

عوامل سازمانی مؤثر در جذب جوانان به بسیج

رزاق عزیزی *

حسن علی اکبری **

احمد ایزدی طامه***

پذیرش نهایی: ۹۳/۱۰/۲۸

دریافت مقاله: ۹۳/۴/۱۵

چکیده

این پژوهش به عوامل سازمانی مؤثر در جذب جوانان به بسیج مساجد (با تأکید بر شهر تبریز) می‌پردازد. روش تحقیق، توصیفی، و به لحاظ هدف کاربردی است. پس از بررسی و نقد منابع و با تکیه بر دیدگاه‌های صاحب‌نظران، الگویی با چهارده عامل مؤثر در جذب تدوین شد. عوامل استخراجی به صورت میدانی به معرض قضاوت ۲۳۴ نفر از فرماندهان و مدیران آموزش و نیروی انسانی بسیج، امام جماعت و معتمدان مساجد داری پایگاه در شهر تبریز قرار داده شد. نتایج تحقیق با استفاده از ابزار داده‌ها گردآوری و بر اساس روش تحلیل محتوا مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. براساس یافته‌های تحقیق، ویژگیها با تأثیر زیاد مورد تأیید قرار گرفت. عملکرد و مدیریت فرمانده پایگاه، بیشترین تأثیر را در جذب جوانان به خود اختصاص داده است. جذب در بسیج، نیازمند توجه به ابعاد مختلف و عزم ملی است؛ اما دقت در به کارگیری افراد و تربیت و تقویت مدیران اجرایی بسیج حائز اهمیت بیشتری است.

کلید واژه‌ها: جذب، عوامل سازمانی مؤثر در جذب، جوانان، بسیج مساجد، مدیریت بسیج، مساجد.

* نویسنده مسئول: کارشناس ارشد مدیریت امور دفاعی (مقاومت)

** استادیار دانشگاه جامع امام حسین(ع)

*** استادیار دانشگاه جامع امام حسین(ع)

r.azizy54@chmail.ir

aliakbary-1341@yahoo.com

a.izadi88@gmail.com

۱ - مقدمه و بیان مسئله

عمده قوای انسانی و برنامه‌ریزیهای بسیج به قشر جوان معطوف است. جوانان نقش و اهمیت بی‌بدیلی در سازمان بسیج ایفا می‌کنند. توجه به جذب و توسعه حضور جوانان به عنوان نیروی انسانی مؤثر و سرمایه اجتماعی، ضروری است. برای جذب نیرو در بسیج برخلاف سازمانها و ارگانهای دولتی محدودیتی وجود ندارد؛ هرچه قدر جذب بیشتر باشد، اهداف بسیج بیشتر محقق می‌شود.

با توجه به عدم تحقق ارتش بیست میلیونی به عنوان مطالبه حضرت امام (ره)، آن هم با جمعیت آن روز کشور و ترسیم افقی تازه از نقش بسیج در حیات انقلاب اسلامی و تشکیل بسیج ده‌ها میلیونی از سوی مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی) در سال ۱۳۸۷، کند بودن فرایند جذب، به رغم موفقیت چشمگیر بسیج در عرصه‌های مختلف، کاملاً محسوس است. «در حال حاضر نگاهی به آمار جذب و جامعه اعضای بسیج، نشان می‌دهد که در تشکیل ارتش بیست میلیونی، روند کند است (طائب، ۱۳۸۷ به نقل از مردمی، ۱۳۹۰: ۹۳)». با رشد و توسعه فناوریهای نوین ارتباطی و تجهیزاتی، عصر کنونی دچار دگرگونی، و به تبع آن، جوان امروز هم دارای انتظارات و مطالبات خاصی شده است. شهید مطهری جوان را به دو صورت معرفی می‌کند: اول اینکه جوان شخصیتی است دارای سن خاص و حالات روحی و روانی و نیازهای خاص. دوم جوان کسی است که به دلیل تحصیلات و سواد و آشنایی با اندیشه‌های جدید، دارای فکر نو و سؤالات تازه است و حاضر نیست مانند جوانان نسل گذشته بدون دلیل عقلی و منطقی همه چیز را بپذیرد؛ به عبارت دیگر، جوانان امروز چشم و گوششان بیشتر باز شده و به همین دلیل که رهبری، ارشاد و هدایت جوانان امروز بمراتب از نسل گذشته مشکلتر است.

