



<https://jas.ui.ac.ir/?lang=en>

**Journal of Applied Sociology**

E-ISSN: 2322-343X

Vol. 34, Issue 2, No.90, Summer 2023, pp. 1-26

Received: 27.02.2023 Accepted: 11.07.2023

**Research Paper**

**Meta-Contextual Construction of Individuality: Interpretation of Success by Teen Girls**

**Hossein Afrasiabi\*** 

Associate Professor of Sociology, Department of Social Sciences, Yazd University, Yazd, Iran  
hafraziabi@yazd.ac.ir

**Arezoo Rezaei Sadrabadi**

Master of Sociology, Department of Social Sciences, Yazd University, Yazd, Iran  
Arezoorezaei307@gmail.com

**Introduction**

Success is one of the most recurrent social concepts in contemporary society, especially for teenage girls. All of us wish success for each other. Many media outlets and key speakers in seminars have motivated youth for success. As a result, success and achievement have become pervasive and global goals for generations. Our questions were as follows: What does success mean? How do young girls define success? Where does it come from? And what do they do to be successful? Our aim in this research was to explore and understand the concept of success from the perspective of teenage girls.

**Materials & Methods**

We used systematic grounded theory to carry out this research. The field of study was Yazd City. We conducted semi-structured interviews with 20 female students in grades 10, 11, and 12, aged between 15 and 18 years. The participants were purposively selected from 4 schools, representing different socio-cultural areas of the city. The interviews were conducted after obtaining an informed consent at the schools. The interviews started with general questions about the participants' definitions of success. More specific questions were then posed as follows: What do you think are your obstacles to success? And what is your life plan for the future? The interviews were transcribed and analyzed. The data were analyzed using grounded theory coding (Straus & Corbin, 1998) in 3 phases: open, axial, and selective coding. After reading each part of the interviews, an initial concept was assigned (coded). Then, the concepts with the same meanings were clustered into categories and a core category emerged from merging of the main categories. The main categories were illustrated with a paradigm model, including phenomenon, causal conditions, contextual conditions, intervening conditions, action strategies, and consequences. Trustworthiness of the findings and coding process was

evaluated through peer checks and member checks. We shared our findings with the participant girls to validate the constructed codes and categories.

**Discussion of Results & Conclusion**

The data were presented in the form of 9 main categories in addition to a core category. The main categories included thirst for independence, virtual life, centrality of money, feeling of gender limitation, instrumental interaction, seeking distinction, self-improvement, multiple pressures, and migrant mind. The meta-contextual construction of individuality emerged as the core category.

**Thirst for independence:** The need for independence was powerful among the participants. Being at a turning point in their maturation and facing individualistic values from the media had increased their need for independence. Our teenage participants wanted to achieve their goals on their own, have a private sphere, and make decisions for their own future.

**Virtual life:** They spent a lot of time on the internet and social media. They met and talked with their friends online. They thought about fame on the web and becoming famous in the cyber world was an important drive for them. Their

\* Corresponding author

Afrasiabi, H., & Rezaei Sadrabadi, A. (2023). Meta-contextual construction of individuality: Interpretation of success by teen girls. *Journal of Applied Sociology*, 34(2), 1-26.



values and lifestyle were more affected in the virtual space.

**Centrality of money:** Living a rich life and having money was an important value for our teenage participants. They saw money as the main problem-solver in various aspects of life.

**Feeling of gender limitation:** Our female participants compared themselves to boys in different spheres. They believed that girls have more limitations when it comes to achieving success.

**Instrumental interaction:** From the participants' point of view, interaction with other people was seen as a means to achieve success. They evaluated and interacted with people based on how they could help them succeed, especially in terms of material and benefits.

**Seeking distinction:** Many young girls' actions were oriented towards making a difference from others. They wore different clothes, tried to have different forms of entertainment, and presented themselves in a distinctive way to stand out from others.

**Self-improvement:** Achievement and success were the main driving forces for our participants, motivating them to improve themselves through learning new skills and acquiring knowledge. They made efforts to learn foreign languages and develop artificial skills with the aim of enhancing their future job prospects.

**Multiple pressures:** The participants faced various sources of pressure, including family and relatives, school and education, and economic concerns. They also felt the pressure of changing success criteria within their community, which caused them stress as they tried to meet these evolving expectations.

**Migrant mind:** Living in an era of internet and social media, the participants desired to be part of a developed and welfare-oriented society. Their criteria for success were more global in nature rather than being limited to their local context. Although they lived in their home country, they held global ideals.


The teenage participants exhibited an individualistic and materialistic view of success. They considered themselves successful when they were able to express their individuality and accumulate material possessions and wealth. They expressed their individuality through shopping and spending money. Their definition of success was detached from their socio-cultural context as it was influenced by their identities and interactions on the global and virtual platforms, leading to a sense of detachment from their immediate surroundings

**Keywords:** Success, Teenagers, Girls, Identity, Materialism, Individualism, Globalization



### مقاله پژوهشی

## برساخت فرازمینه‌ای فردیت: تفسیر دختران نوجوان از موفقیت

حسین افراسیابی\* ، دانشیار دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه یزد، یزد، ایران

hafraziabi@yazd.ac.ir

آرزو رضایی صدرآبادی، کارشناسی ارشد دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه یزد، یزد، ایران

www.arezoozezaei307@gmail.com

#### چکیده

موفقیت مفهوم رایجی در جامعه معاصر، به‌ویژه برای نوجوانان، است. این پژوهش با هدف واکاوی فهم نوجوانان دختر شهر یزد از موفقیت انجام و از روش داده‌بنیاد نظام‌مند برای اجرای آن استفاده شد. زمینه پژوهش، شهر یزد است و با ۲۰ نفر از دانش‌آموزان دختر پایه‌های دهم، یازدهم و دوازدهم در بازه سنی ۱۵ تا ۱۸، مصاحبه نیمه‌ساختاریافته انجام شد. مشارکت‌کنندگان با شیوه هدفمند از چهار مدرسه انتخاب شدند. داده‌ها با شیوه کدگذاری داده‌بنیاد تحلیل و در قالب ۹ مقوله اصلی و یک مقوله مرکزی ارائه شده است. عطش استقلال، زیست مجازی، محوریت پول، احساس محدودیت جنسیتی، تعامل ابزاری، تمایزطلبی، خودارتقابخشی، فشارهای چندگانه و ذهن مهاجر به‌عنوان مقوله‌های اصلی و برساخت فرازمینه‌ای فردیت، به‌عنوان مقوله مرکزی ساخته شد. براساس یافته‌ها، دانش‌آموزان موفقیت را فراتر از زمینه جاری اجتماعی و فرهنگی خود تفسیر می‌کنند. آنها نگاه فردی و مادی به موفقیت دارند و زمانی خود را موفق می‌دانند که بتوانند هرچه بیشتر ابراز فردیت کنند و به حداکثر مادیات و پول برسند. آنها از راه خرید و مصرف پول، فردیت خود را نمایش می‌دهند. نوع تعریف نوجوانان از موفقیت با هویت و تعاملات موجود در بستر جهانی و مجازی گره خورده و نوعی جاکندگی از زمینه را فراهم کرده است.

**واژه‌های کلیدی:** موفقیت، نوجوانان، دختران، هویت، مادی‌گرایی، فردگرایی، جهانی‌شدن.

\* نویسنده مسئول

افراسیابی، ح. و رضایی صدرآبادی، آ. (۱۴۰۲). «برساخت فرازمینه‌ای فردیت: تفسیر دختران نوجوان از موفقیت»، جامعه‌شناسی کاربردی، ۳۴(۲)، ۱-۲۶.



## مقدمه

موفقیت از پربسامدترین مفاهیم عصر ماست. همه برای هم آرزوی موفقیت می‌کنند؛ معلمان برای دانش‌آموزان، والدین برای فرزندان و دوستان برای یکدیگر. افراد هزینه‌های گزاف روانی و اقتصادی را برای موفق شدن پرداخت می‌کنند. بخش زیادی از انرژی فردی و تعاملی صرف موفقیت می‌شود. رسانه‌ها مرتب از موفقیت حرف می‌زنند، انسان‌های موفق را معرفی (سلبریتی‌ها)<sup>۱</sup> و راه‌های موفق شدن را تبلیغ می‌کنند. اینها موجب شکل‌گیری «اقتصاد موفقیت و فرهنگ موفقیت» شده است. شاید بتوان جامعه جدید را «جامعه موفقیت» نامید. عطش و شیدایی موفقیت، در انسان معاصر بیش از هر دوره‌ای موج می‌زند، تا جایی که به یکی از ابعاد و نیازهای مهم تبدیل شده است. این وضعیت برای نوجوانان برجسته‌تر است؛ آنها که در آستانه کنکور قرار دارند و چشم‌اندازی را برای آینده خود تعریف می‌کنند.

با وجود تعاریف تخصصی و رسمی از موفقیت، دقیقاً نمی‌دانیم که موفقیت چیست و چه چیزی را باید موفقیت نامید. گاهی اوقات اشخاص به علت رسیدن به اهداف و آرزوهایشان، خود را موفق تصور می‌کنند؛ اما ممکن است که این موفقیت در نظر دیگران فاقد ارزش باشد یا افرادی وجود دارند که حس می‌کنند، موفق‌اند؛ اما زمانی که درباره آن فکر می‌کنند، پی می‌برند که این پدیده، آن موفقیتی نیست که گمان کرده بودند؛ بنابراین موفقیت نسبی است، تعریف واحدی ندارد و از دیدگاه افراد مختلف، متفاوت است. افراد معمولاً موفقیت را با توجه به نیازها، خواسته‌ها، تجربیات و اهداف خود، معنا و تفسیر می‌کنند. در فرهنگ معین، موفقیت به توفیق، بهره‌مندی، پیروزی، فیروزمندی، کامروایی، کامیابی، کامکاری و واژه موفق به پیروز، کامروا، کامکار و کامیاب، معنی شده است (معین، ۱۳۸۱: ۱۸۵۵). برخی نیز معتقدند فرد موفق کسی است که به اهداف خود می‌رسد، در درون احساس رضایت می‌کند و کار ارزشمند و مفید انجام می‌دهد

(نظری‌گنیشمن، ۱۳۹۶: ۶). هرچند معیارهای موفقیت در جامعه مبهم است، جامعه، خانواده و افراد هزینه‌های زیادی را برای موفق شدن و موفق دیده شدن می‌پردازند. با جست‌وجو کردن کلمه‌ی «موفقیت» در اینستاگرام<sup>۲</sup>، هزاران صفحه و حدود ۷ میلیون پست<sup>۳</sup> مرتبط دیده می‌شود که در این میان، هشتگ<sup>۴</sup> موفقیت فردی و شخصی با حدود ۱,۵ میلیون محتوا از دیگر هشتگ‌ها، طرفداران بیشتری دارد. از ۱,۵۰۰,۰۰۰ هزار عنوان کتابی که در چهل سال اخیر منتشر شده است، بیش از ۷۵۰۰ عنوان شامل کلمات «موفق» و یا «موفقیت» است. اگر این عناوین را تا حدودی همان عناوین مرتبط با موضوع موفقیت در نظر بگیریم، می‌توانیم بگوییم که از هر ۲۰۰ عنوان منتشرشده در چهار دهه گذشته، یک عنوان «موفقیت» بوده است. در این بین، کتاب‌های خارجی محبوبیت بیشتری داشته است. کتاب‌های موفقیت، جنبه‌های گوناگون زندگی را بررسی می‌کنند. کلمات «زندگی»، «کسب‌وکار»، «رمز و راز»، «مدیریت»، «راهنما»، «آرامش»، «رسیدن»، «ازدواج» و «تحصیل»، تکراری‌ترین کلمات، در عنوان‌های این کتاب‌ها (خانه کتاب و ادبیات ایران، ۱۴۰۰).

دختران نوجوان از مهم‌ترین نیروهای اثرگذار در جهان معاصرند و توانایی ایجاد تغییرات را دارند. موفقیت و شکست این گروه تأثیر زیادی در ابعاد فردی، خانوادگی، اجتماعی و... دارد. در کشورهای در حال توسعه، میزان بهره‌مندی دختران از سرمایه‌های گوناگون فردی و اجتماعی برای دستیابی به موفقیت، با پسران برابر نیست (عبداللهی، ۱۳۸۷: ۱۴). ایران از گذشته تاکنون جامعه‌ای، سنت‌گرا و جمع‌گرا، تعریف شده است. بسیاری از عقاید، ارزش‌ها و گفتمان‌های غالب در حیطه خانواده، دین، سنت، جمع‌گرایی، هم‌رنگی با دیگران، پیروی از والدین و احترام به دیگران شکل گرفته است (جلالی و همکاران، ۱۴۰۰). اما امروزه دختران نوجوان، با سرعت زیاد اجتماعی می‌شوند و دیگر، خانواده تنها منبعی نیست که برای

<sup>2</sup> Instagram

<sup>3</sup> Post

<sup>4</sup> Hashtag

<sup>1</sup> Celebrity



الگوهای تأثیر بیشتری بر نوجوانان دارد و نیز اقدامات آنها برای رسیدن به موفقیت چه پیامدهایی برایشان دارد، از اهمیت بسزایی برخوردار است؛ زیرا به سهم خود، علاوه بر شناسایی بهتر و دقیق‌تر وضعیت نوجوانان، ارزش‌ها و معیارهای آنان را روشن می‌کند و در فهم بهتر تحولات جامعه و افراد مؤثر است. در این تحقیق، به دنبال این هستیم که نوجوانان دختر، موفقیت و نحوه دستیابی به آن را چگونه تعریف و دنبال می‌کنند؟ چه شرایطی باعث شکل‌گیری تعریف موفقیت از نظر نوجوانان دختر می‌شود؟ آنها برای رسیدن به موفقیت، چه کنش‌هایی را انجام می‌دهند و کنش‌های معطوف به موفقیت، چه پیامدهایی برایشان دارد؟

### پیشینه پژوهش

صاحب‌نظران و محققان همچنان به موضوع موفقیت در میان نوجوانان و جوانان، به عنوان مسئله‌ای مهم، توجه کرده‌اند. با توجه به بررسی‌های انجام‌شده در پژوهش‌های داخلی و خارجی، پژوهش درباره نوجوانان، بیشتر با روش کمی است و به موفقیت تحصیلی محدود می‌شود. در مطالعه کیفی برنا و همکاران (۱۴۰۱) بر زنان، نشان داده شد که درک زنان از موفقیت بر مضامین اصلی «جامعه‌پذیری تک‌بعدی و محدودسازی بیرونی»، «محدودیت چشم‌انداز شغلی»، «نبود حمایت مالی و خانوادگی»، «کمبود آموزش‌های مهارت‌محور»، «فشار نقش خانه‌داری»، «تمرکز بر توانمندی‌های شخصی»، «دسترسی به تحصیلات دانشگاهی» و «فرصت فضای مجازی» متمرکز شده است. عباسی و آژدری دیلمقانی (۱۴۰۱) در پژوهشی کیفی، در میان کارشناسان آموزش و پرورش استان یزد، که متولی برنامه جشنواره خوارزمی بودند، به این نتایج رسیدند که موفقیت در این جشنواره، در زمینه ساختاری و فردی، مرتبط با مواردی چون جذب پرسنل کاردان، مسئولیت‌پذیری، بهره‌گیری از مشاوران متخصص، تأمین استادان راهنما و مشاور، پشتیبانی تخصصی و تلاش و پشتکار دانش‌آموز است. مطالعه کیفی صادقی

آنها تعیین ارزش می‌کند. آنها فراتر از قالب‌های جنسیتی و هنجارهای جاری می‌اندیشند. دختران با توجه به دسترسی به منابع اطلاعاتی، از حقوق خود آگاه شده‌اند و از نابرابری‌های گوناگونی اطلاع دارند که برای آنها در جامعه سنتی ایران وجود دارد. دختران نسل جدید، خواستار شکل‌گیری هویت بر مبنای انگیزه‌ها، تمایلات و خواسته‌های خود هستند (ساروخانی و رفعت‌جاه، ۱۳۸۵: ۱۳۵). این نسل به منابع و اطلاعات گوناگون دسترسی دارد که باعث می‌شود بتواند در میان انبوه اطلاعات دریافتی خود، دست به انتخاب بزند و خود و موفقیت مدنظرش را تعریف کند و به آن شکل دهد. دختران نوجوان به دنبال شکستن تعاریف کلیشه‌ای و در حال شکل‌دادن به تعاریفی جدید و متفاوت از خود، هویتشان و موفقیت‌اند.

