشورها بوده و موضوع شهری و روستایی مسئله نبوده، ضمناً تحقیقات و کتاب‌های فراوانی در خصوص جایابی، مسایل اقتصادی، وضعیت مالکیت (بحث حقوقی) و اثرات ایجاد خانه‌های دوم بر منطقه بخصوص اثرات زیست محیطی انجام شده است (به دلیل عدم اهمیت مسایل اجتماعی و فرهنگی در این حوزه کمتر کار شده).

متأسفانه آمار دقیقی از میزان گستردگی این پدیده در کل کشور موجود نیست اما وجود اطلاعات، آمار، تحقیقات، و بلاگ نوشته‌هایی از سرتاسر کشور شامل تبریز، اغلب شهرهای منطقه ساحلی دریای خزر، مشهد، یزد، اراک، شیراز و... موید این ادعاست. ضمناً گسترش خانه‌های دوم و حضور مالکان غیر بومی در روستاها، بالطبع اثرات چشم‌گیری بر جوامع روستایی خواهد گذاشت که ضرورت بررسی این پدیده و پیامدهای آن دوچندان است.

در هر حال پدیده جدید و رو به رشد مهاجرت معکوس در قالب خانه‌های دوم علاوه بر مردم عادی به تازگی مورد توجه دولت نیز قرار گرفته چرا که این نوع مهاجرت و ساخت خانه‌های ویلایی و آپارتمانی در محیط‌های روستایی، ساخت و ریخت روستاها را تغییر داده، باعث تغییر کاربری باغات و زمین‌های کشاورزی، تعرض و تجاوز به حریم رودخانه‌ها، تغییر چشم‌انداز روستایی، افزایش مقاومت‌های اجتماعی در برابر ورود افراد جدید، افزایش فشار جمعیتی بر روستا، کاهش یا تغییر ارزش‌های سنتی روستا و ارائه ایده‌ها و ارزش‌ها و سبک‌های جدید رفتاری و زندگی شده، و به نظر می‌رسد بر کارکرد آن نیز تأثیرگذار خواهد بود. از طرف دیگر می‌تواند باعث بالارفتن ارزش و اقتصادی شدن زمین‌های روستایی، نوسازی و بازسازی منازل روستایی، بازسازی جاده‌های روستایی، متنوع‌سازی اقتصاد روستایی، رواج ساخت و سازهای مهندسی در روستا، ایجاد شغل و آمدن تسهیلات مختلف به روستاها و نهایتاً توسعه اقتصادی روستاها نیز شود.

در تحقیق حاضر، در معنای کلی، از روش اکتشافی و توصیفی و در سطح تفسیری بهره برده‌ایم^۱ و نهایتاً از روش ترکیبی "کمی و کیفی" جهت جمع‌آوری اطلاعات استفاده شده است. به طوری که برای هر بخش از اهداف تحقیق از بهترین روش بهره برده‌ایم. در این تحقیق ما با سه بخش روبرو هستیم. ابتدا بررسی ساختاری پدیده خانه دوم و سنخ‌شناسی آن بر اساس ویژگی‌های افراد و خانه‌ها از روش اسنادی و پیمایش و ابزار پرسشنامه استفاده شده، در مرحله دوم به بررسی انگیزه‌های مهاجرین و خرید یا ساخت خانه‌های دوم از ابزار پرسشنامه استفاده شده و نهایتاً به بررسی پیامدهای اجتماعی فرهنگی آن در جامعه روستایی با روش مصاحبه و بحث گروهی^۲ بهره برده‌ایم. جامعه

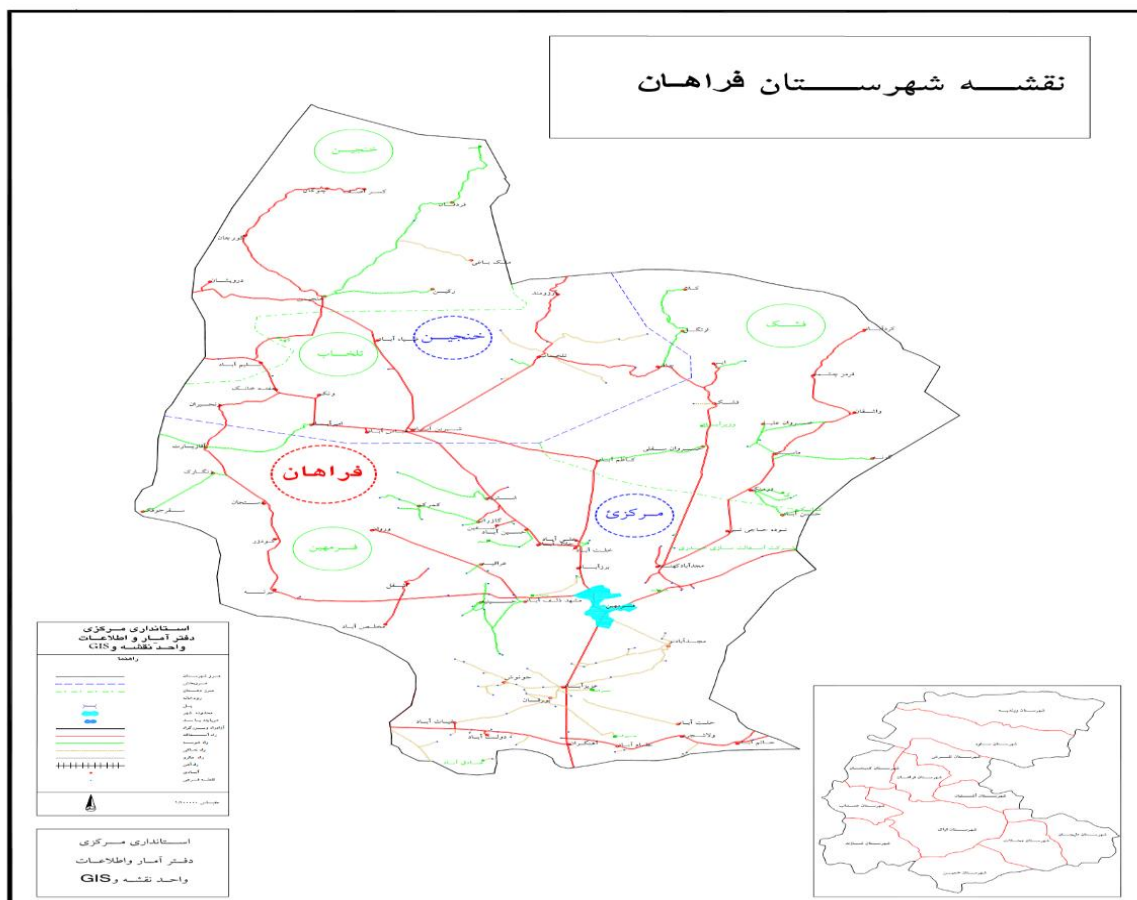
۱- با توجه به اکتشافی بودن موضوع و محتوای این مطالعه، مدل ما تفسیری-کیفی و فاقد فرضیه هستیم.

^۲ Focus group

آماري اين تحقيق شامل کليه روستاهای بخش مرکزی شهرستان فراهان به تعداد ۳۲ روستا و در اين میان دو گروه ذيل مورد بررسی قرار می‌گیرد:

گروه اول شامل مهاجرين در قالب مالکين خانه‌های دوم است که برابر با ۲۲۸ نفر است که بر اساس جدول مورگان ۱۴۰ نفر به نسبت جمعيت و تعداد خانه‌های دوم هر روستا مورد ارزیابی قرار گرفت.

گروه دوم شامل گستره‌ای از اعضای شورای اسلامی روستا، دهیارها، مطلعین و ریش سفیدان، صاحبان کار و پیشه است. که از هر روستا حداقل یک پرسشنامه به صورت گروهی در قالب بحث گروهی تکمیل شده است. ضمناً برای فهم موارد مذکور و معانی کنشهای افراد به مشاهده خانه‌ها و کارکرد و تاثیرات آن نیز پرداخته‌ایم.



شکل ۱-۳- نقشه شهرستان فراهان

Source: Farahan County Governorate:2016

فراهان پیش از این بعنوان محدوده و منطقه‌ای از استان مرکزی تلقی می‌شد که در قسمت شمال و شمال شرق استان قرار گرفته و محدوده فارس زبانی شامل شهرستانهای تفرش، آشتیان و بخشی از شهر اراک می‌شد، اما در سال ۱۳۸۹ در تقسیمات کشوری شهرستانی با نام فراهان با دو بخش مرکزی، خنجین و شامل ۱۷۳ روستا تشکیل شد. بخش مرکزی خود به دو بخش فرمهین و فشک تقسیم شده که جامعه مورد مطالعه ما شامل روستاهای فرمهین از بخش مرکزی شهرستان فراهان به تعداد ۳۲ روستا با مجموع ۲۹۰۸ خانوار و ۸۹۳۳ نفر^۱ جمعیت است.