«سازمانهای موفق، سازمانهایی هستند که با درک و شناخت صحیح و موضعگیری بموقع، خود را با تغییرات محیط هماهنگ سازند. تغییرات سریع و پیاپی، پیچیدگیهای محیط، جهانی شدن، رشد فناوری و بسیاری از تحولات دیگر موجب شده است که جهان امروز با گذشته تفاوت اساسی داشته باشد و روشهای قدیمی اداره سازمانها، دیگر پاسخگوی نیازها نیست» (شهلایی، ۱۳۸۸: ۸۵). متأسفانه نظریه‌های مدیریتی مدون و عمیقی در دسترس نیست که بتواند کار جذب نیروهای داوطلب را آسان سازد. «نظریه‌های مدیریتی و بویژه نظریه‌های منابع انسانی مصطلح، عموماً به

سازمانهایی با نیروی انسانی رسمی و استخدامی توجه دارند و برای نیروی انسانی داوطلب در سازمانها، نظریه‌پردازی نشده و بحثهای جامع و الگوسازی به عمل نیامده و بحث در مورد طبقه‌بندی آنها مشکل تلقی شده است. (اچ، هال، ۱۳۸۱: ۷۵، به نقل از مردمی، ۱۳۹۰: ۴)

«بسیج - یعنی نیروی مردمی - را نمی‌شود با روشهای جذب بقیه نیروها جذب کرد. می‌توان ارتشی را طور خاصی و سپاهی را یک طور دیگر جذب کرد؛ مثلاً مختصر فرقی باهم دارند؛ اما بسیجی را آن طور نمی‌شود جذب کرد. بسیجی، توده مردم است. شما می‌خواهید او را تحت یک سازمان بیاورید؛ با نظم و انضباط آشنایش کنید؛ فرمانبری به او یاد بدهید و استعداد و شوق و ایمانی که برای دفاع از کشور در برابر او هست، آن را به بهترین شکلی به کار بگیرید و اگر در او کم است، تزریق کنید. چکار می‌خواهید بکنید؟ این کار، کار بسیار مهمی است و من عرض می‌کنم که اگر این کار - یعنی فراگیر شدن بسیج - انجام شد، این انقلاب، بیمه است؛ اگر نشد، جای نگرانی است» (رهبر معظم انقلاب اسلامی، ۱۳۶۹/۹/۱).

حال با این پرسش روبه‌رو هستیم که چه عواملی باعث افزایش و تقویت مشارکت جوانان در بسیج مساجد و برنامه‌ها و فعالیتهای آن می‌شود و چگونه می‌توان سقف جذب بسیج را به آرمانها نزدیک کرد. از نظر محقق ابهام در مصداقها و عدم شناخت کافی نسبت به آنچه در جذب تأثیر دارد، مسئله مهمی بود که باید با شیوه‌های علمی مورد بررسی قرار می‌گرفت. عوامل متعددی در جذب تأثیرگذار است ولی این مقاله درصدد ارائه پاسخهای علمی و مناسب برای عوامل سازمانی مؤثر در جذب جوانان به بسیج مساجد با تأکید بر شهر تبریز است.

۱ - ۱ - اهمیت و ضرورت پژوهش

تأملی در نکات ذیل، اهمیت و ضرورت این پژوهش را مشخص می‌کند: ۱- جذب و سازماندهی نیروهای مردمی از موضوعات مهم و استراتژیک و مورد توجه همه کشورهاست. ۲- یکی از راه‌های مقابله با تهدیدات نرم از طریق مسجد و بسیج است. ۳- تحقق فرمان مقام معظم رهبری (مد ظله العالی) مبنی بر تشکیل ارتش ده‌ها میلیونی ۴- توسعه بسیج در مساجد ۵- شناخت عوامل مؤثر جذب جوانان به بسیج مساجد ۶- بازشناسی توان جذب جوانان به بسیج مساجد ۷- دستیابی به راهکارهای جدید جذب جوانان.