تحقیقات متعددی در داخل (برنا و همکاران، ۱۴۰۱، صادقی دهکردی و همکاران، ۱۴۰۱، چنگابی و همکاران، ۱۳۹۸، صالحی و همکاران، ۱۳۹۸، میرزایی و همکاران، ۱۳۹۷، جانعلیزاده چوب‌بستی و همکاران، ۱۳۹۲، قنبرپور عالم و همکاران، ۱۳۹۱) و خارج (Deaton, 2008; Hirchi et al., 2021; Sulturk, 2021; Patel et al., 2020; Karabanova & Dokhalenkova, 2016; Adom et al., 2014; Green et al., 2012; Jonior, 2009) انجام شده است. این تحقیقات عمدتاً بر عوامل کامیابی و موفقیت تحصیلی تمرکز دارند و کمتر گروه سنی نوجوانان را بررسی کرده‌اند. جامعه ایران با توجه به تغییرات گوناگون در جنبه‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و همچنین گذار از جامعه سنتی به مدرن و نقش پررنگ دنیای مجازی، تغییرات در پدیده‌های مختلف را نیز شاهد است. زمینه مطالعه شده نیز (شهر یزد)، از این قاعده مستثنا نیست. انجام مطالعه در بین نوجوانان دختر یزدی، بستری را برای درک همه‌جانبه از موفقیت فراهم می‌کند و در درک دنیای درونی و بیرونی آنها نقش بسزایی دارد. با توجه به نقش پررنگ نوجوانان دختر در آینده جامعه و لزوم برنامه‌ریزی دقیق در این راستا، روشن کردن این موضوع که موفقیت برای نوجوانان دختر چه معنایی دارد، آنها چه کنش‌هایی را برای رسیدن به کامیابی انجام می‌دهند، چه

و «حرفه‌ای». نتایج پژوهش پاتل و همکاران<sup>۳</sup> (۲۰۲۰) با روش پیمایش، نشان می‌دهد که نشانگرهای غیراقتصادی موفقیت مانند انعطاف‌پذیری در جست‌وجوی شغل، عزت‌نفس، خودکارآمدی و جهت‌گیری آینده، در انتقال به اشتغال و پیش‌بینی موفقیت جوانان در بلندمدت مهم‌اند. بلوکر و همکاران<sup>۴</sup> (۲۰۱۹)، در پژوهشی با روش پیمایش، نقش شایستگی‌های شغلی، موفقیت شغلی و شوک‌های شغلی را در اشتغال‌پذیری متخصصان جوان بررسی کردند. نتایج نشان داد متخصصان جوانی که سطوح بالایی از شایستگی‌های شغلی را توسعه داده‌اند، سطوح بالاتری از اشتغال‌پذیری درک‌شده را گزارش کردند. خلیل<sup>۵</sup> (۲۰۱۷) در پژوهشی با روش پیمایش در بین دانش‌آموزان دبیرستانی دختر و پسر، به این نتیجه رسید که دختران تمایل بیشتری به مطالعه و کتاب‌خواندن و در نتیجه موفقیت تحصیلی بیشتری دارند. کارابانوا و بوخالنکووا<sup>۶</sup> (۲۰۱۶) در تحقیق کیفی خود نشان دادند که نوجوانان سه درک از موفقیت دارند که عبارت‌اند از: «شناخت و موفقیت اجتماعی»، به‌عنوان «توسعه خود» و «خودشکوفایی». آدوم و همکاران<sup>۷</sup> (۲۰۱۴) در تحقیقی با عنوان «انگیزه پیشرفت، خودپنداره و دستاورد علمی در بین دانش‌آموزان دبیرستانی» با روش پیمایش، متوجه شدند دانش‌آموزانی که دارای خودپنداره مثبت بوده‌اند، انگیزه بیشتری داشته و موفقیت بیشتری را در آزمون‌ها کسب کرده‌اند. گرین و همکاران<sup>۸</sup> (۲۰۱۲) در پژوهش خود با روش پیمایش، به این نتیجه رسیدند دانش‌آموزانی که خودپنداره مثبتی از خود و محیط مدرسه و معلم و توانایی ارتباط و تعامل داشته باشند، پیشرفت تحصیلی و موفقیت بیشتری دارند. جونیور<sup>۹</sup> (۲۰۰۹) در تحقیق کیفی خود نشان داد بهبود مهارت‌های اجتماعی، موفقیت تحصیلی را افزایش می‌دهد.

دهکردی و همکاران (۱۴۰۱) بر زنان موفق نشان داد سبک زندگی خانواده، تجارب همشیرها، ویژگی‌های والدین، محورهای تربیتی والدین و سبک همسالان از عواملی‌اند که به زنان کمک کرده است تا در مسیر موفقیت، حرکت کنند. صالحی و همکاران (۱۳۹۸)، در پژوهش کیفی درباره موفقیت تحصیلی در بین دانش‌آموزان مقطع دبیرستان، به این نتیجه رسیدند که موفقیت تحصیلی از مواردی مثل شخص، خانواده، مدرسه و جامعه متأثر است. مطالعه کیفی چنگابی و همکاران (۱۳۹۸) بر دانشجویان نشان داد عملکرد تحصیلی قبلی، هدفمندی، علاقه به رشته تحصیلی، مهارت‌های مطالعه، تلاش، امیدواری، سازگاری با شرایط، تأثیر انگیزشی دوستان و شرایط خانواده، زمینه موفقیت را به همراه دارند. جانعلیزاده چوببستی و همکاران (۱۳۹۲)، در پژوهش خود با روش پیمایش به این نتیجه رسیدند که سرمایه فرهنگی خانواده، نقش چشمگیری در موفقیت فرزندان دارد. قنبرپورعالم و همکاران (۱۳۹۱) در مطالعه خود با روش پیمایش، نشان دادند روابط خانوادگی تأثیرگذار بر موفقیت و شکست تحصیلی دانش‌آموزان، عواملی در هم تنیده‌اند و روابط اعضای خانواده با هم، رفتار مسئولانه والدین نسبت به فرزندان، روابط و تعامل زوجین با یکدیگر در موفقیت و شکست تحصیلی دانش‌آموزان، تأثیرگذار است. والد و ابرین<sup>۱</sup> (۲۰۲۲)، در پژوهش خود با روش پیمایش، تأثیر قرارگرفتن مکرر در معرض موفقیت و عواملی را بررسی کردند که واکنش‌ها به شکست را تشدید می‌کند. نتایج نشان می‌دهد مشاهده موفقیت، تأثیرات نامطلوبی بر نحوه قضاوت افراد درباره شکست‌های دیگران دارد. قرارگرفتن مکرر در معرض اجراهای موفق باعث می‌شود که افراد در نهایت یک کار را دشوار تلقی کنند؛ بنابراین، آن را به شدت ارزیابی می‌کنند. در تحقیق کیفی سالتورک<sup>۲</sup> (۲۰۲۱) بر ۲۹ نوجوان، نشان داده شد که نوجوانان دانش‌آموز، چهار بعد از موفقیت را مطرح کردند که عبارت‌اند از: «اجتماعی»، «روانی»، «شناختی»

<sup>۱</sup> Wald & B'Brien

<sup>۲</sup> Sulturk

<sup>۳</sup> Patel et al.

<sup>۴</sup> Blokker et al

<sup>۵</sup> Khaleel

<sup>۶</sup> Karabanova & Bukhalenkova

<sup>۷</sup> Adom et al.

<sup>۸</sup> Green et al

<sup>۹</sup> Jonior



از نظر گیدنز<sup>۳</sup> (۱۳۸۴) در جوامع جدید، هویت و دستاوردهای شخصی اهمیت بسیاری دارد. انسان‌ها باید در جوامع جدید، انتخاب‌های مهمی در زندگی داشته باشند. در این گونه جوامع، انسان باید خودسازنده نقش‌هایش باشد. در جهان مدرن است که هویت بازاندیشانه می‌شود و ما به‌طور مداوم هویت خود را می‌سازیم، آن را اصلاح می‌کنیم و به دنبال پاسخ سؤالاتی از این قبیل می‌رویم: چه فردی هستیم؟ چرا این فردیم؟ و این سؤالات و پاسخ‌هایشان را برای خود مرور و بازبینی می‌کنیم. در گذشته، هویت انسان را جامعه و سنت‌ها شکل می‌دادند؛ اما این هویت در جامعه مدرن، باید همیشه ساخته و پرداخته شود و این موضوع به سهم خود، بستری را برای شک، تردید، احساس بیهودگی و پوچی فراهم می‌آورد؛ اما در کنار این امر برای ما، امکان برگزیدن سبک‌های زندگی مختلف را فراهم می‌کند. در چنین شرایطی، هویت ما تا حد زیادی تحت تأثیر دستاوردها، موفقیت‌ها و شکست‌هایمان شکل می‌گیرد.

از نظر بک<sup>۴</sup> (۱۳۸۸)، نهادها و ساختارهای کلان جامعه که پیش از این نقش پررنگی داشته‌اند، برای کسب آزادی و استقلال فردی به حاشیه رفته و از اهمیت آنها کاسته شده است. تمامی ارزش‌ها، افکار، هنجارها، احساسات و... را تنها خود فرد، دریافت، ادراک و معنابخشی می‌کند (Alasuutari, 2007: 27-28). بک معتقد است من و فرد منشأ همه‌چیز می‌شود. او، فردی شدن را نتیجه دولت رفاه می‌داند؛ دولتی که به تک‌تک افراد حقوق و خدمات می‌دهد و خود باعث افزایش فردیت می‌شود. همچنین به خودسازی اجباری اشاره کرده است که فرد مجبور می‌شود مطابق با اولویت‌ها و دستورالعمل‌های دولت رفاه و نظام‌های مختلف، دست به انتخاب بزند (بک، ۱۳۸۸: ۲۶۹).

از نظر تریاندیس<sup>۵</sup> (۱۳۷۸)، شخصیت افراد در درون یک فرهنگ فردگرا، حالت خودمحور پیدا کرده است. خودی که

دانش‌آموزان با مهارت‌های اجتماعی بالاتر در امر تحصیل موفق‌تر بودند و با مهارت بیشتری، عمل می‌کردند. پژوهش دیتون<sup>۱</sup> (2008)، نشان داده است والدین و خانواده بر تعریف دانش‌آموزان از موفقیت تحصیلی نقش پررنگی دارند.

### حساسیت نظری

نظر به اینکه این پژوهش با رویکرد پارادایمی تفسیرگرایی انجام شده است، براساس مبانی هستی‌شناختی این رویکرد، واقعیت‌های اجتماعی محصول فرایندهایی‌اند که از طریق آنها، کنشگران همراه با یکدیگر به گفت‌وگو و توافق درباره کنش‌ها و موقعیت‌ها نائل می‌شوند (بلیکی، ۱۳۹۲: ۵۴). پژوهش‌های کیفی مرور نظری، ذهن محقق را نسبت به ابعاد مهم پدیده مطالعه‌شده حساس می‌کند و منبع غنی برای تحریک تفکر درباره خصیصه‌ها و طرح سؤالات است (افراسیابی و مداحی، ۱۳۹۵). موفقیت عمدتاً مفهومی فردی و روان‌شناختی تلقی می‌شود، بر همین اساس جامعه‌شناسان آن را کمتر به‌طور مستقیم بررسی کرده‌اند. با وجود این، ردپای این مفهوم در بیشتر نظریه‌های جامعه‌شناسی مدرن پیدا می‌شود؛ زیرا موفقیت و مفاهیم نزدیک به آن مثل پیشرفت، از رایج‌ترین مفاهیم غالب در تاریخ اندیشه مدرن و جامعه‌شناسی است.

شناسایی نیاز به موفقیت، یکی از مهم‌ترین فعالیت‌های اثرگذار مک کله لند<sup>۲</sup> (1961) است. او از اولین پژوهشگرانی بود که درباره نیاز به موفقیت پژوهش کرد (سروستان و عزیزی‌نژاد، ۱۳۹۷). نیاز به موفقیت از شخصی به شخص دیگر و در جوامع مختلف، متفاوت است. در جوامعی که انگیزه موفقیت در آنها قوی‌تر بوده است، پیشرفت و توسعه اقتصادی هم در آنها سریع‌تر رخ داده است. از نظر مک کله لند (1961)، درونی کردن نیاز به موفقیت از راه جامعه‌پذیری آغاز زندگی شخص انجام و با افزایش سن از راه یادگیری، تقویت می‌شود (روشه، ۱۳۷۹: ۱۴۸).

<sup>3</sup> Giddens

<sup>4</sup> Beck

<sup>5</sup> Harry Triandis

<sup>1</sup> Deaton

<sup>2</sup> McClelland



مصرف، تعریف می‌شود (ریترز، ۱۳۸۹: ۴۰۷). از نظر بودریار، جامعه مصرفی اسطوره خوشبختی را می‌سازد و مفهوم نیاز را به صورت اغراق آمیز و غیرواقعی شکل می‌دهد تا از طریق آن بتواند افراد را به مصرف بالاتر، سوق دهد. در اینجا ارزش نمادین مصرف از خود آن مهم‌تر است و افراد، دیگر براساس هویت‌های داخلی قومی، طبقاتی و... مصرف نمی‌کنند، بلکه خرید و مصرف را برای بیان هویتی انجام می‌دهند که دوست دارند.