^۱- بر اساس سرشماری نفوس و مسکن سال ۱۳۹۵

چارچوب تئوریک تحقیق

خانه‌های دوم^۱ به عنوان موضوع و پدیده‌ای نوظهور که از حدود نیم قرن از پیدایش دوباره و گسترش آن می‌گذرد نظیر سایر پدیده‌های دوران معاصر، پیچیده و چند وجهی هستند و می‌توانند اثرات مثبت و منفی مختلف اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی، سیاسی، زیست محیطی، جغرافیایی بر جامعه روستایی داشته باشند. به همین دلیل از جنبه‌های مختلف می‌توان آنها را بررسی و تبیین نمود. سوای از این موضوع که پدیده خانه‌های دوم را می‌توان از دریچه حوزه‌ها و رشته‌هایی چون جغرافیا، گردشگری، اقتصاد، حقوق و... بررسی کرد، در حوزه علوم اجتماعی موضوع متفاوت بوده و می‌توان عمیق‌تر و با دیدگاه‌ها و نظریات مختلفی آن را مورد ارزیابی و بررسی قرار داد. در همین خصوص طی بررسی‌های اولیه قالب‌ها و نظریه‌هایی که به نحوی با ظهور و گسترش خانه‌های دوم و پیامدهای آن در حوزه جامعه‌شناسی خاصه جامعه‌شناسی روستایی مرتبط بود مورد ارزیابی قرار گرفت. در این میان دو دیدگاه مهاجرت معکوس (با توجه به شرایط و وضعیت شهرها که در حال حاضر بخشی از آن به دلیل مهاجرت‌های بی-رویه اتفاق افتاده و از طرف دیگر امکانات و شرایطی که مهاجرین می‌توانند به روستاها و مناطق قبلی خود بازگردند، همه و همه می‌تواند پدیده خانه‌های دوم را در قالب موج جدید مهاجرت‌ها با ویژگی‌های خاص آن از جمله فصلی و موقتی بودن، معکوس بودن و دخیل بودن عواملی غیر از اقتصادی بررسی نماید) و دوم دیدگاه سبک زندگی (اینکه چه سبک زندگی باعث شده افراد دست به مهاجرت معکوس زده و به ایجاد و ساخت خانه‌های دوم روی آورد یا اینکه احتمالاً رواج این پدیده بنا بر ایجاد سبک زندگی جدیدی بوده است) مورد بررسی قرار گرفت.

الف: دیدگاه‌های حوزه مهاجرت

در این پژوهش از این باب به موضوع مهاجرت و مهاجرت معکوس پرداخته‌ایم که پدیده نوظهور خانه دوم و نوع بهره‌گیری موقت از آن در قالب مهاجرت‌های فصلی و موقت با صفت معکوس آن است. در خصوص دیدگاه‌های مهاجرت معکوس باید به این نکته توجه داشت که ادبیات خاصی در داخل کشور تولید نشده - چرا که پدیده نوظهوری است و بیشتر فصلی است تا دائمی - در ثانی ادبیات خارجی موجود در خصوص مهاجرت معکوس در اروپا و امریکا و کانادا نیز مربوط به مهاجرین از کشورهای اغلب مستعمره آنها بوده و تناسبی با تحقیق حاضر نداشته است.

گرچه ظاهراً نظریات و دیدگاه‌های مهاجرت ربطی به موضوع تحقیق حاضر ندارد اما از این باب که زمینه‌ها و ریشه‌های این پدیده نوظهور در مهاجرت‌های اولیه روستا - شهری است و اینکه علاوه بر مسایل و متغیرهای شهری و شهرنشینی که باعث بروز این پدیده است، برخی از ویژگی‌های روستاها نیز دخیل می‌باشد، برخی از دیدگاه‌ها که

^۱ - خانه دوم از دو لغت Home و Second تشکیل شده است (Crawley, 2000). در مجموع می‌توان گفت خانه‌های دوم دارای چند ویژگی هستند و به عبارتی با این ویژگی‌ها قابل تعریف هستند: می‌تواند در داخل یا خارج از محدوده شهری باشد اما اینجا مراد ما آنهایی است که در محدوده روستایی قرار دارند. برای گذران اوقات فراغت از آنها استفاده می‌شود، دارای مناسکی و مناسی و در مجموع اجتماعی - فرهنگی دارد، بین سه تا پنج ماه در طول سال از آنها استفاده می‌شود، معمولاً کوچکتر از خانه‌های اول افراد است با امکاناتی محدودتر، گروهی برای انجام کارهایی که در شهرها منع قانونی و عرفی دارد از آن بهره می‌گیرند، اهداف اقتصادی و سرمایه‌گذاری در آخرین رده اولویت مالکان آنهاست (مولف).

تا حدودی با موضوع تحقیق مرتبط بودند از جمله نظریه‌های شبکه، ام لو، بایرلی، روستا - شهر، جبری مهاجرت و جاذبه - دافعه مورد ارزیابی و بررسی قرار گرفته است.

در نظریه شبکه‌ها، نقش ارتباطات و حمل و نقل می‌تواند مهاجرت بالقوه را به مهاجرت بالفعل تبدیل کند چون هم اطلاعات لازم را از نقاط مختلف به دست می‌آورند و همچنین با توجه به گسترش حمل و نقل بسیاری از هزینه‌های مهاجرت کاهش می‌یابد در قالب این نظریه، شبکه یکی از عواملی است که مهاجرت بالقوه را به مهاجرت بالفعل تبدیل می‌کند و موجب شده مردم درباره فرصت‌های خارج از منطقه خود اطلاعات به دست آورده، یاد بگیرند و از آن آموزش ببینند. عناصر مهم شبکه عبارتند از رسانه‌ها، همکاران، دوستان، اعضای خانواده که اطلاعات لازم و مورد اطمینان درباره شغل و فرصت‌های دیگر از جمله خانه‌های دوم در مناطق روستایی را به مهاجرین بالقوه می‌دهند. شبکه مهاجرت معمولاً به وسیله دو پدیده عمده انقلاب ارتباطات و حمل و نقل تقویت می‌شود.

ام. لو معتقد به انگیزه‌های رفتاری (قضاوت‌های ارزشی فرد از محل زندگی شهری و زندگی روستایی در قالب خانه دوم) و هنجاری (رفتار فرد تابعی از انتظارات، گرایش‌های فکری و هنجارهای ذهنی) برای مهاجرت است. وی در کار خود به نقش نسبی رضایت افراد از محل سکونت خود می‌پردازد و تصریح می‌کند که مهاجرت و مکان‌گزینی مجدد، عملی هدفمند و عقلایی است که به صورت خودانگیخته در جهت اصلاح یا حفظ کیفیت زندگی فرد صورت می‌پذیرد به عبارت دیگر متقاضیان خانه‌های دوم در ادامه رفاه عینی (مادی شهری) به دنبال رفاه ذهنی (غیر مادی روستایی) هستند.

بایرلی که بیشتر نظریه‌ای اقتصادی درخصوص مهاجرت دارد، وی معتقد است متغیرهای زیادی در روستاها و شهرها بر تصمیم مهاجرت اثر می‌گذارد. ضمناً عامل مهم در تصمیم‌گیری به مهاجرت، میزان دریافت قابل انتظار یا در واقع تفاضل هزینه‌ها و دریافتی‌های ناشی از مهاجرت است. هزینه‌های مهاجرت (شامل هزینه فرصت از دست رفته، هزینه زندگی، هزینه سفر و...) و دریافتی مورد انتظار مهاجر علاوه بر اختلاف درآمد روستایی و شهری، آسایش و آرامش زندگی در کنار طبیعت روستایی دارد. در خصوص مهاجرت معکوس و ایجاد خانه‌های دوم در مناطق روستایی هم می‌توان این نظریه را تبیین نمود به طوری که در خصوص هزینه‌ها باید گفت که تمامی یا اغلب هزینه‌های زندگی، مصرفی و زیرساختی در روستاها تا نصف شهری است و درخصوص درآمدها، اگر چه افراد درآمد مستقیم ندارند اما همین که مالیات و عوارض شهری پرداخت نمی‌کنند و هزینه‌های جاری اعم از آب، برق، گاز و... پایین‌تر است، به نحوی صرفه جویی هزینه شده و درآمد غیر مستقیم به حساب می‌آید البته در کنار آسایش و آرامش زندگی در طبیعت روستایی.

در قالب راهبردروستا-شهر، روستا به شهر آورده می‌شود و شهر نیز به روستا برده می‌شود و این تبادل علاوه بر پویایی شهر و روستا، باعث می‌شود افراد شهرنشین در کنار سایر عوامل و انگیزه‌های بهره‌گیری از محیط روستا، زندگی راحت شهری را تجربه کنند. به عبارت دیگر زندگی راحت و پر از انواع امکانات شهری در کنار محیط آرام و دلنشین و نزدیک به طبیعت روستایی.