۱-۲- هدف، سؤال و متغیرهای پژوهش

این پژوهش درصدد بررسی، استخراج و شناخت عوامل سازمانی مؤثر بر جذب جوانان به بسیج مساجد است. در واقع پاسخ این سؤال، که عوامل سازمانی مؤثر بر جذب جوانان به بسیج مساجد شهر تبریز کدام است، ما را به هدف مورد اشاره رهنمون سازد. متغیرهای این پژوهش هم عبارت است از عوامل سازمانی مؤثر بر جذب جوانان به عنوان متغیر مستقل و خود جذب به عنوان متغیر وابسته.

۱-۳- تعاریف اصطلاحات پژوهش

۱-۳-۱- عوامل مؤثر در جذب

آن دسته از عوامل اثرگذار و مهم، که توجه و به‌کارگیری آنها بر کیفیت و کمیت جذب تأثیر دارد و نتیجه و روند و کارآمدی نیروها را سازمان و میزان جذب را به مقدار قابل توجهی افزایش می‌دهد (خانی، ۱۳۸۰).

۱-۳-۲- عوامل سازمانی مؤثر در جذب

آن دسته از عوامل اثرگذار و مهم در حیطه سازمانی اعم از مدیریت، آموزش، منزلت اجتماعی و... که توجه و به‌کارگیری آنها بر کیفیت و کمیت جذب تأثیر می‌گذارد و بر روند و میزان جذب اثر قابل توجهی دارد.

۱-۳-۳- جذب

تعریف لغوی جذب

جذب در فرهنگ فارسی معین: ۱- به سوی خود کشیدن، ربودن ۲- کشش، ربایش ۳- جاذبه، جذب کردن، ربودن، بسوی خود کشیدن، جلب کردن معنی شده است؛ طوری تکلم می‌کند که همه شنوندگان را جذب می‌کند (معین، ۱۳۶۳: ۵۲۷).

تعریف عملیاتی جذب

به تمام اقدامات و مراحل اطلاق می‌گردد که توسط رده‌های نیروهای مقاومت بسیج به منظور عضویت و فعالیت داوطلبان ارتش بیست میلیونی صورت می‌پذیرد^(۱).

تعریف جذب از نظر محقق

جذب در بسیج شامل تمام اقدامات و مراحل است که این دو هدف را به دنبال داشته باشد:

۱- جذب و عضویت اولیه ۲- جلب نظر فرد عضو برای تثبیت حضور و ادامه فعالیت.

۱ - ۴ - مبانی نظری پژوهش

۱ - ۴ - ۱ - سازمانهای داوطلب مردمی

سازمان مردم‌نهاد (NGO)^۱ به انواع گوناگون سازمانها اشاره می‌کند. سازمان مردم‌نهاد در کلی‌ترین معنایش به سازمانی اشاره می‌کند که مستقیماً بخشی از ساختار دولت به شمار نمی‌رود، اما نقش بسیار مهمی به عنوان واسطه بین فرد فرد مردم و قوای حاکم و حتی خود جامعه ایفا می‌کند. بانک جهانی سازمانهای داوطلبانه را این چنین تعریف می‌کند: سازمانهای خصوصی که فعالیتهایی را در مورد کاهش امراض، ارتقای منافع و مصالح فقرا، حفظ محیط زیست، ارائه خدمات اجتماعی اساسی یا توسعه اجتماعی انجام می‌دهند.

سه نقش عمده برای NGO ها از نظر دیوید لوئیس

۱ - نقش مجری^۲

بسیج منابع برای عرضه کالاها و خدمات، هم به عنوان بخشی از برنامه‌ها و پروژه‌های خود NGO و هم برنامه‌های دولت و آژانسهای حامی. این نقش بسیاری از کارهای NGO را پوشش می‌دهد که شناخته شده هم هست.

۲ - نقش آسان‌سازی^۳

توانایی NGO ها در ایجاد انگیزش، آسان‌سازی یا به تغییر مثبت در میان سایر فعالان در سطح فردی یا سازمانی. این نقش، سازماندهی توده عوام و شکل‌گیری گروه و ایجاد سرمایه اجتماعی و فعالیتهای حمایتی و... را شامل می‌شود.