فرهنگ جوامع جدید را فرهنگی می‌داند که در آن، تمایلات افراد، جای نیازها را می‌گیرد، افراد به دنبال سبک زندگی برای خود می‌روند و همه چیز به صورت ناپایدار و دائماً در حال تغییر است. او به اجتماع فردی‌شده اشاره می‌کند که جهان اجتماعی را در بر می‌گیرد و افراد در آن، بیشتر به خود اهمیت می‌دهند و برای خودشان تلاش می‌کنند. از نظر او در جوامع جدید، فردیت افراد در حال افزایش است، روابط مدام در حال شکل‌گیری و نابودی‌اند، شکل روابط انسانی تغییر پیدا کرده است و افراد یکدیگر را به صورت کالا می‌بینند (باومن، ۱۳۸۴: ۱۰).

### روش پژوهش

با توجه به هدف پژوهش، از روش کیفی و رویکرد تفسیری استفاده کردیم. در رویکرد تفسیری، با اصل قرار دادن زمینه اجتماعی، انسان‌ها با توجه به زمینه‌های اجتماعی متفاوت، معناهای متفاوتی را می‌سازند و نمی‌توان الگوی عمومی و فراگیری را به همه کنش‌های آنان تعمیم داد (Neuman, 2014: 22). در این پژوهش با توجه به اینکه به دنبال دستیابی به فهم و تفسیر دانش‌آموزان شهر یزد از موفقیت و اقدامات و کنش‌های مرتبط با موفقیت بودیم و می‌خواستیم بدانیم در ذهن دانش‌آموزان چه تفاسیری از موفقیت وجود دارد، آنها چه اقداماتی برای رسیدن به موفقیت انجام می‌دهند و اقدامات و فعالیت‌ها چه پیامدی برایشان دارد، تحقیق را با روش کیفی انجام دادیم.

برای اجرای پژوهش، روش داده‌بنیاد<sup>۳</sup> سیستماتیک را به

در جامعه فردگرا شکل می‌گیرد، مستقل است و تمایل دارد آن‌گونه که خودش می‌خواهد، محیط را تغییر دهد و بر نیازها و قابلیت‌هایش، تأکید کند. آنها برای لذت‌ها، موفقیت‌ها و رقابت‌های فردی، ارزش قائل می‌شوند و ارتباطات آنها بیشتر از نوع کوتاه و موقتی است. در این جوامع، افراد سعی می‌کنند احساسات و عواطف کمتری را داشته باشند و غالباً از خود، فداکاری کمی را نشان دهند. افراد در جامعه فردگرا، تمایل زیادی دارند تا از دیگران متمایز باشند و دائماً در حال رقابت با دیگران‌اند. در این جوامع، افراد بسیار به خود و توانایی‌هایشان باور دارند (فرهمنند و همکاران، ۱۳۹۳).

از نظر اینگلهارت<sup>۱</sup> (۱۴۰۰)، با توسعه و پیشرفت اقتصادی، ارزش‌های افراد تغییر می‌کند. سیر این تغییرات به‌گونه‌ای است که افراد از ارزش‌های مادی (ارزش‌هایی مانند امنیت و ثبات اقتصادی) به سمت ارزش‌های فرامادی (ارزش‌هایی مانند آزادی و اندیشه‌های فراتر از پول) حرکت می‌کنند. او این فرایند را جهانی می‌داند و معتقد است که در تمامی کشورها اتفاق می‌افتد. از نظر اینگلهارت، زمانی که افراد در شبکه‌های اجتماعی عضو می‌شوند، این امکان برای ایشان فراهم می‌شود تا خود را ابراز کنند و شبکه‌های اجتماعی برای آنها، گزینه‌های زیادی را روی میز می‌گذارد تا بتوانند از هر راهی که می‌خواهند، خود را ابراز کنند و این امر به سهم خود، باعث افزایش رضایت از زندگی در بین آنها شده است. همچنین از نظر او، رضایت از زندگی با ارزش‌هایی ارتباط زیادی دارد که فرد تمایل دارد در آنها، خود و فردیتش را ابراز کند (ولزل و همکاران، ۱۳۸۲: ۱۳۴).

در دیدگاه بودریار<sup>۲</sup> (1998)، به سبب سلطه نشانه‌ها، سوژه تمایل می‌یابد که خود را به واسطه مصرف اطلاعات و کالا، در منزلت، قدرت و ... متفاوت، نشان دهد. بودریار الگوی مصرف را با تفاوت و تمایز تبیین می‌کند و معتقد است که افراد برای آن مصرف می‌کنند تا با افراد دیگر متفاوت باشند و چنین تفاوت‌هایی به وسیله آنچه مصرف می‌کنند و نیز چگونگی

<sup>1</sup> Inglehart

<sup>2</sup> Baudrillard

<sup>3</sup> Grounded Theory





برای دسترسی راحت‌تر و امکان مصاحبه، این مدارس را انتخاب کردیم که نمونه دولتی، هیئت امنایی، غیرانتفاعی و دولتی‌اند و در نواحی مختلف اقتصادی و اجتماعی قرار دارند. در واقع هدفمان این بود که نمونه‌های متنوعی را داشته باشیم. برای انتخاب مشارکت‌کنندگان، ضمن اطلاع از ویژگی‌های فردی، خانوادگی، تحصیلی، شغلی و... به سراغ کسانی رفتیم که در اқشار، سلايق و گروه‌های مختلف بودند تا به اطلاعات جامع‌تری دست پیدا کنیم. اسامی مشارکت‌کنندگان پژوهش، مستعار است.

کار گرفتیم. در این روش نظریه از دل داده‌ها بیرون کشیده می‌شود و می‌تواند فهم را تقویت کند و راهنمای عمل شود (Corbin & Strauss, 2015). با توجه به اینکه در زمینه تفسیر و فهم موفقیت از دیدگاه دانش‌آموزان، نظریه‌ای وجود ندارد، این پژوهش به دنبال اکتشاف نظریه و پی‌بردن به عوامل علی، کنش‌ها و پیامدهای نوجوانان، در پدیده موفقیت است و این روش ساختار منظمی را برای دسته‌بندی ارائه و استخراج نظریه از داده‌ها را ممکن می‌کند.

**مشارکت‌کنندگان** شامل ۲۰ نفر از دختران دانش‌آموز در ۴ مدرسه در شهر یزدند. با توجه به تجربه یکی از نگارندگان،

جدول ۱- ویژگی‌های مشارکت‌کنندگان

Table 1- Participants Characteristics

ردیف	نام	سن	پایه تحصیلی	رشته تحصیلی	ردیف	نام	سن	پایه تحصیلی	رشته تحصیلی
۱	فاطمه	۱۶	یازدهم	انسانی	۱۱	نسترن	۱۶	دهم	ریاضی
۲	سارا	۱۷	دهم	انسانی	۱۲	سارا	۱۷	دوازدهم	انسانی
۳	سمانه	۱۷	یازدهم	ریاضی	۱۳	مهسا	۱۶	یازدهم	انسانی
۴	آرنیکا	۱۸	دوازدهم	تجربی	۱۴	زهرا	۱۷	یازدهم	تجربی
۵	زهرا	۱۶	دهم	تجربی	۱۵	بهار	۱۶	دهم	انسانی
۶	پریا	۱۸	دوازدهم	ریاضی	۱۶	مونا	۱۸	دوازدهم	تجربی
۷	سارا	۱۷	یازدهم	انسانی	۱۷	نیکیتا	۱۶	دهم	انسانی
۸	مونا	۱۵	دهم	ریاضی	۱۸	فاطمه	۱۵	دهم	تجربی
۹	سحر	۱۶	دهم	انسانی	۱۹	نسترن	۱۶	یازدهم	انسانی
۱۰	زهرا	۱۸	دوازدهم	ریاضی	۲۰	سمیرا	۱۷	یازدهم	انسانی

مشارکت‌کنندگان را با شیوه نمونه‌گیری نظری و هدفمند انتخاب کردیم. هدفمندبودن به معنای آنکه به سراغ دانش‌آموزان دختر مقطع متوسطه دوم شهر یزد در مدارس انتخابی رفتیم و به دنبال فهم آنها از موفقیت بودیم. نظری‌بودن به این معناست که فرایند انتخاب مشارکت‌کنندگان هم‌زمان با تحلیل انجام می‌شد و فرایند مصاحبه تا زمان غنی‌شدن مقوله‌ها، استحکام روابط و رسیدن به اشباع نظری، ادامه می‌یافت.

برای گردآوری داده‌ها از مصاحبه نیمه‌ساختاریافته استفاده کردیم. مصاحبه با سؤالاتی محدود و مشخص هدایت شد؛ اما

مشارکت‌کنندگان را با شیوه نمونه‌گیری نظری و هدفمند انتخاب کردیم. هدفمندبودن به معنای آنکه به سراغ دانش‌آموزان دختر مقطع متوسطه دوم شهر یزد در مدارس انتخابی رفتیم و به دنبال فهم آنها از موفقیت بودیم. نظری‌بودن به این معناست که فرایند انتخاب مشارکت‌کنندگان هم‌زمان با تحلیل انجام می‌شد و فرایند مصاحبه تا زمان غنی‌شدن مقوله‌ها، استحکام روابط و رسیدن به اشباع نظری، ادامه می‌یافت.

برای گردآوری داده‌ها از مصاحبه نیمه‌ساختاریافته استفاده کردیم. مصاحبه با سؤالاتی محدود و مشخص هدایت شد؛ اما

و این کارها را در چند دوره انجام دادیم)، کفایت مرجع (تمام اطلاعات خام مصاحبه‌ها از ابتدای پژوهش، جمع‌آوری و به صورت مکتوب نگهداری شد) و کنترل اعضا (یافته‌ها و مقوله‌های برساخته تحقیق را با نوجوانان مشارکت‌کننده در میان گذاشتیم و نظرهای آنها را در رابطه با تحلیل‌ها، تفسیرها و مقوله‌ها و نتایج جویا شدیم).

**ملاحظات اخلاقی:** مصاحبه پس از اعلام رضایت مصاحبه‌ها اجرا شد. هدف تحقیق برای مصاحبه‌شوندگان توضیح داده شد. اصل محرمانگی و رازداری راجع به اطلاعات مشارکت‌کنندگان مدنظر قرار گرفت و کل مصاحبه‌ها با نام مستعار ثبت شد.

#### یافته‌ها

مصاحبه با نوجوانان دختر، بعد از پیاده‌سازی و تبدیل به متن، با شیوه کدگذاری داده‌بنیاد تحلیل شد. در کدگذاری اولیه (باز)، بیش از ۶۰۰ مفهوم به دست آمد. از طریق تلفیق مفاهیم مشابه، به ۶۲ مقوله فرعی رسیدیم و پس از طبقه‌بندی مقوله‌های فرعی، به ۹ مقوله اصلی دست یافتیم و داده‌های تحقیق را حول این ۹ مقوله اصلی سازمان‌دهی و ارائه کردیم. مقوله‌های اصلی عبارت‌اند از: عطش استقلال، زیست مجازی، محوریت پول، احساس محدودیت جنسیتی، تعامل ابزاری، تمایزطلبی، ذهن مهاجر، خودارتنقابخشی و فشارهای چندگانه. در نهایت برساخت فرازمینه‌ای فردیت نیز به‌عنوان مقوله مرکزی به دست آمد.

تمام به‌صورت فایل متنی پیاده‌سازی و چندین بار بازخوانی شد. تعدادی از مصاحبه‌ها در مدرسه و در زمان زنگ استراحت و یا بخشی از آنها با کسب اجازه از معلمان و هماهنگی با کادر مدرسه، در کلاس انجام شد. برای تکمیل شدن فرایند مصاحبه‌ها، تماس تصویری و تلفنی انجام شد.

فرایند تحلیل داده‌ها به‌صورت هم‌زمان و مستمر با جمع‌آوری داده بود و مصاحبه‌ها با استفاده از روش اشتراوس و کوربین در سه مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی انجام شد؛ به‌صورتی که در مرحله کدگذاری باز، مصاحبه‌های ضبط‌شده به متن تبدیل شد؛ سپس خواندن متن‌ها و ویرایش اولیه متون مصاحبه آغاز و پس از آن با خواندن تک‌تک گزاره‌ها، کدگذاری انجام شد. هم‌زمان با فرایند کدگذاری، سؤالات جدیدی شکل گرفت و مصاحبه‌های تازه‌ای هم‌زمان با فرایند کدگذاری انجام شد. در مرحله کدگذاری محوری، کدهای اولیه را ویرایش و با ترکیب کدهای مرتبط، ساخت مقوله‌های فرعی را آغاز کردیم؛ سپس در مرحله کدگذاری انتخابی با ترکیب مقوله‌های فرعی مرتبط، به ۹ مقوله اصلی رسیدیم و با تحلیل و بررسی، ساخت مدل پارادایمی آغاز شد و سپس مقوله مرکزی شکل گرفت. در نهایت، تحلیل و نظریه‌پردازی کردیم.

برای دستیابی به اعتمادپذیری یافته‌ها، از راهبردهای مختلفی استفاده شد؛ مانند تماس طولانی با مشارکت‌کنندگان (فرایند ارتباط با نوجوانان و اجرای مصاحبه‌ها ۶ ماه طول کشید که در این مدت به‌صورت هفتگی با نوجوانان در ارتباط بودیم)، تبادل نظر با هم‌تایان (درباره سؤالات، داده‌ها و یافته‌های خود با دو نفر از همکاران بحث و تبادل نظر کردیم

## جدول ۲- مفاهیم و مقوله‌های اصلی

Tabel 2- Concepts and main categories

مقوله مرکزی	مقوله‌های اصلی	مفاهیم و مقوله‌های اولیه
	عطش استقلال (شرایط علی)	نیاز به آزادی، حریم شخصی، استقلال مالی، تفریحات مستقل، دوری از خانواده
	زیست مجازی (شرایط علی)	شهرت مجازی، درآمد مجازی، دریافت اطلاعات از پیج مجازی، اشتراک‌گذاری بدون محدودیت، نمایش دلخواه خود، الگوی سلبریتی و مجازی، فشار مجازی
	محوریت پول (شرایط زمینه‌ای)	عطش خرید، خرید انرژی‌زا، شوق خرید، ارتباط با پولدارها، خرید هدفمند، حسرت خرید
	احساس محدودیت جنسیتی (شرایط مداخله‌گر)	نابرابری جنسیتی، محدودیت فعالیت، محدودیت تعاملات، محدودیت ابراز خود، تقلا غلبه بر نابرابری، آینده متزلزل
	تعامل ایزاری (راهبردهای کنش)	ارتباط سودمحور با جنس مخالف، ازدواج منفعت‌دار، ارتباط دوستانه پرمفعت، خانواده موفق، تعاملات موفقیت‌زا
	تمایزطلبی (راهبردهای کنش)	شخصی‌سازی، عبور از چارچوب‌ها، ستایش خود واقعی، تمایز از خانواده، الگوگریزی، سلیقه توده‌وار
	خودارتناب‌بخشی (راهبردهای کنش)	باورهای معنوی، کمال‌گرایی، انضباط فردی، خودآگاهی، کنترل عواطف، ارتباط اجتماعی قوی، ارتقای مهارت، تحصیل با چشم‌انداز کار، موفقیت تحصیلی
	فشارهای چندگانه (پیامدهای کنش)	فشار خانوادگی، فشار اطرافیان، فشار درسی، فشار اقتصادی، فشار تغییرات
	ذهن مهاجر (پیامدهای کنش)	رؤیای مهاجرت، جست‌وجوی اطلاعات مهاجرتی، بی‌علاقگی به وطن، مهاجرت تحصیلی، ذهنیت مهاجر، ازدواج با هدف مهاجرت

برساخت فرازمینه‌ای فردیت

## شرایط علی

تحلیل داده و نتایج مقوله‌سازی پژوهش، نشان داد مهم‌ترین علل تلقی دختران از موفقیت، عطش استقلال و زیست مجازی است. البته علل متعدد دیگری هم می‌تواند نقش داشته باشد؛ اما در صحبت‌های نوجوانان این عوامل پررنگ‌تر بوده و در ادامه، تشریح شده است.