در نظریه جبری مهاجرت، این حرکت به عنوان پاسخی به محیط اقتصادی، اجتماعی تلقی می‌کنند. اگر چه این نظریه به نظریه جذب و دفع شبیه است اما در نظریه جبری تأکید بر دفع است به علاوه فشارهای اجتماعی، فرهنگی

و احساسی مثل مسائل خانوادگی، سست شدن بنیان خانوادگی، کاهش سطح ارزش‌ها و سنت‌ها، آسیب‌های اجتماعی و فرهنگی و مسایلی از این دست به عنوان عوامل دافعه مهاجرت (در اینجا شهر به روستا) به شمار می‌آید و به این مفهوم مهاجرت یک تحرک مایوسانه می‌شود که واکنش به عدم رضایت و ناراحتی از مبدأ (شهر) را بیشتر نشان می‌دهد تا حرکت و تلاش و بهبود نمودهای عینی و اقتصادی زندگی (lahsaee zade, 1994:84). در همین راستا مشکلات شهری معاصر برای افرادی که توان مالی و امکانات زیر ساختی مناسبی در اختیار دارند، جبری جهت جابجایی حتی فصلی و موقت به روستاها جهت فرار از ناراحتی‌ها، مشکلات و آسیب‌های فرهنگی اجتماعی شهری به وجود آورده است.

نظریه تفاوت‌ها اورت. اس. لی نظریه کلی در مورد تأثیر عوامل اجتماعی بر مهاجر است. او مسأله را این چنین بیان داشته که در هر مبدأ و مقصد مهاجرت، عوامل مثبت و منفی وجود دارد که مهاجران را به خود جذب نموده یا آنان را دفع می‌نماید اختلاف زیادتر بین این عوامل اجتماعی مهاجرت را افزایش می‌دهد. اورت لی به دفع و جذب تأکید نموده و آن را منشأ بروز مهاجرت می‌داند (libid:114). نظریه وی به تئوری عوامل جاذبه و دافعه معروف است و بر آن اساس در صورتی که فرآیند عوامل برانگیزنده و بازدارنده مثبت باشد، میل به مهاجرت در افراد ایجاد می‌شود و اگر چنان عوامل شخصی بتواند این تمایل را از بین ببرد موانع موجود در جریان مهاجرت نیز تأثیر بازدارنده‌ای اعمال نکند، مهاجرت عینیت می‌یابد. وی به عوامل شخصی نیز بسیار اهمیت می‌دهد، تحت تأثیر این عوامل است که برخی از افراد مهاجرت را ترجیح می‌دهند و به آن مبادرت می‌ورزند و برخی دیگر در محل خود باقی می‌مانند. پس ویژگی‌های شخصی مهاجران از جمله سن، جنس، تحصیلات، اشتغال، وضعیت تأهل، همبستگی‌های خانوادگی و غیره را نیز از عوامل مؤثر بر مهاجرت به شمار می‌آورد.

در مجموع عوامل زیر را می‌توان از نظریه‌های انتخابی حوزه مهاجرت استخراج کرد:

۱. مسائل اقتصادی، چون هزینه‌های بالای اقامت و اجاره منزل، هزینه‌های شخصی از یک طرف و سر ریز درآمدها و ثروت افراد جهت گذران اوقات فراغت و...
۲. عدم رضایت از شرایط زندگی در شهرها با توجه به وجود تعارضات اجتماعی - فرهنگی بین شهریان، ناسازگاری و وجود تبلیغات گسترده توسط رسانه‌ها و تناقض با واقعیت، فاصله طبقاتی، دوری از خویشاوندان و آسیب‌های فرهنگی - اجتماعی در شهرها و متقابلاً وجود و قوت سنت‌ها و پایبندی به ارزش‌ها، کاهش تعارضات و آسیب‌های فرهنگی - اجتماعی در روستاها
۳. تصمیمات شخصی و ادراکات ذهنی از شرایط فرهنگی و سادگی و زندگی طبیعی روستاها و دستیابی به رفاه ذهنی
۴. وجود جریان و ضد جریان‌های مهاجرت (جاذبه و دافعه‌ها)
۵. توسعه امکانات روستاها با برنامه‌ریزی توسط دولت از جمله تسهیلات بانکی و امکانات زیر ساختی نظیر گاز، راه‌های دسترسی، تلفن و موبایل، طرح‌های هادی و...
۶. تعامل با خویشان و آشنایان

۷. ویژگی‌های فردی نظیر: وضعیت تأهل، تحصیلات، سن، جنس، وضعیت اشتغال، درآمد، همبستگی‌های خانوادگی

ب: دیدگاه‌های مربوط به سبک زندگی

واقعیت آن است که افراد مختلفی طی نیم قرن گذشته در خصوص سبک زندگی، وجوه آن و نقش و تاثیر آن بر وجوه مختلف زندگی نظر داده‌اند، به دلیل آنکه این موضوع زائیده شرایط عصر کنونی افراد و کشورهای مختلف بود و به نجوی از حاشیه به قلب متن خود را رسانده و شاید بتوان گفت امروزه تقریباً هیچ موضوعی را نمی‌توان بدون در نظر گرفتن سبک زندگی تحلیل کرد. با این وجود در این مطالعه ضمن بررسی مفهوم و دامنه مفهومی سبک زندگی، صرفاً به بررسی دیدگاه‌ها، متغیرهای اخذ شده و مطالعاتی که به نحوی به انگیزه ایجاد و ساخت خانه‌های دوم مرتبط است از جمله وبلن (مصرف‌نمایی و انبوه)، گیدنز (هویت‌یابی)، بوردیو (تمایز)، بودریار (تمایزگذاری اجتماعی و چگونگی گذران اوقات فراغت)، زیمل (مدگرایی، تمایز و رایزنی منزلتی)، لمبرت و برگمن (پایگاه اقتصادی - اجتماعی)، ایناکون (سرمایه معنوی)، خواهیم پرداخت.

به نظر وبلن، افراد کالاهای مصرف می‌کنند (در اینجا ساخت خانه‌های دوم) تا جایگاه اجتماعی خود را به نمایش گذاشته و خود را به طبقه خاصی نزدیک کرده و از طبقات فراتر و فروتر متمایز کنند. وی اصطلاح «طبقه مرفه» را در وصف افرادی به کار می‌برد که به لحاظ اقتصادی عملکردی غیرمولد دارند و از این نظر، همچون افراد طبقه کاسب‌کار هستند. اعضای این طبقه برای جلب توجه دیگران، به مصرف متظاهرانه (خرید کالاهایی که برای ادامه حیات ضروری نیستند نظیر همین خانه‌های دوم، دارا بودن چند خودرو و کالاهایی از این دست) و فراغت متظاهرانه (استفاده غیرمولد از وقت) می‌پردازند. بنا به نظر وبلن، علاوه بر زیان‌هایی که اعضای این طبقه مستقیماً به ثبات اقتصادی جامعه وارد می‌آورند، برای اعضای طبقات اجتماعی نیز الگوی رقابت می‌شوند که نتیجه این امر، جامعه‌ای خواهد بود که به اتلاف زمان و پول می‌پردازند. پرهیز از کار تولیدی و بدنی، آسایش متظاهرانه، گرایش به محافظه‌کاری برای محترم جلوه‌دادن خود و گرایش به مشاغل مالی، گرایش به نشان‌دادن اصل و نسب، دیرینگی و خوی رقابت و یغماگری، از دیگر نشانه‌های مشخص منزلتی و اعتباری طبقه بالا و مرفه جامعه است.

عمده‌ترین میراث اندیشه بوردیو برای جامعه‌شناسی مصرف و تحلیل سبک‌های زندگی، تحلیل ترکیب انواع سرمایه برای تبیین الگوهای مصرف و مبنای طبقاتی قریح و مصرف فرهنگی است. از سوی دیگر، تأکید بوردیو بر الگومند بودن اعمال مصرف که نتیجه الزامات منش است، الهام‌بخش تکنیک‌های پژوهش درباره الگوهای سبک زندگی نیز بوده است. در نظریه بوردیو، سبک زندگی که شامل اعمال طبقه‌بندی‌شده و طبقه‌بندی‌کننده فرد در عرصه‌هایی چون تقسیم ساعات شبانه‌روز، نوع تفریحات و ورزش، شیوه‌های معاشرت، اثاثیه و خانه، آداب سخن‌گفتن و راه رفتن است، در واقع عینیت‌یافته و تجسم‌یافته ترجیحات افراد است. از یک سو، سبک‌های زندگی شیوه‌های مصرف عاملان اجتماعی‌ای است که دارای رتبه‌بندی‌های مختلفی از جهت شأن و مشروعیت اجتماعی‌اند. این شیوه‌های مصرفی بازتاب نظام اجتماعی سلسله‌مراتبی است؛ اما چنانچه بوردیو در کتاب تمایز برحسب منطق دیالکتیکی نشان می‌دهد، مصرف صرفاً راهی برای نشان‌دادن تمایزات نیست، بلکه خود راهی برای ایجاد تمایزات نیز است.

ژان بودریار معتقد است دیگر احاطه بشر به وسیله بشر پایان گرفته و اینک شاهد محاصره بشر به وسیله اشیا هستیم. دیگر مبادله روزانه بین افراد نیست بلکه با تجارت، کالاها و پیامها صورت می‌گیرد. مصرف کننده در چنین شرایطی بسیار خلاقانه رفتار می‌کند، چون این افراد برخلاف دیگر گروه‌های سنی و جنسی منفعلانه یا غیرنقادانه با چنین جامعه‌ای برخورد نمی‌کنند. افراد در بازار معنی، کالاهای خریداری شده را تغییر می‌دهند و سبک‌های زندگی جدیدی در بازار توده‌ای^۱ ایجاد می‌کنند. این امر به شکل یک نوع کار خلاقانه در می‌آید که مقوله‌های جدیدی را در بازار مصرف ایجاد می‌کند. آنها زیباشناختی خاص خود را به بازار مصرف تحمیل می‌کنند که از طریق رنگ‌ها، مارک‌ها و اجناس خاص خود، صورت می‌گیرد. این امر را می‌توان در اوقات فراغت (مصرف زمان)، مصارف فرهنگی، خرید لباس، مصرف غذا و در اینجا ایجاد یا خرید خانه‌های دوم مشاهده کرد.

به اعتقاد زیمل شیوه خاص مصرف کردن راهی برای بیان خود در رابطه با دیگران و انبوه جمعیت حاضر در کلان‌شهر است. به اعتقاد زیمل، فرد فقط از طریق بسط شدید فردگرایی که هدف آن دنبال کردن نمادهای مُد و منزلت است، می‌تواند فشارهای زندگی مدرن را تحمل کند. این‌گونه مصرف کردن راهی برای اثبات خود و حفظ اقتدار فردی است. متمایز ساختن خود از دیگران - به واسطه مد - را محرک مصرف می‌داند وی کارکرد دو گانه‌ای برای مد قائل است در یک وجه، اعلام تمایل فرد برای متمایز شدن از دیگران و بیان هویت فردی و خواست فردیت است، اما وجه دیگر آن که جنبه طبقاتی دارد، سبب همبستگی گروهی و تقویت انسجام اجتماعی طبقاتی است. از نظر وی، مصرف نمایشی (نظیر دارا بودم خانه دوم) یک بازی رایزنی منزلتی است که افراد دارای منزلت اقتصادی - اجتماعی برابر بازی می‌کنند.

نزد گیدنز تحول سبک‌های زندگی و دگرگونی‌های ساختاری مدرنیته به واسطه بازتابندگی منادی به یکدیگر گره می‌خورند به دلیل باز بودن زندگی اجتماعی امروز، کثرت یافتن زمینه‌های کنش و تعداد مراجع مقتدرتر، انتخاب سبک زندگی برای ساختن هویت شخصی و در پیش گرفتن فعالیت‌های روزانه به طور فزاینده‌ای اهمیت می‌یابد. گیدنز (۱۳۸۳) انسان را به عنوان عامل در شکل‌گیری هویتش مؤثر می‌داند و معتقد است که انسان تحت فشار ساختار اجتماعی سبک زندگی را بیشتر تقلید می‌کند. به نظر او در دنیای متجدد کنونی، همه ما نه فقط از سبک‌های زندگی پیروی می‌کنیم به تعبیر دیگر ناچار به این پیروی هستیم. در حقیقت ما انتخاب دیگری به جز گزینش نداریم. به نظر وی هرچه وضع و حال جامعه و محیطی که فرد در آن به سر می‌برد بیشتر به دنیای مابعد سنتی تعلق داشته باشد، سبک زندگی او نیز بیشتر با هسته واقعی هویت شخصی‌اش و ساخت و همچنین با تجدید ساخت آن سروکار خواهد داشت. البته منظور گیدنز از کثرت انتخاب این است که در همه انتخاب‌ها بر روی همه افراد باز است.

ایناکون اولین کسی بود که مفهوم سرمایه فرهنگی بوردیو را أخذ و آن را در حوزه دین به کار برد. وی سرمایه معنوی را معادل سرمایه مذهبی به کار برده و شامل انواع گوناگون دانش و کردار مانند دانش نسبت به کتاب آسمانی، حضور و مشارکت در مکان مذهبی، خواندن کتاب مقدس و دانش نسبت به نمادها و داستان‌های مذهبی است. بنابراین، مالکیت خانه دوم، یک نوع رفتار مصرفی است و به نظر می‌رسد سطح بالای دینداری، با مالکیت خانه دوم در روستاهای آباء و اجدادی بیشتر و با مالکیت خانه دوم در مناطق ساحلی و کوهستانی کمتر همراه است.

¹ Mass market

بر همین اساس مهمترین سوالات این مطالعه به شرح ذیل است:

➤ مهمترین عوامل اجتماعی و فرهنگی ایجاد و گسترش خانه‌های دوم در منطقه چیست؟

• بررسی عوامل زمینه‌ای (از جمله پایگاه اقتصادی- اجتماعی، سن، جنس، تحصیلات، بازنشسته بودن یا نبودن، وضعیت شغلی، میزان ارتباط با روستا یا نسبت با روستاییان)

• بررسی انگیزه‌ها و علل تشکیل خانه‌های دوم از سوی صاحبان از جمله احساس هویت‌یابی محلی / شهری، تغییر ذائقه زندگی از مادی به غیرمادی (رفاه عینی به ذهنی)، بازگشت به طبیعت، احساس تمایز، مدگرایی، توجه به سنت‌ها و ارزش‌های خودمانی و...

• ویژگی‌های شاخص صاحبان خانه‌های دوم از جمله انگیزه، قومیت، سن، وضعیت اقتصادی، وضعیت اشتغال، وضعیت سلامت، شهر محل سکونت و...

➤ مهمترین پیامدهای اجتماعی و فرهنگی که این پدیده بر روستا و جامعه روستایی دارد چیست؟

یافته‌های تحقیق

مهمترین نتایج تحقیق حاکی از آن است که مهاجرت معکوس و خانه‌های دوم در تمامی روستاهای منطقه بوده اما بیشتر در روستاهای فارس زبان گسترده شده است.

جدول شماره ۱ وضعیت صاحبان خانه‌های دوم بر حسب قومیت

قومیت	فراوانی	درصد
فارس	۱۱۷	۸۳,۶
ترک	۲۳	۱۶,۴
جمع	۱۴۰	۱۰۰,۰

Source: Research findings, 2017

سبک ساخت و معماری حدود ۳۰ درصد این خانه‌ها سنتی و برگرفته از فرهنگ منطقه اما با مصالح مدرن و شهری است و مابقی کاملاً سبک مدرن و شهری است. مهاجرینی که ساکن قم و اراک هستند (مجموعاً حدود ۵۰ درصد) اغلب تعطیلات آخر هفته و سایر مناسبت‌ها را در این مناطق می‌گذرانند در حالی که مالکان ساکن تهران (بیش از ۵۰ درصد) تنها در مناسبت‌ها چون اعیاد، مناسبت‌های مذهبی و یا عروسی و عزا مراجعه می‌کنند.

جدول شماره ۲ وضعیت صاحبان خانه‌های دوم بر حسب محل زندگی

محل زندگی	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
تهران	۸۴	۶۰,۰	۶۰,۰
اراک	۴۷	۳۳,۶	۹۳,۶
قم	۹	۶,۴	۱۰۰,۰
جمع	۱۴۰	۱۰۰	

Source: Research findings, 2017

تقریباً تمامی (۹۵ درصد) خانه‌ها طی ۱۰ سال گذشته خاصه از سال ۹۰ تاکنون ایجاد شده‌اند.