## عطش استقلال

دوره نوجوانی با مفهوم استقلال و هویت‌یابی گره خورده است. در میان مشارکت‌کنندگان ما، نیاز به استقلال به شکل تشدید یافته‌ای ابراز می‌شد. سن بلوغ و نوجوانی از یک‌سو و قرارگرفتن در معرض ارزش‌های فردگرایانه جامعه رسانه‌ای معاصر از سوی دیگر، نیاز به استقلال را در نوجوانان دوچندان کرده است. مشارکت‌کنندگان مسیر موفقیت را در

مستقل شدن می‌بینند، به گونه‌ای که می‌خواهند یکه و تنها عمل کنند، حریم خصوصی داشته باشند و تا جایی که می‌شود، به اطرافیان و به خصوص خانواده خود تکیه نکنند. آنها دوست دارند خودشان برای آینده‌شان تصمیم بگیرند و روش زندگی‌شان را انتخاب کنند و در این راه به نقش مهم و پررنگ داشتن شغل برای رسیدن به استقلال مالی، توجه دارند. داشتن ارتباط با همسالان و تفریحات مستقل و کم‌رنگ شدن ارتباط با خانواده، از دیگر ابعاد استقلال در بین نوجوانان دختر است. مشارکت‌کنندگان معتقدند باید بتوانند با اختیار خودشان زندگی و خودشان را آزادانه ابراز کنند. نوجوانان از چارچوب‌های اجتماعی و خانوادگی دوری می‌جویند. عمدتاً گذار از چارچوب محدودکننده و رسیدن به آزادی، برای آنها موفقیت محسوب می‌شود. آرنیکا دانش‌آموز پایه دوازدهم تجربی در این باره گفت:

نوجوانان به داشتن الگوهایی اشاره می‌کنند که آنها را از فضای مجازی دنبال می‌کنند و همچنین این فضا، گاهی برای آنها فشارهایی را ایجاد می‌کند. مشارکت‌کنندگان به شهرت در شبکه‌های اجتماعی مجازی فکر می‌کنند و موفقیت را در رسیدن به شهرت در این شبکه‌ها می‌دانند. آنها داشتن تعداد بالای فالوور<sup>۲</sup> یا دنبال‌کننده را در شبکه‌های مجازی مانند اینستاگرام، یوتیوب<sup>۳</sup> و... موفقیت می‌دانند. با توجه به تمایل نوجوان به استقلال و نقش مهم درآمد برای رسیدن به این امر، یکی از مقوله‌های مهم در مقوله زیست مجازی، بحث درآمد مجازی است. مشارکت‌کنندگان بیان می‌کنند از راه تبلیغاتی که در اینستاگرام انجام می‌دهند، به درآمد رسیده‌اند؛ چون پیج‌هایی که دارند، تعداد فالوور زیادی را به آنها پیشنهاد تبلیغ داده است که در ازای آن به نوجوانان پول پرداخت می‌شود. یکی از مشارکت‌کنندگان در این باره گفت:

«من پیجی دارم که توش عکس‌های خودم رو می‌ذارم و خوب به تعدادی حدود سه هزار نفر فالوور دارم. بعضی وقتا پیج‌های لوازم آرایشی میان توی دایرکت‌م و ازم می‌خوان تا براشون تبلیغ کنم؛ مثلاً تو استوری معرفیشون کنم و به مبلغی رو بهم پرداخت می‌کنند. خیلی زیاد نیست، ولی باز هم خوبه» (سمیرا، دانش‌آموز ۱۷ساله).

آنها اشتراک‌گذاری مهارت‌های خود را دارای فوایدی می‌دانند. نوجوانان به دوست‌یابی مجازی اشاره می‌کنند. وجود آزادی عمل در بستر فضای مجازی و محدودیت‌های حاضر در فضای واقعی، باعث شده است تا نوجوان تمایل به نمایش خود در فضای مجازی داشته باشند. آنها اشاره می‌کنند موفقیت زمانی اتفاق می‌افتد که آنها تصویر آرمانی خود و هر آنچه را می‌خواهند باشند، در فضای مجازی به اشتراک بگذارند، نه آنچه واقعاً هستند. زمان زیادی از وقت نوجوانان در فضای مجازی سپری می‌شود. مشارکت‌کنندگان به سلبریتی‌های<sup>۴</sup> داخلی و خارجی اشاره می‌کنند که در

«من زمانی که به موفقیت فکر می‌کنم، اولین چیزی که به ذهنم می‌رسد این است که به جایی برسم که بتونم تمام نیازهامو خودم رفع کنم و هیچ کمکی از خانواده یا فامیل نگیرم. دلم می‌خواد به خیلی چیزا برسم تا آدم موفقی باشم و لازمش اینه که به حدی توانمند بشم که به کسی جز خودم وابسته نباشم. کارهای خودم رو در آینده مستقل انجام بدم».

نوجوانان به مشاغل مختلف مشغول‌اند تا به مستقل شدن دست یابند. مشارکت‌کنندگان تمایل دارند بتوانند به‌طور مستقل به تفریحاتی برسند که مورد علاقه‌شان است. آنها بیشتر به سمت همسالان خود گرایش دارند و دوستان خود را عاقل‌تر از والدینشان و نیز موفقیت را در فاصله‌گیری از خانواده می‌دانند. زهرا دانش‌آموز پایه دوازدهم در این باره گفت:

«من تو بحث راجب موفقیت به این فکر می‌کنم که به روزی بشه با دو سه تا از دوستانم که اون هم مثل من فکر می‌کنن و عقاید بازی دارن خونه بگیریم و راحت جدای از خانواده‌هامون زندگی کنیم. زندگی با چند تا دختر که مثل خودت فکر می‌کنند، واقعاً جذابه. مسئولیت‌ها تقسیم میشه و دیگه خبری از خانواده و این داستانا هم نیست».

با توجه به فاصله گرفتن روزافزون نوجوانان از خانواده و رسیدن به استقلال در ابعاد مختلف فکری، اعتقادی، جسمی، مالی، پوششی و... آنها خواهان رسیدن به ابعاد وسیع‌تری از آزادی‌اند تا بتوانند سبک زندگی و نوع تفریحات و روابط خود را نیز انتخاب کنند.

### زیست مجازی

بخش زیادی از تمایلات، ارزش‌ها و زمان نوجوانان با فضای مجازی و اینترنت گره خورده است. آنها عمدتاً در جهان مجازی، زیست خود را می‌سازند. این فضا به آنها در موارد گوناگونی جهت می‌دهد و راهنمای عملشان است. مشارکت‌کنندگان به شهرت و درآمد مجازی اشاره می‌کنند و اطلاعات زیادی را از پیج‌های<sup>۱</sup> مختلف به دست می‌آورند.

<sup>2</sup> Follower

<sup>3</sup> Youtube

4. celebrity

عرصه‌های مختلفی مانند خوانندگی، بازیگری، نقاشی، مدلینگ<sup>۱</sup>، نویسندگی، ورزش، سیاست، شاعری و... شناخته شده‌اند. آنها کسانی را الگو قرار داده‌اند که از طریق شبکه‌های اجتماعی معروف و به آن‌ها فعال مجازی یا شاخ مجازی نیز گفته می‌شود. آنها به عنوان معلمان سبک زندگی عمل و سبک و نگرش خاصی را ترویج می‌کنند. تعدادی از مشارکت‌کنندگان بیان می‌کنند که به نظرهای دیگران راجع به خودشان، عکس‌ها و پست‌هایشان در فضای مجازی اهمیت می‌دهند و نظرهای منفی بر آنان، تأثیرات آزاردهنده می‌گذارد. سمانه در این باره گفت:

«هر زمان که عکس از خودم به اشتراک می‌ذارم، کلی کامنت<sup>۲</sup> برام می‌اد؛ اما لابه‌لاش تعدادی میان و چرت و پرت می‌نویسن. این روی روحیه‌ام تأثیر بد می‌ذاره و این نظرات منفی و ناحقی که برام می‌اد، مانع رسیدن به موفقیت میشه. من خیلی قوی هستم؛ اما بالاخره هر آدم قوی‌ای هم باشه تا به جایی ظرفیت داره».

نوجوانان به فشارهای مجازی اشاره کرده‌اند که از طرق مختلف مانند قوانین اینستاگرام، بلاک شدن<sup>۳</sup>، کامنت منفی، ریزش فالوور، کم شدن لایک‌ها<sup>۴</sup> و کامنت‌ها به دلیل بسته شدن پیج و... به آنها وارد می‌شود. با توجه به اهمیت پیج اینستاگرام برای آنها، هر ضربه و تغییر منفی، برایشان آزاردهنده تلقی می‌شود و برای رسیدن به موفقیتشان، مانع ایجاد می‌کند.

### شرایط زمینه‌ای

شرایطی که زمینه و بستر را برای تفسیر نوجوانان از موفقیت و راهبردهای آنها می‌سازد، محوریت پول است که در ادامه تشریح شده است.

### محوریت پول

مشارکت‌کنندگان، نقش برجسته‌ای برای پول در زندگی و

موفقیت خود قائل‌اند. برای آنها پول نقش مهمی در خرید کردن، رفع نیاز و ایجاد رفاه در زندگی دارد. برای نوجوانان، اهمیت پول در زندگی روزمره و دنیای حقیقی کاملاً عیان است و معتقدند در زمان و مکانی زندگی می‌کنند که با داشتن پول می‌توانند به موفقیت دست یابند و زندگی ایده‌آل و مستقل خود را داشته باشند. نوجوانان در فضای مجازی نیز مشاهده‌گر سبک‌های زندگی لاکچری و لوکس‌اند و اهمیت پول برای آنها دوچندان می‌شود. نوجوانان دختر تمایل زیادی به خرید دارند؛ خریدی که پایان‌ناپذیر است. نوجوانان اوقات فراغت و ارتقای فرهنگی را نیز به خرید وابسته می‌دانند؛ زیرا کالاها و رویدادهای فرهنگی، اموری خریدنی و وابسته به پول‌اند. سحر دانش‌آموز شاغل پایه دهم گفت:

«همه پول رو دوست دارن و از اهمیتش باخبرن. من همیشه درباره اهمیت پول می‌شنوم که در حال حاضر چقدر مهمه. من خودم شاغلم و با درآمد خرید می‌کنم. این روزها همیشه هر چیزی رو با پول خرید».

از دیدگاه مشارکت‌کنندگان، خرید کردن و خرج کردن پول، انرژی‌بخش و شادی‌آور است. پول معجزه و هر در بسته را باز می‌کند. تمامی آرزوها با پول محقق می‌شوند. آنها بیان می‌کنند که خرید کردن در بهبود بسیاری از ناراحتی‌ها و مشکلات زندگی‌شان به آنها کمک می‌کند. خرید راه‌حلی همیشگی و در دسترس است که اثری فوری دارد. نوجوانان تمایل دارند تا به نحوی به افراد ثروتمند وصل شوند و از نزدیک، سبک زندگی لاکچری<sup>۵</sup> آنها را لمس کنند. موفقیت برای نوجوانان زمانی معنا می‌یابد که بتوانند با پولدارها حشر و نشر داشته باشند. نوجوانان کسی را الگوی خود می‌دانند که وضع مالی خوبی دارد و می‌تواند نیازهای خود را بدون دغدغه، رفع کند. بهار دانش‌آموز پایه دهم در این باره گفت:

«من الگوم کسیه مثل سلنا گومز<sup>۶</sup> که خیلی موفق و خیلی پولداره؛ البته کارآفرینه و برند لوازم آرایشی خودشو راه انداخته و حسابی پول درمیاره و انواع و اقسام امکانات و ماشین‌های مختلف رو داره و سوار میشه. من وقتی

<sup>1</sup> Modeling

<sup>2</sup> Comment

<sup>3</sup> Block

<sup>4</sup> Like

<sup>5</sup> Luxury

<sup>6</sup> Celen Gomez



موقعی که بتونم تا حدی به سلنا نزدیک شم و اونو الگو قرار دادم».

نوجوانان تمایل دارند کالاها و محصولات گران‌قیمت و لوکس داشته باشند و در خانه‌هایی زندگی کنند که امکانات زیادی دارد. آنها خود را با دیگران مقایسه می‌کنند. نوجوان که به خرید کالاها، لوکس، خانه و ماشین لاکچری تمایل دارد و زندگی افراد پولدار را مشاهده می‌کند، درنهایت به احساس ناتوانی می‌رسد؛ زیرا نمی‌تواند بدون دغدغه این کالاها را بخرد و سبک زندگی مبتنی بر خرید نامحدود را داشته باشد. این حس حقارت که صرفاً جنبه مادی دارد، برایش ناراحتی و حسرت به بار می‌آورد.

### شرایط مداخله‌گر

یکی از عوامل مهمی که در تفسیر نوجوانان از موفقیت، مداخله دارد، احساس محدودیت جنسیتی است که دختران آن را تجربه می‌کنند. این احساس نابرابری و محدودیت در علل و راهبردهای کنش از دیدگاه نوجوانان، نقش مهمی دارد. این مقوله در ادامه تشریح شده است.

### احساس محدودیت جنسیتی

دختران نوجوان مشارکت‌کننده، در حین صحبت دائماً خود را با پسران مقایسه و نسبت به آنها احساس محدودیت می‌کردند. نوجوانان به محدودیت خودشان به‌عنوان یک دختر در ابعاد مختلف، مانند محدودیت فعالیت، تعاملات و ابراز خود اشاره و تعدادی از آنها برای غلبه بر این نابرابری جنسیتی، تلاش می‌کنند. آنها آینده دخترانه متزلزلی را برای خود ترسیم کرده‌اند. از دیدگاه مشارکت‌کنندگان، مسیر رسیدن به موفقیت برای پسران هموارتر است. تعدادی از مشارکت‌کنندگان به پذیرش باور ضعیف بودن جنس دختر اشاره کرده‌اند، به این صورت که دختر ضعیف است و پسرها از ابتدای تاریخ قوی بوده‌اند. از نظر نوجوانان دختر، میزان نابرابری و محدودیت در کشور ایران بیشتر از کشورهای دیگر است. زهرا در این باره گفت:

«محیطی که توشیم، حالا ایران و به‌خصوص یزد، میزان چارچوب‌ها بیشتره و حتی به کمی آزادی هم دیگه وجود نداره. انگار توی یه تقسیم که هیچ کاری نمی‌تونیم بکنیم».