جدول شماره ۳ وضعیت صاحبان خانه‌های دوم بر حسب مدت زمان ساخت / خرید خانه دوم

مدت زمان خرید خانه دوم	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
کمتر از دو سال	۱۷	۱۲,۱	۱۲,۱
۲ تا ۵ سال	۲۸	۲۰,۰	۳۲,۱
۵ تا ۱۰ سال	۸۷	۶۲,۱	۹۴,۳
بیشتر از ۱۰ سال	۸	۵,۷	۱۰۰
جمع	۱۴۰	۱۰۰	

کمترین: ۱ سال بیشترین: ۱۲ سال میانگین: ۴ سال انحراف معیار: ۲ سال مد: ۳

Source: Research findings, 2017

جنس	فراوانی	درصد
مرد	۱۳۰	۹۲٫۸
زن	۱۰	۷٫۲
جمع	۱۴۰	۱۰۰

Source: Research findings, 2017

جدول شماره ۵ وضعیت صاحبان خانه‌های دوم بر حسب میزان تحصیلات

میزان تحصیلات	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
دیپلم و زیر دیپلم	۵۵	۳۹٫۳	۳۹٫۳
کاردانی و کارشناسی	۷۴	۵۲٫۹	۹۲٫۱
کارشناسی ارشد و دکتری	۱۱	۷٫۹	۱۰۰
جمع	۱۴۰	۱۰۰	

Source: Research findings, 2017

تنها حدود ۱۰ درصد از مالکان زن و مابقی مرد بوده‌اند، پایگاه اقتصادی-اجتماعی اغلب مهاجرین متوسط و درصد کمی بالا بوده، از لحاظ سنی حدود دو سوم بیش از ۵۰ سال سن دارند، از لحاظ تحصیلی بیش از ۹۰ درصد از آنها تحصیلات لیسانس و کمتر داشتند. حدود نیمی از مالکان بازنشسته بودند، بیش از ۹۰ درصد متاهل بودند، تمامی مالکان اهل همانجا یا به نحوی با ساکنین روستا نسبت فامیلی داشتند بطوریکه بیش از ۸۰ درصد آنها متولد همان روستا بودند.

حدود ۷۰ درصد مالکان اعلام کردند پوشش آنها معادل یا بهتر از پوشش شهری آنهاست بعبارت دیگر و بقول ویلن، زیمبل و بوردیو این کار را برای تمایز و نشان دادن تمکن مالی انجام می‌دهند. روابط میان این افراد و ساکنین روستا تقریباً رسمی و بر پایه احترام متقابل است. در برخی روستاها ایجاد خانه‌های دوم باعث بروز تشنج و اختلاف میان ساکنین شده و دربرخی دیگر اثرات اجتماعی-فرهنگی مثبتی چون ایجاد اتحاد و همدلی و جلب مشارکت آنان در اقدامات و اتفاقات روستا داشته است.

نتایج بخش پیمایشی مطالعه ارائه شده در «جدول شماره ۱» در خصوص تم "ارزش‌ها و نیازهای فرامادی و بازگشت به هویت" نشان می‌دهد قریب به دو سوم صاحبان خانه‌های دوم (۶۰ درصد) تا حد زیادی یکی انگیزه‌های مهاجرت معکوس و ساخت خانه دوم روستایی را دستیابی به ارزش‌ها و نیازهای فرامادی و بازگشت به هویت یا همان حس نوستالژی نسبت به موطن خود اعلام کرده‌اند که این میزان، همان حدود ۶۰ درصد صاحبان خانه‌های دوم است که بالای ۵۵ سال سن داشتند و این افراد به دلیل دارا بودن یک حس نوستالژی نسبت به موطن خود اقدام به ساخت خانه‌های دوم در روستاهای آباء و اجدادی خود کردند. جالب است که چهار مورد از اولویت‌های اول آنها (شامل عرق محلی و حب وطن، بازسازی و نوسازی منزل پدری و یادآوری دوران کودکی، شرکت در مراسم-های روستا از جمله عروسی، عزا و میهمانی‌ها و افزایش ارتباط با اقوام و فامیل) نیز در همین خصوص بوده به طوری که این افراد که اغلب تهرانی بوده و همگی در سن بازنشستگی قرار دارند، علیرغم آنکه با مخالفت همسر و فرزندان‌شان رو برو بودند اما به دلیل آنکه تعدادی از هم دوره‌ای‌های قدیم آنها اعم از فامیل و دوستان و آشنایان اقدام به این کار (ساخت خانه دوم در روستای اجدادی) کردند، این گروه از افراد نیز با اتکا به آن حس تعلق و هویتی، ترغیب به این عمل شدند. در همین رابطه باید گفت اکثر این افراد از روستاهای فارس زبان بوده و متولد همان روستا و اغلب، والدینشان در همان روستا دفن شده بودند.

جدول شماره ۶ توزیع فراوانی پاسخگویان در خصوص تم ارزش‌ها و نیازهای فرامادی و بازگشت به هویت

ارزشها و هویت	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
پائین	19	13.5	۱۳.۵
متوسط	38	27.2	۴۰.۷
بالا	83	59.3	۱۰۰.۰
جمع	140	100	

Source: Research findings, 2017

نتایج بخش پیمایشی مطالعه ارائه شده در «جدول شماره ۲» در خصوص تم «نمایش یا اثبات منزلت بالا و احساس تمایز» نشان می‌دهد بیش از نیمی از مهاجرین و صاحبان خانه‌های دوم در حد بالایی اعتقاد به مصرف‌نمایشی و ابراز تمایز داشتند. به عبارت دیگر اغلب آنها در زندگی روزمره دست به مصرف منزلتی جهت تمایز می‌زنند و لذا این نکته قابل اثبات است که یکی از انگیزه‌های مهاجرت معکوس و ساخت یا مالکیت خانه دوم روستایی مصرف منزلتی یا نمایش منزلت و نشان دادن تمایز یا عقب‌نماندن از رقابت با سایرین است. ضمناً سه مورد از اولویت‌های اول آنها (شامل برنامه داشتن برای هر روز و هفته خود، مالکیت و خرید وسایل گران‌قیمت ثروت فرد را به دیگران نشان می‌دهد، مالکیت و خرید وسایل گران‌قیمت طبقه اجتماعی فرد را به دیگران نشان می‌دهد) نیز در همین خصوص بوده به طوری که این افراد در فاصله سنی ۴۰ تا ۵۵ سال قرار داشته و تقریباً تمامی آنها ساکن اراک و تهران بوده و اغلب شاغل و تعداد کمی در سن بازنشستگی قرار دارند، اکثر آنها همسر و فرزندان‌شان موافق یا حداقل مخالف آنها نبودند (به طوری که اغلب همسران آنها نیز در پیروی از رفتار نوکیسه‌گی شوهرانشان، به دنبال نشان دادن خود با پوشیدن لباس‌های مد روز، کمک متظاهرانه به فقرای روستا، پوشاندن لباس‌های مد با رنگهای تند و تیز بر تن فرزندان و کودکان - حتی غیر متناسب مثلاً در عزاداری‌های محرم - صحبت از خریدهای فاخرانه و فخر فروشانه با سایر خانم‌ها، در دست داشتن تبلت و وسایلی از این نوع در دست کودکان - به طوری که آنها نیز به هم سن و سالی‌های خود فخرفروشی می‌کنند و به عبارتی این فرهنگ و رفتار در حال بازتولید توسط فرزندان آنهاست - و....). این گروه زمانی که در روستا حضور دارند یا در حال رفت و آمد در محیط روستا با ماشین یا وسایلی که امکان فخر و نشان دادن منزلت دارد، بوده یا با هم منزلتی‌های خود یا بالاتر در حشر و نشر هستند. در همین رابطه باید گفت اکثر این افراد از روستاهای فارس زبان بوده تعداد کمی هم روستاهای ترک زبان و اغلب متولد شهر و تعدادی متولد روستا و اغلب والدینشان در قید حیات یا در صورت فوت در روستا دفن شده بودند.

جدول شماره ۷ توزیع فراوانی پاسخگویان در خصوص تم نمایش یا اثبات منزلت بالا و احساس تمایز

ارزشها و هویت	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
پائین	17	12.3	۱۲.۳
متوسط	48	34.2	۴۶.۵
بالا	75	53.5	۱۰۰.۰
جمع	140	100	

Source: Research findings, 2017

نتایج بخش پیمایشی مطالعه ارائه شده در «جدول شماره ۳» در خصوص تم «مصرف بر مبنای مُد یا مُدگرایی» نشان می‌دهد بیش از دو سوم صاحبان خانه‌های دوم (مهاجرین) مُدگرا بوده و بر مبنای مُد مصرف می‌کنند. به عبارت دیگر می‌توان نتیجه گرفت انگیزه بخش اعظمی از صاحبان خانه‌های دوم پیروی از مُد و مُدگرایی است به طوری که در سوالات دیگر نیز نشان داد اغلب اقوام و دوستان و همکاران صاحبان خانه‌های دوم نیز دارای خانه دوم بودند و شاید بتوان گفت به جهت غافل‌نماندن از قافله اقوام و دوستان، اقدام به ساخت خانه دوم روستایی کردند یا حداقل

از اولویت‌های اولیه آنها به شمار می‌آید. ضمناً سه مورد از اولویت‌های اول آنها (مد یا مورد علاقه و پذیرش بودن ساخت یا خرید خانه در روستا، داشتن یک خانه در روستای آباء و اجدادی یک واقعیت دنیای امروز است، اغلب افراد دور و بر آنها دارای خانه دوم هستند، تمایل به خرید وسایل با طرح‌های جدید) نیز مؤید همین نکته بوده و لذا این نکته قابل اثبات است که یکی از انگیزه‌های ساخت یا مالکیت خانه دوم روستایی مد بودن، پیروی از مد شدن دارا بودن خانه دوم روستایی و عقب نماندن از رقابت با سایرین است به طوری که این افراد تقریباً همان گروهی هستند که مصرف منزلتی داشته و ویژگی‌های آنها نیز تقریباً یکسان است بطوریکه تمامی آنها در فاصله سنی ۳۵ تا ۵۵ سال قرار داشته و ساکن اراک و تهران بوده و اغلب شاغل و تعداد کمی در سن بازنشستگی قرار دارند، اکثر آنها جزء گروهی هستند که کمتر از ۱۰ سال خانه‌های خود را عوض می‌کردند، در همین رابطه باید گفت اکثر این افراد از روستاهای فارس زبان بوده تعداد کمی هم روستاهای ترک زبان و اغلب متولد شهر و تعداد کمی متولد روستا و اغلب والدینشان در قید حیات بودند. در همین رابطه یک چهارم صاحبان خانه‌های دوم فاقد این انگیزه بودند.

جدول شماره ۸ توزیع فراوانی پاسخگویان در خصوص تم مصرف بر مبنای مُد یا مُدگرایی

مدگرایی	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
پائین	36	25.6	۲۵.۶
متوسط	54	38.7	۶۴.۳
بالا	50	35.7	۱۰۰.۰
جمع	140	100	

Source: Research findings, 2017

در خصوص پیامدهای خانه‌های دوم در منطقه با توجه به مصاحبه‌های صورت گرفته و پرسشنامه‌های تکمیل شده در منطقه مورد مطالعه خلاصه‌ای از آنها در جدول ذیل ارائه شده است.

جدول شماره ۹- پیامدهای مختلف خانه‌های دوم بر روستا و روستائیان

اجتماعی- فرهنگی	ملی- منطقه‌ای
- رواج سبک/ روش زندگی سالم (ورزش، پیاده‌روی و...)	- زیبا شدن فضای ظاهری روستا
- امکان حفظ ارزش‌های بومی و سنتی و گسترش و انتقال آن در شهرها	- استفاده از مصالح بادوام و مقاوم و احساس امنیت بیشتر
- افزایش درک روستائیان در خصوص اهمیت حفاظت از چشم انداز و محیط زیست	- تغییر در چشم انداز روستایی و شهری شدن روستا
- امکان تعمیر و بازسازی ابنیه و امکانات روستا با مشارکت مالی آنها	- کمک و مشارکت در تعمیر و بازسازی ابنیه روستا از جمله مسجد و حسینیه،
- ایجاد رقابت در میان روستائیان و سایرین با نشان دادن توان مالی	- مدرسه، خانه بهداشت، مزار یا قبرستان
- کمک به فقرا و ارکارافتادگان روستا	- تغییر برخی از کاربری‌های روستا
- بالا بردن سطح دانش و آگاهی مردم محل در حوزه‌های مختلف	- ترغیب و کمک به احیا و اصلاح منابع آب بخصوص قنوات
- بالا رفتن سطح توقعات روستائیان از دولت و مسئولین و افزایش قدرت چانه زنی روستائیان	- غلبه یافت جدید بر بافت فرسوده، قدیمی و شهری شدن روستا و در خطر افتادن
- حفظ فرهنگ و ارزشهای سنتی هر روستا و آباء و اجدادی	- هویت روستا
- ایجاد اتحاد و همدلی میان روستائیان	- رواج معماری جدید در روستا و عدم هماهنگی آن با نیازها و معیشت روستائیان
- رواج فرهنگ مدگرایی و مصرف گرایی و ریخت و پاش	- از بین رفتن بافت سنتی و بومی روستا
- ایجاد اختلاف و درگیری بر سر مالکیت زمین و ساخت و ساز	- استفاده از مصالح و سبک معماری غیر بومی
اقتصادی	کالبدی
- بالا رفتن قیمت اراضی روستاها	- زیبا شدن فضای ظاهری روستا
- افزایش درآمد روستائیان نظیر، افزایش تقاضا برای محصولات محلی نظیر ماست و کره محلی، فروش زمین، کارکازگری برای ساخت بنا، اسباب زمین‌ها، نگهداری خانه‌هاو..	- استفاده از مصالح بادوام و مقاوم و احساس امنیت بیشتر
- افزایش فرصت‌های اشتغال (سرابرداری، ایجاد مغازه، فعالیت‌های ساختمانی)	- تغییر در چشم انداز روستایی و شهری شدن روستا
	- کمک و مشارکت در تعمیر و بازسازی ابنیه روستا از جمله مسجد و حسینیه،
	- مدرسه، خانه بهداشت، قبرستان و...
	- تغییر برخی از کاربری‌های روستا
	- ترغیب و کمک به احیا و اصلاح منابع آب به خصوص قنوات
	- غلبه یافت جدید بر بافت فرسوده و قدیمی و شهری شدن روستا و به خطر
	- افتادن هویت روستا
	- عدم هماهنگی معماری جدید روستا با نیازها و معیشت روستائیان
	- از بین رفتن بافت سنتی و بومی روستا
	- استفاده از مصالح و سبک معماری غیر بومی

نتیجه‌گیری و دستاورد علمی و پژوهشی

رشد و گسترش مهاجرت معکوس و خانه‌های دوم از پدیده‌های مهم دوره معاصر است. امروزه در اکثر کشورهای جهان به ویژه در کشور ایران و منطقه مورد مطالعه ما این پدیده از رونق زیادی برخوردار است. برخی متخصصان خانه‌های دوم را با مفهوم "خرده شهرگرایی فصلی"^۱ پیوند می‌زنند.

در گذشته، مالکیت و تدارک خانه‌های دوم به بخش کوچک و مرفه جامعه محدود می‌شد اما امروزه درخواست آن توسط اغلب آحاد جامعه از طبقه متوسط به بالا صورت می‌گیرد که شاهد این ادعا گسترش روز افزون آن در تمامی نقاط کشور از جمله شهرستان فراهان استان مرکزی است. بطور خلاصه باید گفت این پدیده نوظهور از اواسط دهه ۸۰ شمسی در ایران بطور گسترده‌ای بخصوص در مناطق مرکزی کشور رواج یافته، گرچه این پدیده در مناطق ساحلی و کوهستانی از سالیان قدیم رواج داشته است. واقعیت آن است که خانه‌های دوم در کشور را می‌توان به دو گروه عمده تقسیم کرد^۲؛ گروه اول خانه‌هایی که در مناطق ساحلی و کوهستانی کشور از جمله مناطق ساحلی استانهای مازندران و گیلان، جزایر کیش و قشم و مناطق کوهستانی شهرهای تهران، اصفهان، مشهد و... رواج دارند. انگیزه ایجاد این خانه‌ها بیشتر اقتصادی و بیشترین کارکرد آن برای گذران اوقات فراغت است. در خصوص این خانه‌ها تحقیقات و مطالعات زیادی در حوزه‌های جغرافیا، محیط زیست، اقتصادی، گردشگری و جهانگردی صورت گرفته اما گروه دوم خانه‌هایی که در مناطق مرکزی کشور از جمله یزد، کرمان، اراک و... رواج دارند. انگیزه ایجاد این خانه‌ها بیشتر فرهنگی و هویتی بوده و انگیزه اقتصادی آخرین اولویت را داشته و بیشترین کارکرد آن مناسبتی و نیز برای گذران اوقات فراغت است. در خصوص این خانه‌ها تقریباً هیچ تحقیقات و مطالعه‌ای (بجز چند مطالعه پراکنده) انجام نشده و نکته مهمتر اینکه در خصوص هیچکدام از این دو گروه، مطالعه‌ای در حوزه اجتماعی- فرهنگی و بطور خاص جامعه‌شناسی صورت نگرفته است.

مهمترین وجه تمایز و تفاوت اساسی این مطالعه با سایر مطالعات این حوزه آن است که اولاً دو پدیده نوین مهاجرت معکوس و خانه دوم را همزمان مورد مذاقه قرار داده و همچنین جامعه مورد بررسی، خانه‌های گروه دوم (خانه‌هایی که در مناطق مرکزی کشور رواج دارند) و با رویکردی جامعه‌شناختی بوده و از روش اکتشافی و توصیفی و در سطح تفسیری بهره برده‌ایم ضمناً از روش ترکیبی "کمی و کیفی" نیز جهت جمع‌آوری اطلاعات استفاده شده است. همچنین نتایج این مطالعه می‌تواند چراغ راهی برای تصمیم‌گیران و مسئولین حوزه روستایی خاصه بنیاد مسکن، بخشداری و دهیاری‌ها و حتی در سطح کلان کشوری باشد.