مشارکت‌کنندگان به نابرابری و محدودیت‌ها در ایران و شهرشان اشاره می‌کنند که زن حقوق کمتری نسبت به مرد دارد و قوانین هم مردانه نوشته شده است. نوجوانان، موفقیت را زمانی می‌دانند که بتوانند آزادانه و با استقلال کامل و بدون محدودیت، در تمامی ابعاد ابراز وجود کنند. نوجوانان تمایل دارند برای رسیدن به تساوی و برابری تلاش کنند. بهار در این باره گفت:

«من به‌عنوان یک دختر و ما به‌عنوان دختران این سرزمین، موظفیم که انقدر تلاش کنیم و سختی بکشیم که قوانین زن‌ستیز را نقض کنیم و قوانین برابرطلب رو جانشین کنیم. موفقیت در رسیدن به برابریه».

نوجوانان برای غلبه بر نابرابری، ابتدا تلاش را در تغییر باورها در خانواده خود آغاز می‌کنند و سپس به افراد دیگر می‌رسند. آنها به اثبات یکسانی دختر و پسر علاقه دارند، قوانین مردانه را نقد می‌کنند، به نقش مهم آگاهی‌بخشی اشاره می‌کنند و موفقیت را در تلاش برای رسیدن به برابری و یکسانی می‌دانند. آنها از سمت خانواده و اطرافیان سرزنش می‌شوند، به این صورت که از همه زده می‌شوند و تمایلی به ارتباط با افراد خانواده و اقوام ندارند. این امر موجب شکل‌گیری احساسی منفی و باعث تنفر مشارکت‌کنندگان از دختربودنشان می‌شود.

### راهبردهای کنش

راهبردهایی که نوجوانان دختر برای شکل‌گیری موفقیت دنبال می‌کنند، شامل تعامل ابزاری، تمایزطلبی و خودارتقا بخشی است که در ادامه تشریح شده است.

### تعامل ابزاری

از دیدگاه مشارکت‌کنندگان، ارتباط با دیگران، نقش بسیار مهمی در مسیر رسیدن به موفقیت دارد و چه‌بسا خود این ارتباط، موفقیت تلقی می‌شود. آنها در روابط با اشخاص

مییابی و کار برات سخت نیست (پریا، دانش‌آموز ۱۸ساله).  
از نظر تعدادی از مشارکت‌کنندگان، موفقیت پدیده‌ی ارثی است که از طریق پدر و مادر به فرزند منتقل می‌شود و موفقیت زمانی است که افراد، پدر و مادر موفق دارند و این موفقیت را به آنها منتقل می‌کنند و آنها نیز می‌توانند این موفقیت را به فرزندان‌شان منتقل کنند. نوجوانان در گزینش اطرافیان خود، مسئله‌ی موفق بودن را در نظر می‌گیرند و سعی می‌کنند با افراد موفق تعامل کنند. آنها می‌پندارند که اگر با افراد ناموفق وقت بگذرانند، وقتشان تلف می‌شود.

### تمایز طلبی

نوجوانان در راه موفقیت، امور مختلف را شخصی‌سازی می‌کنند و تمایل دارند از چارچوب‌هایی عبور کنند که جامعه برایشان ترسیم کرده است. آنها در مواردی از خانواده تمایز می‌یابند و خود واقعی‌شان را ستایش می‌کنند. مشارکت‌کنندگان به تمایل جامعه به یکسان‌سازی اعضای خود، اشاره کرده‌اند که به شکل‌گیری سلیقه‌ای توده‌وار منجر می‌شود. آنها پس از نقد سلیقه‌ی توده‌وار، به تمایز طلبی گروهی اشاره کرده‌اند که در آن نوجوانان در بین دوستان و همسالان خود سعی می‌کنند شبیه به هم باشند؛ مثلاً از یک خط فکری، نگرشی، پوششی، مدل مو، آرایش و... در بین گروه خود پیروی می‌کنند. مشارکت‌کنندگان ارزش زیادی برای استقلال فکری و عملی خود قائل‌اند و موفقیت زمانی برایشان رقم می‌خورد که بتوانند به اهداف تعیین‌شده‌ی خود دست پیدا کنند. نیکیتا دانش‌آموز پایه‌ی دهم انسانی گفت:

«من بچه‌ی آخر خانواده‌ام و اختلاف سنیم با پدر و مادرم خیلی زیاده. اصلاً حرف همو نمی‌فهمیم. انگار اونا مال یه دنیای دیگه هستند و منم یه دنیای دیگه. منم راهمو ازشون جدا کردم و اگه بتونم این کارو حفظ کنم موفقم».

با توجه به تمایز طلبی نوجوانان و تمایل به فردیت و شخصی‌سازی امور مختلف، آنها تمایل به داشتن الگو ندارند و کسی را نمی‌خواهند که برنامه‌اش را مدنظر قرار دهند و به آن عمل کنند یا بخواهند مشابه آن شخص شوند. آرنیکا

مختلف، به دنبال سود و منفعت‌اند. نوجوانان، خانواده‌ی موفق را از عوامل مهم در رسیدن به موفقیت می‌پندارند و در انتخاب دوست نیز، به سودداشتن در رابطه فکر می‌کنند. آنها به ازدواج به‌عنوان رابطه‌ای می‌اندیشند که برایشان منفعت دارد و باعث می‌شود آنها حتی یک قدم به آرزوهایشان نزدیک‌تر شوند. در انتخاب فرد مناسب برای ازدواج هم، به موقعیت مالی و اجتماعی او توجه می‌کنند که پاسخ‌گوی نیازهای مادی و مصرفی آنها باشد. الگوی مدنظر آنها الگویی است که زن در آن، مصرف‌کننده‌ی صرف است و خانه‌داربودنش ستایش می‌شود. آنها معتقدند که می‌توانند از راه دیگران پیشرفت کنند و تنها راه موفقیت را ارتباط با فرد موفق‌تر از خود می‌دانند. نیکیتا دانش‌آموز پایه‌ی دهم در این باره گفت:

«من دوست پسر ندارم؛ اما تا دلتون بخواد دوست اجتماعی پسر دارم که با هم بیرون میریم، مهمونی میریم؛ حتی یه وقت بخوام برم کلاس و این‌ور اون‌ور، منو می‌رسونه. والا تعداد دوستای اجتماعی پسر من از دخترای بیشتره، چون پسر کار راه بنداز هستند و به درد می‌خورن. فکر می‌کنم داشتن این روابط اجتماعی منفعت‌دار، خودش موفقیته».

نوجوانان در رؤیاهای و افکارشان، مدام به شاهزاده‌ای با اسب سفید فکر می‌کنند و موفقیت را در رسیدن به این شاهزاده می‌بینند. نوجوانان به الگوی خانه‌داری اشاره می‌کنند و این یعنی آنها تمایل دارند که ازدواج کنند و به شوهر به‌عنوان فردی نگاه می‌کنند که تأمین‌کننده‌ی نیازهایشان است و آنها می‌توانند مصرف‌کننده باشند. بیشتر مشارکت‌کنندگان تمایل به دوستی با فردی را دارند که وضعیت اقتصادی خوبی دارد. از نظرشان موفقیت زمانی است که آنها دسترسی داشته باشند و بتوانند مخارج مختلفشان را پرداخت کنند. مشارکت‌کنندگان به داشتن روابط دوستانه‌ای اشاره می‌کنند که برایشان منفعت و فایده‌ای دارد. در واقع در انتخاب دوست، معیار منفعت‌داشتن را در نظر می‌گیرند.

«وقتی پدر و مادرت پزشکن، تو هم به‌طور اتومات به آدم موفق محسوب میشی و لازم نیست کار خاصی برایش بکنی. همین‌که تو پدر مادر پزشکن، از ابتدا موفق به دنیا

عواطف در رسیدن به موفقیت اشاره و از تجربه‌های خود و شکست‌هایی صحبت می‌کنند که از داشتن عواطف و احساسات زیاد در تعامل با دیگران داشته‌اند، همچنین می‌گویند در مسیر رسیدن به موفقیت، باید عملکرد منطقی داشته باشند. آنها تا حد امکان، احساسات خود را حذف می‌کنند و کاملاً عقلانی و بدون احساس و بر مبنای سود و منفعت با دیگران ارتباط برقرار کنند. آنها داشتن دوستان زیاد را یکی از مؤلفه‌های ارتباط اجتماعی می‌دانند و دوستان حقیقی و مجازی زیادی دارند که از آنها برای امور مختلف مشورت می‌گیرند و نظر آنها را در تصمیم‌گیری‌هایشان مهم به شمار می‌آورند. نوجوانان مهارت‌های رشد فردی خود را در طول زندگی‌شان تقویت می‌کنند تا خود را بهتر کنند و به اهدافشان برسند. در یک گفت‌وگوی گروهی که با مهسا و سارا انجام شد، آنها گفتند:

«ما در برنامه‌های زیادی شرکت کردیم که الان کادر مدرسه رو ما حساب باز می‌کنن، چون کلاس‌های بیرون از مدرسه رفتیم و چند پیران بیشتر از دوستان پاره کردیم. ما با رفتن به کلاس‌های تندخوانی و شرکت در سمینارها، تونستیم فن بیان بالایی داشته باشیم و اینا بهمون در رسیدن به موفقیت کمک می‌کنه».

آنها تحصیلات را با چشم‌انداز کار، درخور توجه قرار می‌دهند، به صورتی که تمایل دارند تحصیلاتشان با شغلی هماهنگی و تناسب داشته باشد که در آینده نصیبشان می‌شود و به نقش مهم کسب مهارت در داشتن شغل خوب، اشاره می‌کنند.

#### پیامدها

راهبردهای نوجوانان دختر برای رسیدن به موفقیت، برایشان پیامدهایی چون فشارهای چندگانه و ذهن مهاجر را به وجود می‌آورد که در ادامه تشریح شده است.

#### فشارهای چندگانه

اساساً دوره نوجوانی با تغییرات بسیار در جنبه‌های مختلف همراه است که این به سهم خود نوجوانان را در معرض فشارهای مختلف قرار می‌دهد. اقدامات نوجوانان برای

دانش‌آموز پایه دوازدهم تجربی در این باره گفت:

«من اصلاً دوست ندارم الگو داشته باشم؛ چون باعث میشه هر فکری اون داره داشته باشم، هر حرفی می‌زنه بزنم یا هر کاری نکرده نکم. در حالی که من یه دختر آزادم که هر طوری خودم بخوام زندگی می‌کنم و هدف می‌ذارم و نمی‌خوام فرد دیگه‌ای توی این موضوع نقش داشته باشه».

مشارکت‌کنندگان معتقدند سلیقه موجود در جامعه، توده‌ای است. جامعه و بازار مصرف، در شبیه‌سازی علایق تمام اعضای خود می‌کوشند. در این حالت سلیق اعضای جامعه شبیه به یکدیگر است و فردیتی وجود ندارد. از نظر آنها فرد زمانی می‌تواند موفق باشد که خلاف این شبیه‌سازی فکری عمل کند و اجازه ندهد جامعه، تفاوت‌هایش را نادیده بگیرد.

#### خودار تقابختی

خودار تقابختی به تصمیم در راستای شناخت رفتاری، افزایش آگاهی و بهبود و رشد شخصیتی فرد تلقی می‌شود. مشارکت‌کنندگان معتقدند داشتن باورهای معنوی می‌تواند در رسیدن آنها به موفقیت نقش مهمی ایفا کند و به آنها آرامش روحی و انگیزه برای مقابله با فشارها و موانعی را بدهد که در این راه برایشان وجود دارد. نوجوانان تمایل دارند تا در جنبه‌های مختلف رشد و پیشرفت داشته باشند و شخصیتی را بسازند که علاوه بر چندبعدی بودن، تمامی ابعادش در حال ارتقا و رشد پیدا کردن باشد.

«من ورزشکار خوبی‌ام؛ اما در درس خیلی تلاش می‌کنم تا برترین و کامل‌ترین دانش‌آموز باشم، چون من آدم کمال‌گرایی هستم و کارهای خودم رو بدون ایراد انجام میدم و همه از من تعریف می‌کنن؛ علی‌الخصوص خانوادم، دوستان و آشنایان. این رو مدیون روحیه کمال‌طلب و همه چیز تمام هستم که بهم فرصت و نیرو میده برای تلاش به سمت موفقیت (فاطمه، دانش‌آموز پایه دهم).

آنها به ویژگی‌هایی مثل نظم، مسئولیت‌پذیری، نوگرایی، غلبه بر حسادت، انتقادپذیری، سخت‌کوشی، به‌روزبودن و... اشاره می‌کنند و می‌گویند که در این صورت به موفقیت می‌رسند. مشارکت‌کنندگان به اهمیت کنترل احساسات و



تغییرات بی‌وقفه جامعه و ثبات‌نداشتن در معیار مشخص برای موفقیت، باعث نگرانی و استرس آنها می‌شود. این امر به سهم خود در انگیزه آنها تأثیر منفی می‌گذارد و آنها را دچار بی‌انگیزگی و رسیدن به روزمرگی می‌کند. در تعدادی از مشارکت‌کنندگان، میزان استرس به حدی بالاست که موجب تأثیر بر جسم آنها و اختلال روان‌تنی می‌شود.

### ذهن مهاجر

ذهن مهاجر دو بعد اصلی دارد. یکی اینکه زندگی در عصر اینترنت و غرق‌شدن در این فضای جهانی، ذهن نوجوانان را از جا کنده و بسترزدایی کرده است؛ یعنی آنها مرتب به جهان و امکانات و آزادی‌های زیست در جهان توسعه‌یافته می‌اندیشند. از سوی دیگر به تحقق این درک نیز می‌اندیشند و در راستای اقدام به مهاجرت، شروع به برنامه‌ریزی و عمل می‌کنند. ذهن نوجوانان دچار ازجاکنندگی شده است. مشارکت‌کنندگان رؤیای مهاجرت را در سر دارند و زندگی در کشورهای دیگر را چون مدینه فاضله در نظر می‌گیرند. نوجوانان به‌طور مداوم به مهاجرت فکر می‌کنند و حتی خواب مهاجرت می‌بینند. آنها رؤیای مهاجرت دارند و زندگی در خارج را به‌گونه‌ای آرمانی تصویر می‌کنند. آنها ایران و به‌خصوص یزد را منطقه‌ای بدون جذابیت و فاقد امکانات می‌دانند. نوجوانان معتقدند کشور ایران قوانین سخت و موارد ممنوعه بی‌شماری دارد که از آن با نام امپراتوری ممنوعیت‌ها یاد می‌کنند.

«والا من آگه برم خارج، همین‌که از دست خانوادم و فامیلام راحت میشم، برام یه حسن بزرگه. الان تو وطنم احساس غربیتی می‌کنم، چون به عقاید احترام گذاشته نمیشه؛ اما اگر برم خارج، وضعیتم بهتر میشه. من هیچ علاقه‌ای به ایران ندارم با این قوانین مزخرفش و می‌خوام برم (سمانه، دانش‌آموز پایه یازدهم).

نوجوانان به این اشاره می‌کنند که در کشورهای خارج از کشور، فرهنگ‌های مختلف پذیرفته می‌شوند و در رابطه با تنوع و تفاوت‌های فرهنگی، زور و اجباری وجود ندارد و هرکس

رسیدن به موفقیت مدنظرشان، بر میزان فشارها می‌افزاید و باعث تشدید آن می‌شود. مشارکت‌کنندگان به‌طور کلی به سه نوع فشار عمده اشاره کردند. آنها در ابتدا به فشار خانواده و کارشکنی‌های اطرافیان اشاره و آن را مانعی جدی تلقی می‌کنند. فشار درسی و مدرسه هم بر آنها اثر منفی می‌گذارد؛ سپس به فشار اقتصادی و استرس تغییرات لحظه‌ای جامعه اشاره و بعد روزمرگی و اختلال روان‌تنی را بررسی می‌کنند. نوجوانان بیان می‌کنند که خانواده، موفقیت را به موفق‌شدن در امر تحصیل خلاصه می‌کند و کسی را موفق می‌داند که نمراتش عالی باشد. آنها حتی در مواردی مجبور به تغییر خود و خودسانسوری، به‌علت قضاوت دوستان، می‌شوند. تمامی مشارکت‌کنندگان در مقطع متوسطه دوم در حال تحصیل بودند که با توجه به اهمیت این مقطع در کنکور، از جهت درسی به آنها فشار وارد می‌شود. یکی از مشارکت‌کنندگان در این باره گفت:

«مدرسه میاد تو شخصی‌ترین مسائل ما دخالت می‌کنه؛ مثلاً به بلندبودن ناخن و برداشتن ابرو گیر می‌ده؛ در حالی که اصلاً بهش ربطی نداره، وظیفه‌اش اینه که به اموری بپردازه که مربوط به درسه. اون حق نداره راجع به ظاهر یا پوشش من نظر بده یا دخالت کنه. این خودش باعث میشه که کلی فشار رو آدم باشه (فاطمه، دانش‌آموز پایه دهم تجربی).

با توجه به تمایل نوجوانان به خرید و محوریت پول،

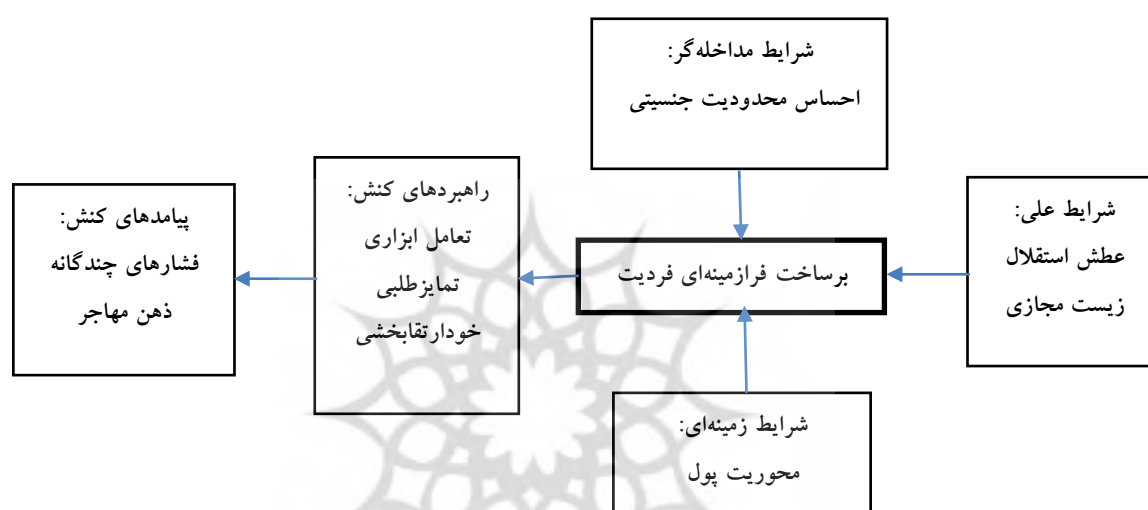
زمانی که نوجوان درمی‌یابد روزبه‌روز میزان توانایی‌اش برای خرید کاهش می‌یابد، انگیزه‌اش را در امور مختلف از دست می‌دهد و حتی ممکن است به‌طور کل ناامید شود و به موفقیت فکر نکند. نوجوانان به بیکاری در آینده، به‌عنوان عامل فشار مهمی اشاره کرده‌اند که ذهنشان را مشغول می‌کند.

«من وقتی می‌بینم که همه خواهام با داشتن مدرک تحصیلی خوب، هر سه تاشون بیکارن، میگم چرا باید برم سمت درس و کلاً بهش فکر نمی‌کنم. وقتی تهش قراره بیکاری باشه، اونم تو این وضع اقتصادی خراب و داغون، این بیکاری و فشار اقتصادی دیگه واقعاً کمرشکنه (زهرا، دانش‌آموز پایه دوازدهم ریاضی).

مهاجرت تحصیلی و مهاجرت از راه ازدواج، از راهکارهای مهاجرت برای نوجوانان و جوانان به شمار می‌آید. نوجوانان موفقیت را در رفتن از کشور خود و ساکن شدن در کشور خارجی می‌دانند. آنها رؤیای مهاجرت دارند، به امکانات مختلف و قوانین منعطف خارج از کشور اشاره می‌کنند و مهاجرت را مثل غول چراغ جادویی در نظر می‌گیرند که می‌تواند مشکلاتشان را حل کند.

می‌تواند هرگونه که می‌خواهد، تمایلات، گرایش‌ها و فرهنگ خود را داشته باشد. آنها به آزادی‌های مختلف در کشورهای دیگر اشاره می‌کنند؛ چیزی که در ایران قابلیت اجرای آن را ندارند. یکی از مصاحبه‌شوندگان در این باره گفت:

«اینجا می‌گن که من نمی‌تونم با جنس مخالف رابطه داشته باشم؛ اما بسیاری از قوانین در اونجا آزاد هست و می‌تونم راحت باشم، به راحتی ارتباط برقرار کنم؛ اما الآن همش در محدودیتیم (فاطمه، دانش‌آموز پایه دوازدهم).



شکل ۱- مدل پارادایمی پژوهش

Fig 1- Paradigmatic model

نقش مادیت در آن بسیار مهم است. نوجوان که در جست‌وجوی هویت خود است تا بتواند افکار، عقاید، ارزش‌ها و نگرش مخصوص به خود را شکل دهد، این هویت را در بستر فضای مجازی دریافت می‌کند. هویت تعریف‌شده در فضای مجازی، جهانی است، فاقد ابعاد جغرافیایی، تاریخی، دینی، فرهنگی و ... ایران است و به حل شدن نوجوان در دهکده جهانی منجر می‌شود. نوجوان با دریافت اطلاعات و مواردی که در فضای مجازی وجود دارد، هویت جهانی خود را دنبال می‌کند. این هویت، حول محور مصرف، خرید و پول شکل می‌گیرد. میل به پول و مصرف، به شکل‌گیری هویتی منجر می‌شود که موفقیت را در پول، خرید و مصرف بیشتر می‌بیند. با توجه به دریافت اطلاعات گوناگون

ارتباط مقوله‌های پژوهش، در قالب مدل بالا ترسیم می‌شود. مقوله‌های مختلف در ارتباط با پدیده مرکزی معنا می‌یابند. شرایط علی این مدل عبارت‌اند از: عطش استقلال و زیست مجازی که برساخت‌دهنده پدیده مرکزی‌اند، یعنی برساخت فرازمینه‌ای فردیت، تمایل شدید نوجوانان به استقلال که به آن عطش استقلال می‌گوییم و زیستن در فضای جهانی مجازی از عوامل اثرگذار بر تعریف نوجوانان از موفقیت است. البته نحوه مواجهه نوجوانان با پدیده مرکزی، تحت تأثیر شرایط زمینه‌ای و مداخله‌گر نیز قرار می‌گیرد. شرایط زمینه‌ای کشف‌شده در این پژوهش، محوریت پول و نشانگر اهمیت پول و مصرف در زندگی روزمره است. در واقع تعریف نوجوانان از موفقیت، در بستری بروز پیدا می‌کند که

### پدیده مرکزی: برساخت فرازمینه‌ای فردیت

دختران نوجوان، موفقیت را با تمرکز بر خواسته‌ها و اولویت‌های فردی و در بستری از مادی‌گرایی درک می‌کنند و می‌سازند. براساس مقوله‌ها و اظهارات مشارکت‌کنندگان، تفسیر و کنش‌های نوجوانان برای موفقیت و جهت‌گیری، آن‌ها را در قالب مقوله مرکزی «برساخت فرازمینه‌ای فردیت» جمع‌بندی‌شدنی است. برساختی بودن به معنی این است که آن‌ها برای خود، نقش مهم و عاملیتی را در رسیدن به موفقیت قائل‌اند؛ به عبارت دیگر این آگاهی را دارند که در دنیای جدید، هم از آنها انتظار می‌رود و هم خودشان می‌خواهند که معیارهای موفقیت را به صورت فردی تعریف کنند و برای دستیابی به موفقیت در بستر امکانات موجود بکوشند. آن‌ها زندگی و آینده خود طبق خواسته‌شان می‌سازند، متوجهند که می‌توانند موفق باشند و نیز منابع و محدودیت‌های موفق بودن در جهان و جامعه معاصر را نیز درک می‌کنند. مشارکت‌کنندگان، فهمی فرازمینه‌ای از مؤلفه‌ها و منابع موفقیت دارند. فرازمینه‌ای است، یعنی معیارها و عوامل موفقیت برای نوجوانان به صورت جهانی و ورای مرزهای جامعه ایران معنا می‌یابد. فردیت به عنوان یک الگوی جهانی از جامعه مدرن، در فهم و کنش دختران نوجوان برجسته است.

با توجه به گسترش بی‌وقفه فناوری و شکل‌گیری دنیای مجازی، نوجوان به چارچوب و گفتمان غالب سنتی رجوع نمی‌کند. نوجوانان با شکست چارچوب‌ها، هویت خود را به صورت فرامحلی، فراملی و فرامنطقه‌ای ترسیم می‌کنند و خود به واکاوی و ساخت هویتشان می‌پردازند. با توجه به منابع اطلاعاتی فراوانی که در دسترس نوجوانان اقرار دارد، هویت شکل گرفته در آنها به زمان و مکان خاصی تعلق ندارد و جنبه جهانی دارد. معیارها و عوامل موفقیت از جایی می‌آید که متعلق به زمینه نیست و تعریف موفقیت از دیدگاه نوجوانان فراتر از زمینه جغرافیایی و فرهنگی است که به آن تعلق دارند. در واقع موفقیت برای آنها به صورت فرازمینه‌ای و جهانی شده معنا می‌یابد که در آن فردیت و ابراز خود، حائز

در بستر مجازی، مشاهده سلبریتی‌های جهانی، الگوگیری از سبک زندگی آزادانه و مصرفی آنها، نوجوان تمایل زیادی به داشتن زندگی مستقل و ثروتمند پیدا می‌کند و نیاز شدیدی به استقلال در جنبه‌های گوناگون دارد. شرایط مداخله‌گر کشف‌شده در پژوهش حاضر، احساس محدودیت جنسیتی است که این شرایط نیز علاوه بر اینکه بر پدیده مرکزی تأثیرگذار است، بر راهبرهای کنش نیز تأثیر دارد. شرایط مداخله‌گر، بیرون از حوزه ویژگی‌های شخصی و زمینه‌ای حضور دارد و به سطوح کلان و میانی خارج از بستر فردی، مربوط است؛ به طور کلی در خارج از اختیار کنشگر، از جانب حوزه عمومی بر پدیده مرکزی و راهبردها مداخله می‌کند.

راهبردهای کنش عبارت‌اند از: تعامل ابزاری، تمایزطلبی و خودارتقابخشی. نوجوانان برای دستیابی به موفقیت، از راهبردهای نام‌برده شده استفاده می‌کنند. نوجوانان ارتباطاتی را برقرار می‌کنند که بتوانند از کنار آن، به سود و منفعت برسند. نوجوان در راستای دستیابی به موفقیت مدنظر خود، تمایزطلبی می‌کند؛ یعنی میل به تفاوت و تمایز خود از دیگران را دارد و در ابعاد مختلف عقیدتی، افکاری، رفتاری، پوششی و... شخصی‌سازی می‌کند. همچنین نوجوانان خودارتقابخشی می‌کنند؛ یعنی آنها ابعاد مختلف شخصیت خود و مهارت‌هایشان را رشد می‌دهند و معتقدند از راه توسعه ابعاد فردی و وجودی خود به موفقیت می‌رسند. راهبردهای نام‌برده شده برای نوجوان پیامدهای فشارهای چندگانه و ذهن مهاجر را به دنبال می‌آورد. نوجوانان در مسیر دستیابی به موفقیت، با انواع مختلف فشارهای خانوادگی، درسی، اطرافیان، اقتصادی و تغییرات مواجه می‌شوند که این تغییرات و فشار اجتماعی و محیطی با همراه شدن با تغییراتی که با توجه به قرارگیری آنها در سن نوجوانی است، باعث وارد شدن فشار چندجانبه بر نوجوانان می‌شود. نوجوان که تمایل به دستیابی به موفقیت را دارد، تمامی رؤیاها و آرزوهایش را در خارج از مرزها می‌جوید. او که فانتزی مهاجرت دارد، از رؤیاپردازی خود برای مهاجرت دست نمی‌کشد و جسمش در اینجاست، اما روحش در کشورهای دیگر سیر می‌کند.

انتخاب می‌کنند.