در همین راستا پیشنهاد می‌شود:

- ۱- ایجاد یک بانک اطلاعاتی کامل خانه‌های دوم روستایی که در قالب مهاجرت معکوس شکل گرفته، توسط بنیاد مسکن یا بخشداری‌ها نظیر اطلاعات به روزخانه‌های بهداشت جهت هر گونه بررسی و تحلیل محققین.
- ۲- مطالعات بیشتری با رویکرد جمعیت‌شناسی و جامعه‌شناسی در خصوص دلایل و انگیزه‌های این نوع مهاجرت معکوس و ایجاد این خانه‌های در سرتاسر کشور انجام شود.

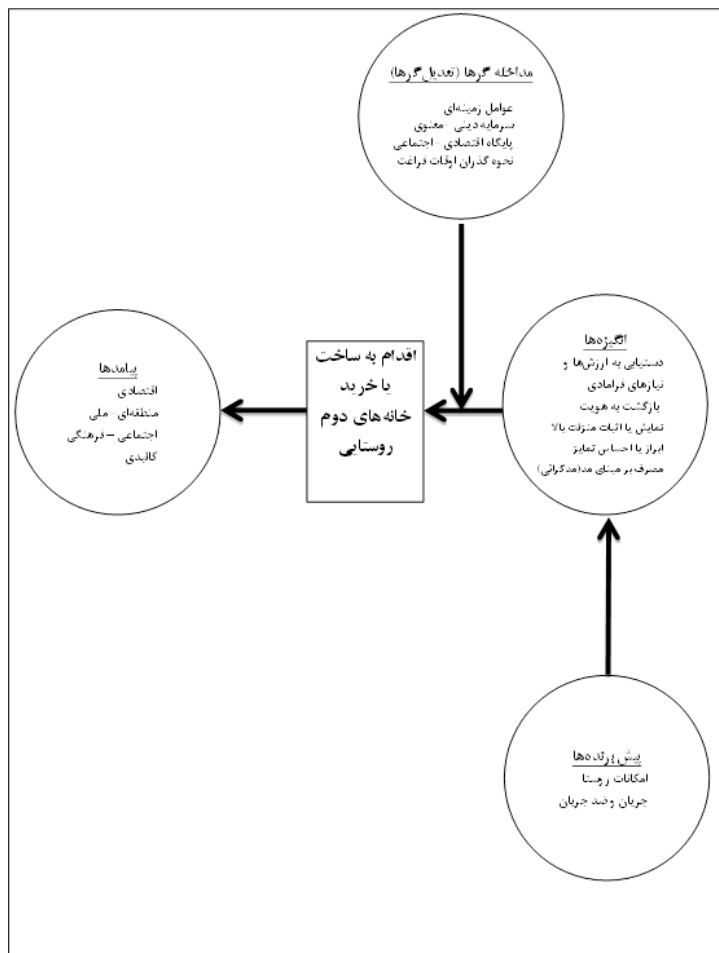
^۱ Seasonal Suburbanization

^۲-این تقسیم بندی برای اولین بار توسط نویسنده ارائه شده است.

۳- بررسی و مطالعه اجتماعی پیامدهای ایجاد و گسترش این نوع مهاجرت معکوس در مناطق مختلف کشور انجام شود. چرا که ایجاد تنش و اختلاف میان ساکنین و تازه واردها از یک طرف و تداخل فرهنگی و اجتماعی و گسترش موج و فرهنگ شهرنشینی در مناطق روستایی از طرف دیگر محتمل بوده و بررسی آن و بررسی راهکارهای کاهش اثرات منفی آن بسیار اهمیت دارد.

۴- مطالعه جامع و همه جانبه مهاجرت معکوس و خانه‌های دوم در سایر رشته‌های علمی از جمله حقوق، اکولوژی، روانشناسی، اقتصاد توسعه (اقتصاد سیاسی)، تاریخی، گردشگری و جهانگردی و توجه به مسایل اجتماعی و فرهنگی در کنار سایر مولفه‌ها و متغیرها.

مدل تحلیلی تحقیق



5- Source: Research findings

در پایان باید گفت با عنایت به اکتشافی و توصیفی بودن این مطالعه به دنبال بررسی و شناخت روابط علی بین متغیرها و نهایتاً تعمیم داده‌ها نبودیم، بر همین اساس در نتیجه این مطالعه به مدلی کیفی و شبه کمی دست یافتیم که خارج از معنای متعارف مدل نظری و تجربی، در این مطالعه با توجه به شرایط و روش تحقیق، قابل آزمون و کمی پذیر نبوده بلکه با رویکرد توصیفی-تفسیری و استدلالهای مبتنی بر شواهد تحلیل شده است. بر همین اساس در این مدل که برگرفته از نتایج و یافته‌های تحقیق است، با چهار بخش که به نوعی با اقدام به ساخت یا خرید خانه‌های دوم روستایی مرتبط است، روبرویم. مهمترین بخش این مدل انگیزه‌ها بوده که پیش برنده‌ها شامل امکانات روستا و

جریان و ضدجریان بستر و زمینه‌ساز انگیزه‌ها هستند بعبارت دیگر این پیش برنده‌ها هستند که باعث می‌شود انگیزه‌ها قوت یافته و در تصمیم افراد به دارا بودن خانه‌های دوم نقش زیرساختی دارد. شاید اگر امکانات اولیه و عوامل جاذب در این روستاها موجود نبود، افراد حتی به این موضوع فکر هم نمی‌کردند، علی‌رغم احساس نیاز به هویت‌یابی و گذران اوقات فراغت. انگیزه‌ها نقش مهمی را در اقدام به ساخت یا خرید خانه‌های دوم روستایی دارند اما تعدیل‌گرها شامل عوامل زمینه‌ای، پایگاه اقتصادی - اجتماعی، سرمایه دینی یا معنوی و نحوه گذران اوقات فراغت بر نوع و کیفیت انگیزه‌ها اثرگذار بوده و نهایتاً اقدام به ساخت یا خرید خانه‌های دوم روستایی، دارای پیامدهای فرهنگی - اجتماعی، اقتصادی، کالبدی و منطقه‌ای - ملی است که به تفصیل به آنها پرداختیم. تحلیلها، شرح و نسبت تمامی متغیرها و مولفه‌ها پیشتر شرح داده شده و تکرار آنها وجهی ندارد و مدل ذیل فشرده‌ای از نسبت و رابطه مولفه‌های فوق می‌باشد.

References

- Abazari, Yousef and Chavoshian, Hasan (2002), az tabaghe ta sabk zendegi, name olom ejtemaei, shomare 20.
- Albaugh, Ryan (2010). Analyzing the "Religious Capital" Approach to Religious Participation. http://nazarene.org/files/docs/albaugh_ryan_paper.pdf.
- Aligholizadeh Firouzjaei, Nasser (2007), asarat gardeshgari bar abaad eghtesadi, ejtemaei va mohiti navahi roustaei, motale moredi: navahi roustaei bakhsh markazi shahrestan noshahr, payanname doktora joghrafia va barnamerizi roustaei, ostad rahnama doctor seyed ali badri, daneshgah Tehran, goroh joghrafiaye ensani.
- Anabestani, Ali Akbar (2009), Baresi aloudegihay zist mohiti nashi az sokonatgahaye roustaei (motale moredi: mahdoude tasirgozar bar ab shorb shahr Sabzevar), joghrafia va tosee nahiei, shomare 13, paez va zemestan, S 261-282.
- Anabestani, Ali Akbar (2009), Baresi asar kalbodi khanehaye dovom bar tosee sokonatgahaye roustaei, motale moredi: roustahaye yeylaghi shahr Mashhad, Faslnameh rousta va tosee, sal 12, shomare 4, zemestan, S 149-166.
- Anabestani, Ali Akbar (2010), farayand sheklgiri khanehaye dovom va avamel moaser bar an (motale moredi: roustahaye yeylaghi gharb Mashhad), majale pazhouheshaye joghrafiaye ensani, elmi - pazhouheshi, shomare 74, zemestan, S 103-118.
- Anabestani, Ali Akbar and Mohammad Javad Khosh Chahre (2015), Baresi payamadhaye ejtemaei nashi az hozor gardeshgari khanehaye dovom dar sokonatgahaye roustaei shahrestan Binaloud, majale amayesh joghrafiaye faza, Faslnameh daneshgah golestan, dore 6, shomare 15, bahar, S 109-128.
- Anabestani, Ali Akbar and Yazdan Hajipour (2013), asar ejtemaei va eghtesadi ejraye tarhhaye hadi dar sokonatgahaye roustaei (motale moredi: roustahaye shahrestan Dena), majale barnamerizi mantaghei, shomare 9, bahar, S 13-26.
- Anabestani, Ali Akbar, Hamdollah Sajasi Gheidari and Islam Raisi (2015), tasire amalkarde dehyaran bar modiriat pasmand dar sokonatgahaye roustaei, motale moredi: bakhsh sarbouk, shahrestan Ghasreghand), majale pazhouheshaye roustaei, dore 6, shomare 2 (piapey 22), tabestan, S 275-298.
- Anabestani, Ali Akbar, Khadijeh Bozrajmari and Nahid Sahebkar (2012), payamadhaye ejtemaei va eghtesadi Tosee gardeshgari khanehaye dovom dar navahi roustaei (motale moredi: dehestan Shirin dare shahrestan Ghouchan), majale pazhouhesh va barnamerizi roustaei, dore 1, shomare 1, bahar va tabestan, S 97-123.
- Anabestani, Zahra and Azita Rajabi (2014), Baresi asarat hozor gardeshgaran mazhabi bar tosee sokonatgahaye roustaei az didgah roustaeian (motale moredi: roustaye Nodeh Enghelab, shahrestan Khoshab), majale pazhouhesh va barnamerizi roustaei, shomare 7, paez, S 120-132.
- Azad armaki, Taghi (2007), olgouhaye sabk zendegi dar Iran, Tehran nashr.
- Bahar, Mehri (2011), Masraf va farhang. Tehran: entesharat Samt.