در دوران کرونا و آموزش مجازی، دسترسی نوجوان به شبکه اینترنت و فضای مجازی بیش از پیش افزایش یافت. نوجوان که در جست‌وجوی معنا برای خود است، از نزدیک‌ترین، در دسترس‌ترین و جامع‌ترین منبع، که فضای مجازی است، اطلاعات زیادی را دریافت می‌کند. هویت برساخته از بستر فضای مجازی، جهانی است و به تعلقات ملی و قومی نوجوان توجهی ندارد. با توجه به نظریه اینگلهارت (۱۴۰۰)، زمانی که افراد در شبکه‌های اجتماعی عضو می‌شوند، این امکان برای ایشان فراهم می‌شود که خود را ابراز کنند و شبکه‌های اجتماعی برای آنها، گزینه‌های زیادی را روی میز می‌گذارد تا بتوانند از هر راهی که می‌خواهند، خود را ابراز کنند و این امر به سهم خود، باعث افزایش رضایت از زندگی در بین آنها شده است (ولزل و همکاران، ۱۳۸۲: ۱۳۴). نوجوان الگوها و سبک زندگی مادی و مصرف محور را در فضای مجازی مشاهده و دریافت می‌کند. او تمایل زیادی به داشتن استقلال دارد تا بتواند آزادانه به ابراز فردیت مدنظر خود برسد. نوجوان که هویت جهانی خود را از فضای مجازی دریافت می‌کند، به تعامل ابرازی، خودارتابخشی و تمایزطلبی می‌پردازد و در ابراز و نمایش فردیت خود می‌کوشد. در جامعه‌ای که امکان ابراز تمام جنبه‌های وجودی نوجوان در محیط واقعی وجود ندارد، او که نمی‌تواند پاسخ‌گوی عطش استقلالش باشد، مجبور می‌شود بخشی از هویت ممنوعه خود را در فضای مجازی آزادتر ابراز کند، اما همیشه در ذهنش، عطش استقلال و نمایش تمام کمال خود وجود دارد؛ بنابراین فشارهای زیادی را متحمل می‌شود و با موانع و چالش‌هایی در دستیابی به این موفقیت روبه‌رو می‌شود. او راهکار را مهاجرت می‌داند و چون نمی‌تواند به‌طور واقعی مهاجرت کند، ذهن مهاجر پیدا می‌کند و حالتی شکل می‌گیرد که نوجوان جسم و کالبدش در ایران است، اما در رؤیا و افکارش، در خارج از کشورش زندگی می‌کند و ذهنش دائم در سیر و سفر و جست‌وجوی راهی

اهمیت است. نوجوانان، به‌خصوص دختران نوجوان در فضای ایران، با انبوهی از نابرابری‌ها و محدودیت‌ها روبه‌رویند. آنها به آزادی و استقلال نیاز دارند تا بتوانند فردیت خود را ابراز کنند. نوجوانان، هویت خود را به موفقیت گره می‌زنند و از این دریچه تلاش می‌کنند خود را بسازند و آن‌گونه که می‌خواهند، ابراز کنند. همچنین هویت فردی مدنظر آنها مادی است؛ یعنی در اولویت‌بندی و برنامه‌های خود برای موفق شدن و موفق بودن، با توجه به شرایط جهانی، بر عناصر مادی همچون پول و دستاوردهای مادی تأکید دارند.

### نتیجه

هدف از پژوهش حاضر، واکاوی فهم نوجوانان دختر شهر یزد از موفقیت و پاسخ به این پرسش بود که از نظر نوجوانان، موفقیت چیست؟ به همین جهت بعد از بررسی رویکردهای تئوری مختلف و بررسی ابعاد گوناگون موضوع، فرآیند مصاحبه با نوجوانان دختر آغاز شد و پس از گردآوری داده‌ها و فرآیند کدگذاری و تحلیل جدول‌ها به مقوله‌های اصلی عطش استقلال، زیست مجازی، محوریت پول، احساس محدودیت جنسیتی، تعامل ابرازی، تمایزطلبی، خودارتابخشی، فشارهای چندگانه و ذهن مهاجر رسیدیم و برساخت فرازمینه‌ای فردیت، به‌عنوان مقوله مرکزی ساخته شد. یافته‌های پژوهش، ما را به تعریفی از موفقیت از دیدگاه نوجوانان رساند که صورتی جهانی و فرازمینه‌ای دارد. امروزه، نوجوان نسبت به گذشته، فرصت بیشتری برای گزینش مؤلفه‌های هویت‌یابی پیدا کرده‌اند. با توجه به نظر کاستلز<sup>۱</sup> (۱۳۸۰) در جوامع مدرن و شبکه‌ای، استقلال فرد برای شکل‌دهی هویتش افزایش یافته است و می‌تواند در میان انبوه اطلاعات، دست به انتخاب بزند. گیدنز (۱۳۸۴) بیان می‌کند که با کاهش میزان سلطه و نفوذ جامعه و سنت و تغییر و شکل‌گیری مجدد سبک زندگی براساس موارد جهانی، افراد شیوه و سبک زندگی خود را از میان موارد گوناگون و متنوع

<sup>1</sup> Castells

برای رفتن است.

درواقع تمایل نوجوانان دختر در دستیابی به موفقیتی است که جنبه‌های فردی و مادی دارد و آنها به دنبال حداکثر ابراز خود در جنبه‌های مختلف و حداکثر رفع نیازهای مادی در ابعاد گوناگون‌اند. نوجوانان، بیش‌ترین اهمیت را به خود و فردیتشان می‌دهند. آنها به مادیات در راستای فردیت خود اهمیت می‌دهند، به گونه‌ای که از راه خرید و پول هرچه بیشتر، خود و جنبه‌های درونی‌شان را ابراز می‌کنند. خرید و پول برای آنها یکی از ابزارهای نمایش هویت است.

برای مشارکت‌کنندگان، عطش استقلال، در دو زمینه اصلی شکل گرفته است. یکی قرارگرفتن نوجوان در برهه حساس سنی و همراه‌شدن تغییرات در ابعاد مختلف فردی او و همچنین تغییراتی که در جهان اطراف خود در حال رخ‌دادن است، تمایل او را به استقلال از خانواده و اطرافیان افزایش داده است. در بعد دیگر، غلبه ارزش‌های فردگرایانه که فرد در جامعه اهمیت بیشتری می‌یابد و انسان‌ها، آزاد و خودمختارند تا هر طور که می‌خواهند، زندگی کنند. ارزش به شمار آمدن استقلال و منحصر به فردی اعضای جامعه، باعث شده است تا نوجوان، تمایل به فردگرایی پیدا کند. نوجوان، ارزش‌های فردگرایانه را درونی می‌کند. انتشار سلفی‌های<sup>۱</sup> فراوان، تأکید بر اهمیت سلیق و عواطف فردی، داشتن صفحات شخصی و انتشار افکار به صورت فردی، همگی دال بر محتوای فردگرایانه‌اند. تریناندیس (۱۳۷۸) به خوبی بیان می‌کند که دائماً به نیازها و خواسته‌های خودش تأکید کرده است، ارتباطاتش کوتاه‌مدت و غالباً بدون احساسات بوده و فداکاری کمی در روابطش داشته است.

بورديو<sup>۲</sup> (۱۹۸۷) از اسطوره خوشبختی صحبت می‌کند و آن را وضعیتی می‌داند که جامعه آن را می‌سازد تا افراد به خرید و مصرف تمایل پیدا کنند و الگوی مادی را برایشان قرار می‌دهد. نوجوانان نیز این اسطوره‌های خوشبختی را از منابع گوناگون دریافت و مشاهده می‌کنند که می‌توانند بدون

محدودیت خرید و مصرف کنند و پول داشته باشند. همچنین آنها تمایل به داشتن سبک زندگی مستقل و آزاد دارند که بتوانند به راحتی خرید و مصرف کنند. او بیان می‌کند در جوامع جدید، افراد تمایل به تمایز دارند؛ بنابراین میدان‌های متمایز شکل می‌گیرد و ترجیحات و سلیق خود را از راه مصرف کالاهایی نشان می‌دهند که نمادهای خاصی دارند و از این راه، تمایز خود را با دیگران، نمایش می‌دهند. نوجوانان نیز به دنبال تمایز طلبی‌اند و در تمامی امور، در شخصی‌سازی می‌کوشند. علایق آنها برایشان اهمیت زیادی دارد، در ابراز فردیت از راه خرید و مصرف می‌کوشند و این محوریت خرید و پول به تعریفی از موفقیت منجر می‌شود که مبنای مادی و فردی دارد.

یافته‌های ما در این پژوهش، با یافته‌های برنا و همکاران (۱۴۰۱) درباره محدودیت و نابرابری‌ها، فشارهای چندگانه، خودارتقابخشی، موفقیت تحصیلی و زیست مجازی هماهنگی و تناسب دارد. نقش حمایت‌های والدین و سبک زندگی همسالان در یافته‌های ما با یافته‌های صادقی دهکردی و همکاران (۱۴۰۱) و دیتون (۲۰۰۸) تناسب دارد. هیرشی و همکاران<sup>۳</sup> (۲۰۲۱)، پاتل و همکاران (۲۰۲۰)، بلوکر و همکاران (۲۰۱۹) و جونپور (۲۰۰۹) نقش عوامل فردی و مهارت‌ها را در موفقیت شغلی بررسی کرده‌اند و معتقدند هر چقدر فرد مهارت‌های خویش را ارتقا دهد، در ابعاد مختلف موفقیت، از جمله موفقیت شغلی به موفقیت و جایگاه بالایی دست پیدا می‌کند. این موضوع با یافته‌های ما در ارتباط با نقش خودارتقابخشی در موفقیت نوجوانان، هماهنگی دارد. پژوهش خلیل (۲۰۱۷) نشان داد میزان تمایل دانش‌آموزان دختر به موفقیت تحصیلی بیشتر است و آنها در زمینه مطالعاتی و درسی بهتر عمل می‌کنند. نقش شناخت خود، شکل‌گیری تعریفی که فرد از خود دارد و خودپنداره مثبت از خود، از عوامل مؤثر و مهم در موفقیت به شمار می‌آید که به این امر در پژوهش‌های کارابانوا و بوخالنوا (۲۰۱۶)، آدوم و همکاران (۲۰۱۴) و گیرین

<sup>۱</sup> Selfie

<sup>۲</sup> Bourdieu

<sup>۳</sup> Hirschi et al.

و همکاران (2012) اشاره شده است.

تحلیل داده‌های پژوهش، ما را به این یافته‌ها رساند که موفقیت از نظر نوجوانان، پدیده‌ای فردی و مادی است. مصرف یک نظام نمادین معنایی است که کارکرد هویت‌ساز دارد و در پیدایش و شکل‌گیری هویت و رفتارهای انسانی مؤثر است. زمانی که کالایی را مصرف می‌کنیم، می‌کشیم آن را به صورت ابژه‌ای<sup>۱</sup> درون‌فکنی کنیم؛ بنابراین میل عطش‌گونه به مصرف تمایلی، از سر خودخواهی است؛ یعنی افراد از راه مالکیت و مصرف کالا یا ابژه جدید، می‌خواهند فردیت خود را به دست بیاورند و تأییدش کنند (وارسته‌فر، ۱۳۸۸: ۴۲). فردگرایی از ویژگی‌های مهم جوامع در حال توسعه و در حال گذار از سنت به مدرنیته است (Riesman, 1953).

در نگاهی زمینه‌مند به تفسیر دختران نوجوان به موفقیت، باید گفت که زمینه و زمانه زندگی این دختران نوجوان چهار مؤلفه اصلی است: زمینه جهانی شدن و رواج ارزش‌های جهانی فردگرا و مادی‌گرا، اینترنت و فضای مجازی، محدودیت‌های جنسیتی جامعه ایران و برجستگی نقش زنان و جنبش‌های زنانه در جهان و ایران. دختران این نسل در چنین زمینه و زمانه‌ای زندگی و هویت‌یابی می‌کنند. در زمینه جهانی، نیروهای جهانی شدن از طریق رسانه و ارتباطات به ایران وارد و نوجوانان با الگوها و ارزش‌های مصرف‌گرا و فردگرا و به‌ویژه جنبه‌های زیباشناختی آن آشنا و جذبشان شده‌اند. این نسل، بخش مهمی از زندگی روزمره‌شان را در اینترنت می‌گذرانند. آمدن کرونا و آموزش مجازی، حداقل مرزها و محدودیت‌ها را نیز از میان برداشت و زیست نوجوانان این نسل به معنای واقعی، زیست مجازی شد. زندگی در عصر رسانه و زیست مجازی، چشم این نسل را بازتر کرد. از همین طریق، آنها با صدای برابری‌خواهی زنان نیز آشنا شدند. عصری که در آن جنبش‌های زنانه، نقش مهمی در برساخت فرهنگی و اجتماعی آن دارد. دختران تا حد زیادی از این زمینه تأثیر می‌گیرند و چنان‌که داده‌ها نیز نشان داد، مرتب خود را با پسران

مقایسه می‌کنند که این مقایسه برای آنها سخت و دشوار است و آشفتگی و فشارهایی را ایجاد می‌کند. در نهایت در سطح فردی، شاهد ازجاکنندگی و در سطح کلان، شاهد نوعی زمینه‌زدایی فرهنگی در جامعه‌پذیری موفقیت و برساخت موفقیت در این نسلیم هستیم.

در چنین زمینه‌ای، نوجوانان محدودیت‌های دختران را در زمینه سنتی جامعه یزد به‌خوبی درک می‌کنند و علاقه‌مندند با مجموعه این شرایط کنار بیایند. با این توصیف کوتاه، این نسل در زمینه اجتماعی دشواری زندگی می‌کنند؛ یعنی در عصری سرشار از تناقض ناشی از زندگی هم‌زمان در بومی سنتی و جهانی مدرن که پا در جامعه بومی خود دارند، اما ذهنشان از جا کنده شده است و دارد در زمینه‌ای جهانی سیر می‌کند. با وجود این، عاملیت خود را در برساخت هویت به کار می‌گیرد و فعالانه به دنبال بازتعریف خود و جامعه است.

پیشنهادها: مفاهیم و یافته‌های این مطالعه می‌تواند دستمایه پژوهش‌های کمی برای ارزیابی میدانی قرار گیرد؛ به‌ویژه مطالعات بین‌نسلی درباره پدیده موفقیت، فهم بهتری از تغییرات ارزشی و هنجاری را فراهم می‌کند. یافته‌های این پژوهش برای دانش‌آموزان، مدیران و معلمان در مدارس و برای سازمان‌ها و افرادی تشریح شد که به‌نحوی با نوجوانان سر و کار دارند. شناختن نوع نگرش نوجوانان به برنامه‌ریزان و تمامی اقدار، کمک خواهد کرد تا به نحوه کارآتری با نوجوان تعامل و برنامه‌ریزی شود.

تشکر و قدردانی: از مدیران و دبیران محترم مدارس که شرایط اجرای مصاحبه را فراهم کردند، سپاسگزاریم. از نوجوانان مشارکت‌کننده در این مطالعه که صادقانه دیدگاه و تجربه‌های خود را با ما در میان گذاشتند، قدردانی می‌کنیم و برایشان آرزوی موفقیت داریم!

**تعارض منافع:** نویسندگان اعلام می‌کنند که با هیچ فرد یا سازمانی برای اجرا و انتشار این پژوهش، تعارض منافع ندارند.

<sup>1</sup> Object

## منابع فارسی

- افراسیابی، ح. و مداحی، ج. (۱۳۹۵). بازنمایی و تبیین نقش اوقات فراغت در اعتیاد به سیگار در میان دانشجویان. *فصلنامه برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی*، ۷ (۲۶)، ۱۷۹-۲۱۶.
- اینگلهارت، ر. (۱۴۰۰). تحول فرهنگی در جامعه پیشرفته صنعتی. ترجمه مریم وتر، تهران: انتشارات کویر.
- باومن، ز. (۱۳۸۴). *عشق سیال*. ترجمه عرفان ثابتی، تهران: انتشارات ققنوس.
- برنا، ع.؛ افراسیابی، ح.؛ کلاته ساداتی، الف. و کرمانی، م. (۱۴۰۱). درک زنان از موانع و تسهیل‌کننده‌های موفقیت: مطالعه ای داده‌بنیاد، *فصلنامه زن در توسعه و سیاست*، ۲۰ (۳)، ۵۲۷-۵۲۰.
- بک، الف. (۱۳۸۸). *در مخاطره جهانی*. ترجمه محمدرضا مهدی‌زاده، تهران: انتشارات کویر.
- بلیکی، ن. (۱۳۹۲). *طراحی پژوهش‌های اجتماعی*. ترجمه حسن چاووشیان، تهران: نشر نی.
- تریان‌دیس، ه. (۱۳۷۸). *فرهنگ و رفتار اجتماعی*. ترجمه نصرت فتی. تهران: نشر رسانش.
- جانعلیزاده چوب‌بستی، ح.؛ خوش‌فر، غ. ر. و سپهر، م. (۱۳۹۲). ارزیابی مکانیسم ارزشیابی در تأثیرگذاری سرمایه فرهنگی بر موفقیت تحصیلی، *فصلنامه مطالعات توسعه اجتماعی- فرهنگی*، ۱ (۲)، ۷-۲۷.
- جلالی، ی.؛ اسکندری، ح.؛ برجعلی، الف.؛ سهرابی، ف. و عسگری، م. (۱۴۰۰). هویت نوجوانان پسر ایرانی در بستر کلان روایت زندگی آنها: یک مطالعه کیفی. *روان‌شناسی و روان‌پزشکی شناخت*، ۵ (۸)، ۱۳-۲۶.
- چنگایی، م.؛ سلیمی بجستانی، ح.؛ فرح‌بخش، ک. و شریعت‌مدار، آ. (۱۳۹۸). موفقیت یا عدم موفقیت تحصیلی: یک مطالعه کیفی. *نشریه پژوهش در نظام‌های آموزشی*، ۱۳ (۴۵)، ۷۵-۹۱.
- حریری، ن. (۱۳۹۶). *اصول و روش‌های پژوهش کیفی*. تهران: دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات.
- روشه، گ. (۱۳۷۹). *کنش اجتماعی: مقدمه‌ای بر جامعه‌شناسی عمومی*. ترجمه هما زنجانی‌زاده، مشهد: دانشگاه فردوسی.
- ریتزر، ج. (۱۳۸۹). *مبانی نظریه جامعه‌شناختی معاصر و ریشه‌های کلاسیک آن*. ترجمه شهناز مسمی‌پرست، تهران: نشر ثالث.
- ساروخانی، ب. و رفعت‌جاه، م. (۱۳۸۵). زنان و با تعریف هویت اجتماعی. *جامعه‌شناسی ایران*، ۵ (۲)، ۱۳۳-۱۶۰.
- سروستان، ن. و عزیزی‌نژاد، ح. (۱۳۹۷). بازکاوی مفاهیم روان‌شناسی مدیریت و تأثیر آن در بهره‌وری سازمان. *دستاوردهای نوین در مطالعات اجتماعی*، ۱ (۱)، ۲۹-۳۶.
- صادقی دهکردی، الف.؛ یوسفی، ز. و ترکان، ه. (۱۴۰۱). کشف مؤلفه‌های مسیر تربیتی خانوادگی زنان موفق: یک نمونه پژوهش کیفی. *خانواده‌درمانی کاربردی*، ۳ (۱)، ۷۳-۸۸.
- صالحی، ر.؛ عابدی، م. ر. و نیلفروشان، م. ر. (۱۳۹۸). تدوین مدل مفهومی موفقیت تحصیلی: یک مطالعه کیفی. *فرهنگ مشاوره و روان‌درمانی*، ۳۸ (۱۰)، ۱-۳۰.
- عباسی، ت.؛ دیزج، ر. و ازدری دیلمقانی، ر. (۱۴۰۱). تبیین کیفی علل موفقیت دانش‌آموزان رتبه‌های برتر کشوری در جشنواره جوان خوارزمی: مدخلی برای ورود به فعالیت‌های کارآفرینانه، *رهبری آموزشی کاربردی*، ۳ (۱)، ۱۷-۳۰.
- عبداللهی، م. (۱۳۸۷). *زنان در عرصه عمومی عوامل، موانع و راهبردهای مشارکت مدنی زنان ایرانی*. تهران: جامعه‌شناسان.
- فرهمنند، م.؛ خرم‌پور، ی.؛ پارسایان، ز. و ماندگاری، ف. (۱۳۹۳). تأثیر مؤلفه‌های نوگرایی در حمایت خویشاوندی خانواده‌های شهر یزد. *تحقیقات فرهنگی ایران*، ۷ (۳)، ۱۷۷-۱۴۹.
- قنبرپورعالم؛ ض.؛ فرح‌بخش، ک. و اسماعیلی، م. (۱۳۹۱). بررسی و مقایسه روابط خانوادگی دانش‌آموزان موفق و ناموفق در تحصیل. *خانواده‌پژوهی*، ۸ (۳۱)، ۳۳۷-۳۵۳.

- Alasuutari, P. (2007). *Social theory and human reality*. London: SAGE Publications.
- Blaikie, N. (2013). *Designing social research: The logic of anticipation*, translated by HasanChavoshian. Tehran: ney Publication. [In Persian]
- Baudrillard, J. (1998). Hyperlink. [https://monoskop.org/images/d/de/Baudrillard\\_Jean\\_The\\_consumer\\_society\\_myths\\_and\\_structures\\_1970.pdf](https://monoskop.org/images/d/de/Baudrillard_Jean_The_consumer_society_myths_and_structures_1970.pdf) *The Consumer Society Myths and Structures*. London: SAGE Publications.
- Bauman, Z. (2005). *liquid love on the frailty of human bonds*, translated by ErfanSabeti. Tehran: qoqnoos Publication. [In Persian]
- Blokker, R., Akkermans, J., Tims, M., Jansen, P., & Khapova, S. (2019). Building a sustainable start: the role of career competencies, career success, and career shocks in young professionals' employability. *Journal of Vocational Behavior*, 1(112), 84-172. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2019.02.013>
- Bourdieu, P. (1987). *Distinction: A social critique of the judgements of taste*, translated by Richard Nice. Cambridge: Harvard University Press.
- Borna, E., Afrasiabi, H., Kalatesadati, A., & Kermani, M. (2022). Women's perception of barriers and facilitators of success: A grounded theory study, *Women in Development and Politics Quarterly*, 20(3), 520-527. [In Persian]
- Changaei, M., Salimi Bajestani, H., Farah Bakhsh, K., & Shariatmadar, A. (2019). Academic success or academic failure: A qualitative study, *Research in Educational Systems Quarterly*, 13(45), 75-91. [In Persian].
- Corbin, J., & Strauss, A. (2015). *Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory*. London: SAGE Publications.
- Deaton, M. (2008). *The impact of parental authority and familism*. Masters Degree, Miami University oxford.
- Farahmand, M., Khorampoor, Y., Parsaian, Z., & Mansegari, F. (2014). The effect of modernization components in the kinship support of yazd families, *Journal of Iranian Cultural Research*, 7(3), 149-177. [In Persian]
- Ghanbarpouralem, Z., Farahbakhsh, K., & Esmaeili, M. (2012). Examining and comparing the family relationships of successful and unsuccessful students
- کاستلز، م. (۱۳۸۰). *عصر اطلاعات*، ترجمه عبدالاحد علیقلیان و افشین خاکباز. تهران: طرح نو.
- گیدنز، آ. (۱۳۸۴). *چشم‌اندازهای جهانی*. ترجمه محمدرضا جلائی پور، تهران: انتشارات طرح نو.
- معین، م. (۱۳۸۱). *فرهنگ فارسی معین*. تهران: زرین.
- میرزایی، ح؛ میرزایی، م. و مظلومی، الف. (۱۳۹۷). سبک‌های تربیتی والدین و احساس نیاز به موفقیت. *علوم اجتماعی دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه فردوسی مشهد*، ۱، ۲۰-۱.
- وارسته‌فر، الف. (۱۳۸۸). *بررسی الگوی مصرف زنان شهر تهران. پژوهش اجتماعی*، ۲(۵)، ۴۱-۶۲.
- ولزل، ک؛ اینگلهارت، ر. و کلینگمان، ه. د. (۱۳۸۲). *توسعه انسانی نظریه‌ای درباره تغییر اجتماعی*. ترجمه هادی جلیلی، تهران: انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- نظری گندی‌شمن، م. (۱۳۹۶). *به سوی موفقیت*. <http://ketabesabz.com/book>
- خانۀ کتاب و ادبیات ایران (۱۴۰۰). <https://ketab.ir/ShowNewsSearchResult?SearchString>

## References

- Abbasi Taghidzaj, R., & Azhdari Dilmaghani, R. (2022). Qualitative explanation of the reasons for the success of the top ranked students in the Kharazmi Youth Festival : An entrance to enter into entrepreneurial activities, *Journal of Applied Educational Leadership*, 3(1), 17-30. [In Persian]
- Abdollahi, M. (2008). *Women in the public arena: Factors, barriers and strategies for Iranian women's civil participation*. Tehran: Jameeshenasan Publication. [In Persian]
- Adom, E. A., Josephine, B., & Solomon, F. k. (2014). Achievement motivation, academic self-concept and academic achievement among high school students. *European Journal of Research and Reflection in Educational Sciences*, 2(2), 24-37.
- Afrasiabi, H., & Maddahi, J. (2016). Identify and explain of the leisure role in smoking among students. *Social Development and Welfare Planning Quarterly*, 7(26), 179-216. [In Persian]



- <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.10.116>
- Khaleel, M. (2017). Female students are more likely to get higher grades than male students. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 7(3), 378-386.
- McClelland, D.C. (1961). *Hyperlink*. [https://books.google.com/books/about/Achieving\\_Society.html?id=RI2wZw9AFE4C](https://books.google.com/books/about/Achieving_Society.html?id=RI2wZw9AFE4C). The Achieving Society. Princeton: Van Nostrand.
- Mirzaei, H., Mirzaei, M., & Mazlumi, E. (2018). Parent's training styles and the feeling of need for achievement. *Journal of Social Sciences Ferdowsi Mashhad*, 15(1), 1-20. [In Persian].
- Moin, M. (2002). *A persian dictionary*. Tehran: Zarin. [In Persian]
- Nazari Gandeshmin, M. (2017). To success, <http://ketabesabz.com/book>. [In Persian]
- Neuman, L. (2014). *Research social of basics*. New York: University Press .
- Patel, L., Graham, L., & Chowa, G. (2020). Evidence of non-economic indicators as markers of success for youth in youth employability programs: Insights from a South African study. *Children and Youth Services Review*, 118, 1-8. <https://doi.org/10.1016/j.childyouth.2020.105404>
- Riesman, D., Glazer, N., & Denney, N. (1953). *The lonely crowd, study of the changing American character*. New Haven & London: Yale University Press
- Ritzer, G. (2010). *Contemporary sociological theory and its classical roots: The basics*, translated by ShahnazMosamaparast. Tehran: Sales Publication. [In Persian]
- Rocher, G. (2000). *A general introduction to sociology; a theoretical perspective*, translated by HomaZanjanizadeh. Mashhad: Ferdowsi University Publication. [In Persian]
- Sadeghi Dehkordi, A., Yousefi, Z., & Torkan, H. (2022). Identifying the educational components of successful women: A sample of qualitative research. *Journal of Applied Family Therapy*, 3(1), 73-88. [In Persian]
- Salehi, R., Abedi, M.R., & Nilforoshan, P. (2019). Developing an academic success model: A qualitative study. *Counseling Culture and Psychotherapy Quarterly*, 38 (10), 1-30. [In Persian]
- Salturk, A. (2021). A qualitative analysis on students' in education, *Journal of Family Research*, 8(3), 337-353. [In Persian]
- Giddens, A. (2009). *Runaway world*, translated by Mohammadreza Jalaei Poor. Tehran: Tarhe no Publication. [In Persian]
- Green, J., Liem, G. A., Arief, D., Liem, G., Martin, A. J., Colmar, S., Marsh, H. W., & McInerney, D. (2012). Academic motivation, self-concept, engagement and performance in high school: Key processes from a longitudinal perspective. *Journal of Adolescence*, 35(3), 11-22. <https://doi.org/10.7508/ijcr.2014.27.007>
- Hariri, N. (2017). *Principles and methods of qualitative research*. Tehran: Islamic Azad University. [In Persian]
- Hirschi, A., Johnston, C. S., De Fruyt, F., Ghetta, A., & Orth, U. (2021). Does success change people? Examining objective career success as a precursor for personality development. *Journal of Vocational Behavior*, 127, 1-15. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2021.103582>
- Ingelhart, R. (2021). *Culture Shift in advanced industrial Society*. translated by Maryam Vatar, Tehran: Kavir Publication. [In Persian]
- Iranian book and literature house, (2021). <https://ketab.ir>ShowNewsSearchResult?SearchString>. [In Persian]
- Jalali, Y., Eskandari, H., Borjali, A., Sohrabi F., & Asgari, M. (2021). The identity of Iranian male adolescents in the context of master narrative of their lives: A qualitative study, *Shenakht of Psychology & Psychiatry Quarterly*, 8(5), 13-26. [In Persian]
- Janalizadeh Chobbasti, H., Khoshfar, Gh., & Sepehr, M. (2012). Investigating the mechanism of evaluation quality into the impact of cultural capital on educational achievement, *Socio-Culture Development Studies Quarterly*, 1(2), 7-27. [In Persian]
- Jonior, C. (2009). *The impact of a student's lack of social skills on their academic skills in high school*. Masters Degree, Marygrove College Detroit, Michigan.
- Karabanova, O., & Bukhalenkova, D. (2016). Perception of success in adolescents. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 233, 13-17.

- perception on the concept of academic achievement and the barriers. *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 9(1), 49-67. <https://doi.org/10.52826/mcbuefd.881820>
- Sarookhani, B., & Rafatjah, M. (2006). Women and the redefinition of social identity. *Iranian Journal of Sociology*, 5(2), 133-160. [In Persian]
- Servestan, N., & Azizinejad, H. (2018). Reexamining the concepts of management psychology and its impact on organizational productivity. *Journal of New Achievements in Humanities Studies*, 1(1), 29-36. [In Persian]
- Teriandis, H. (1999). *Culture and social behavior*, translated by Nosrat Fata. Tehran: rasanesh Publication. [In Persian]
- Varastefar, A., & Mokhtari, H. (2009). Examining the consumption pattern of women in Tehran, *Journal of Social Research*, 2(5), 41\_62. [In Persian]
- Wald, K. A., & O'Brien, .. (2022). Repeated exposure to success harshens reactions to failure. *Journal of Experimental Social Psychology*, 103, 1-14. <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2022.104381>
- Welzel, C., Inghelhart, R., & Klingemann, H. (2003). *Human development as a general theory of social change*, translated by HadiJalili. Tehran: Ministry of Culture and Islamic Guidance Publication. [In Persian].