- Bakak, Robert (2002), Masraf, tarjome khosro Sabri, Tehran: nashr va pazhouhesh Shiraze
- Baudriar, Jean (2010), jamee masrafi, tarjome Pirouz Izadi, Tehran: nashr sales.
- Bielckus, C. L. , Rogers, A. W. , & Wibberley, G. P. (2008). Second homes in England and Wales. London: Invicta Press.
- Biro, Ellen (2001), farhang olome ejtemaei, tarjome Bagher Saroukhani, chap chaharom, entesharat Kayhan.
- Bohlin, M. (1982). Spatial Economics of Second Homes: a Review of a Canadian and a Swedish Case Study. Uppsala dissertations from the faculty of Social Sciences 27. Uppsala: Uppsala University.
- Bonyad maskan enghelab shahrestan Farahan, (2011).
- Bourdieu, Pierre (2011) tamayoz: naghd ejtemaei ghezavathaye zoughi, tarjome Hasan Chavoshian, Tehran: nashr sales.
- Chaudhuri, Himadri Roy and Majumdar, Sitanath (2006). Of Diamonds and Desires: Understanding Conspicuous: Consumption from a Contemporary Marketing Perspective. Academy of Marketing Science Review, Volume 2006, no. 11.
- Clout, H. D. (1969). Second Home in France. Journal of Town planning
- Diani, Leila, Mehdi Taherkhani, Abdolreza Rokneddin Eftekhari, (2008), zamineyabi eskan mojadad mohajeran roustaei: motale moredi mohajeran zir poushesh komiteh emdad emam khomeini shahrestan Pakdasht, rousa va tosee, shomare 2.
- Dijst, M. , Lanzendorf, M. , Barendregt, A. , & Smit, L. (2005), Second Homes in Germany and the Netherlands: Ownership and Travel Impact Explained. Tijdschriftvoor Economists en Social Geography 96 (2), 139-152.
- Elyasi, Majid and digaran (2011), baresi avamel moaser bar masraf kalahaye farhangi dar bein javanan, jamee pazhouhi farhangi, sal dovom, shomare dovom, paez va zemestan, 55-76.
- Fazeli, Mohammad (2003), masraf va sabk zendegi, nashre sobhe Sadegh.
- Flognfeldt, T. (2002) Second home ownership. A sustainable semi-migration, in C. M.Hall and A. M. Williams (eds), Tourism and Migration. New Relationships between
- Gallent, N. , Mace, A. , & Tewdwr, M. (2005), Second home: European Perspectives and UK Policies. England: Ashgate Publish Limited.
- Hubacek, Klaus & Others (2007) changing lifestyles and developing, Futures 39.
- Institute. 55. October 1969. Quoted from: Da Vane, R. 1975. Second home Ownership: a case study. UK: University of Wales Press.
- Jaakson, R. (1986) Second home domestic tourism, Annals of Tourism Research 13: 367-391.
- Jomehpour, Mahmood (2012), sokonatgah no sevom rahkari baraye residan be olgoue monaseb sokonat dar rastaye tosee paydar, majale pazhouhesh va barnamerizi roustaei, sal 1, shomare 2, paez va zemestan, S 1-27.
- Khosravi Nezhad, Mahboubeh, Seyed Eskandar Seidaei va Hossein Sarami (2012), gardeshgari khanehaye dovom va ravabet motaghabel shahr va rousa, majale etelaat joghrafiyai (sepehr), shomare 84, zemestan, S 66-69.
- Marjavaara, R. (2007), Route to destruction? Second home tourism in Small Island Communities. Island Studies Journal 2 (1), 27-46.
- Müller, D. (2001) Second home tourism and sustainable development in North European peripheries. Paper presented at the TTRA European Chapter Annual Conference, Kiruna, Sweden, April 2001
- Müller, D. K. (2004), Mobility, Tourism and Second Homes. In Lew, A. A. ,Hall, C. M. and Williams, A. M. (Eds.) A Companion to Tourism, pp. 387-398. Oxford: Blackwell.
- Rezvani, Mohammad Reza (2003), tahlil ravand ijad va gostaresh khanehaye dovom va navahi roustaei (motale moredi: navahi roustaei shomal ostan Tehran), Tehran: Pazhouheshhaye joghrafiyai, shomare 45, tabestan, S 59-73.
- Rezvani, Mohammad Reza (2004), moghadamei bar barnamerizi roustaei ba takid bar Iran, Entesharat Ghoomes.
- Rezvani, Mohammad Reza (2010), shahrgorizi va cheshmandaz tamarkoz zodaei dar shahr Tehran, majale modiriat shahri, dore 8, shomare 25, bahar va tabestan, S 49-62.

- Rezvani, Mohammad Reza and Javad Safaie (2005), gardeshgari khanehaye dovom va asarat an bar navahi roustaei: forsats ya tahdid (mored: navahi roustaei shomal Tehran), Pazhouheshhaye joghrafiyai, shomare 54, zemestan, S 109-121.
- Rezvani, Mohammad Reza, Hamid Reza Baghiani va Bahram Hajari (2013), tahlil asarat kalbodi gostarash khanehaye dovom bar roustaha, motale moredi: dehestan Shirkouh, ostan Yazd, Kavoshhaye joghrafiyai manategh biabani, sal 1, shomare 1, bahar va tabestan, S 115-137.
- Rezvani, Mohammad Reza, Saeed Reza Akbarian Ronizi, Abdolreza Rokneddin Eftekhari and Seyed Ali Badri (2011), tahlil moghayesei asar eghtesadi gardeshgari khanehaye dovom ba gardeshgari roozaneh bar navahi roustaei (motale moredi: shahrestan Shemiranat, Ostan Tehran), Fasnameh Pazhouheshhaye roustaei, sal 2, shomare 4 (shomare piapay 8), zemestan, S 35-62.
- Rezvani, Mohammad Reza, Seyed Ali Badri, Farkhondeh Sepahvand and Saeid Reza Akbarian Rounizi (2012), gardeshgari khanehaye dovom va asarat an bar behboud keifiyat zendegi sakenan roustaei (motale moredi: bakhsh roudbar ghasran, shahrestan Shemiranat), majale motaleat va Pazhouheshhaye shahri va mantaghei, dore 4, shomare 13, elmi - pazhouheshi, tabestan, S 23-40.
- Robertson, R. W. (1977) Second-home decisions: the Australian context, in J. T. Coppock (ed) Second Homes. Curse or Blessing? Pergamon Press, Oxford, pp. 119-138.
- Sarshomari omomi nofous va maskan, (2006, 2011, 2016), markaz amare Iran.
- Shahabi, Mohammad (2007), sabkhaye zendegi jahan vatanane dar mian javanan Irani va delalathaye siyasi an, olgohaye sabk zendegi Iranian.
- Sharieh, Jean Bernard (1994), Shahrha va roustaha, tarjome Sirous Sahahmi, Mashhad: nashr nika.
- Sharpley, Richard (2016), Tosee gardeshgari va mohit zist: faratar az paydari, tarjome Ali Pourghayomi va Yasser Ramazanpour, Tehran: entesharat Mahkameh.
- Stott, M. (2010), A; Tourism in Mykonos; Some social and Cultural responses Mediterranean Studies.
- Todarow, Michael (1988), mohajerat dakheli dar keshvarhaye dar hale tosee, tarjome Mostafa Sarmadi va Parvin Rais Fard, Tehran: moasese kar va tamin ejtemaei.
- Veblen, Torstein (2007), nazariye tabaghe tanasa, tarjome farhang ershad, chap dovom, Tehran: nashr Ney.