۳ - نقش شریک^۴

این نقش شامل رشد گرایش NGO ها به همکاری با دولت، حامیان و بخش خصوصی برای اجرای فعالیتهای به صورت مشارکتی و روابط پیچیده‌ای است که در میان NGO ها ظهور می‌کند (لوئیس، ۲۰۰۱ به نقل از مجدانی، عبدالملکی و عزیززاده، ۱۳۹۰: ۶۹).

۱ - ۴ - ۲ - بسیج

بسیج به لحاظ لغوی به معنای سامان و اسباب ساز و سازمان جنگ، عزم و اراده، آماده سفر

1 - Non Governmental Organization

2 - implementer role

3 - Catalyst role

4 - partner role

شدن و آماده ساختن نیروهای نظامی هر کشور برای جنگ است (دهخدا، ۱۳۷۳). در نظام اسلامی بسیج همانند خانواده، نهادی اجتماعی است که به صورت عضوی از ساخت و نظام اجتماعی جامعه تلقی می‌شود. نهادی که با هدف پاسداری از ارزشها و آرمانهای انقلاب اسلامی به وجود آمده است و انحلال آن جز در صورت انحلال جامعه اسلامی قابل تصور نیست. در اساسنامه بسیج مستضعفین، بسیج به این صورت تعریف شده است: «بسیج نهادی است تحت فرماندهی مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی) که هدف آن نگرانی از انقلاب اسلامی و دستاوردهای آن و جهاد در راه خدا و گسترش حاکمیت قانون خدا در جهان طبق قوانین جمهوری اسلامی ایران و تقویت کامل بنیه دفاعی از طریق همکاری با سایر نیروهای مسلح و هم‌چنین کمک به مردم هنگام بروز بلا و حوادث غیر مترقبه است.»

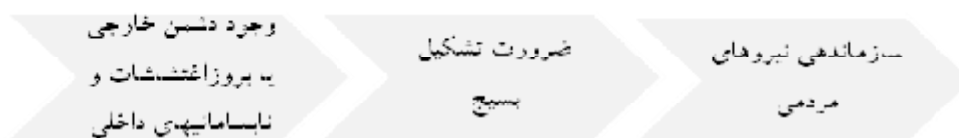
۱- ۴- ۳- بسیج مساجد

مساجد به عنوان مکان تجمع مسلمانان، جایگاهی فوق العاده در نظام ارزشی ما دارد. «مساجد را رها نکنید. نیروی مقاومت بسیج، بهترین جایی که دارد، همین مساجد است. منتها مساجد را مسجد نگه دارید. با امام جماعت مسجد با عبادت کنندگان مسجد و با مؤمنینی که در مسجدند، برادرانه صمیمی باشید - که بحمدالله هستید - و آن را حفظ کنید و بیشتر کنید. اول وقت، نماز را به جماعت، پشت سر پیش نماز هر مسجدی که در آن هستید، بخوانید. در مراسم دینی مسجد و تبلیغات آن شرکت کنید. در مراسم دعا و قرآن و مراسم مذهبی شرکت کنید. شما و امام جماعت آن مسجد - هرکس که هست - مشترکاً مسجد را حفظ کنید. برای مسجد، جاذبه درست کنید تا بچه‌ها، جوانها و زن و مرد محله، مجذوب مسجدی شوند که شما در آن هستید، بیایند. مسجد پایگاه بسیار مهمی است» (مقام معظم رهبری، ۱۳۷۱/۸/۲۷).

۱- ۴- ۴- نظریه‌های مربوط به بسیج

دیدگاه‌ها و نظریات متفاوتی نسبت به موضوع بسیج هست که به برخی از آنها اشاره می‌شود:

دیدگاه مقابله با بحران



نمودار ۱: چگونگی استقرار و شکل‌گیری بسیج مردمی

تا زمانی که دو عامل دشمن خارجی و اغتشاشات داخلی در جامعه باشد که در نهایت به بی‌نظمی و اختلال می‌انجامد، سازماندهی نیروهای مردمی در جامعه، ضروری است. براساس این نظریه، اصلی‌ترین عنصر بسیج، نیروی مردمی است. نیروهای مردمی در حالت عادی و زمان صلح، دلیلی بر مشارکت در بسیج نمی‌بینند؛ اما مشارکت در نیروهای مردمی هنگام بروز حوادث غیرقابل پیش‌بینی ضروری است. برای کاهش خطرهای ناشی از حوادث غیرقابل پیش‌بینی و مشارکت بموقع مردم، باید سازماندهی لازم صورت گیرد. در بعضی از مواقع به طور مصنوعی [رزمایشها و فراخوانها] افراد را در مأموریت‌های جداگانه، دفاع سرزمینی، مقاومت محلی و دفاع غیرنظامی، بسیج در زمینه تدارکات، جمع‌آوری اطلاعات، حفظ امنیت داخلی و مقابله با نیروهای فشار داخلی، حفاظت شهری و منطقه‌ای و... که از وظایف اساسی بسیج است، مشارکت دهند (آزاد ارملی، ۱۳۷۲: ۱۸-۱۷).

نظریه همبستگی اجتماعی دورکیم

به نظر دورکیم، مبنای نظم جامعه عاملی اخلاقی است نه سیاسی و اقتصادی. مفهوم اساسی که از جامعه‌شناسی دورکیم برای تبیین چگونگی پیدایش وضعیت رفتار گروهی و بسیج سیاسی گرفته شده، این است که مردم در موقعیت فروپاشی همبستگی سنتی و عدم پیدایش همبستگی جدید، بیش از هر زمان دیگر مستعد بسیج سیاسی هستند (بشیریه، ۱۳۷۲: ۵۰-۴۸).

نظریه کاریزما و جنبش اجتماعی:

ماکس وبر چشم انداز دیگری درباره چگونگی پیدایش موقعیت رفتار جمعی و بسیج اجتماعی به روی ما گشوده است. از دیدگاه او، رفتار جمعی به طور کلی از تعهد به نوعی از نظام عقیدتی برمی‌خیزد. بحث وبر بر سه منبع سنت، عقلانیت و کاریزماست که ارتباط مستقیمی با بحث او درباره جنبش اجتماعی دارد. به طور کلی از نظر وبر، منشأ جنبشهای کاریزمایی پیدایش «خلأ معنایی» است که در نتیجه عدم کفایت سنتها و نظام فکری مستقر برای تبیین تحولات نو ایجاد می‌شود (بشیریه، ۱۳۷۲: ۶۱-۵۷).

۱-۴-۵- جذب

جذب، فرایندی است که در اثر آن رابطه و پیوندی منطقی بین اشیا، افراد، اعتقادات و ... به وجود می‌آید که می‌تواند پیوندی سطحی، گسستی و یا پیوندی عمیق و انقیاد کامل باشد. ۲- جذب عملی است که موجب تمایل و گرایش افراد به یکدیگر و یا به فرهنگها و مکاتب می‌شود

(خانی، ۱۳۸۰: ۳۰).

عناصر و زمینه‌های جذب

سه عنصر اصلی در فرایند جذب هست که با بررسی آنها می‌توان جواب صحیح و منطقی دریافت کرد که معنی جذب در بسیج کدام است که آن سه عنصر عبارت است از:

۱- جاذب

۲- مجذوب

۳- عامل جذب (انگیزه)

جاذب عنصری است که ویژگی جذب‌کنندگی دارد؛ یعنی جذب توسط جاذب جذب‌شونده

انجام می‌شود (خانی، ۱۳۸۰: ۳۳).

مجذوب عنصری است که دارای ویژگی جذب‌شوندگی است و عامل جذب در مورد او صورت می‌گیرد و اوست که تمایل و گرایش به سوی جذب‌کننده پیدا می‌کند. مجذوب در واقع همان مفعول و جذب‌شونده است (طاهری، ۱۳۸۱: ۲۸).

عامل جذب (انگیزه)، عنصری است که موجب می‌شود تا عمل جذب صورت گیرد؛ یعنی زمینه جذب‌کنندگی را برای جاذب به وجود می‌آورد (طاهری، ۱۳۸۱: ۲۸). عامل جذب همان انگیزه‌ها، رفتارها، صفات، ویژگیها و هر چیزی است که موجب پیدایش و تکوین روابط منطقی بین جذب‌کننده و جذب‌شونده می‌شود و یا اینکه عضوی است که موجب می‌شود تا عمل جذب صورت بگیرد.

در میان این عناصر، عامل جذب در واقع انگیزه‌ها به عنوان رابط و پیونددهنده و پلی میان جاذب و مجذوب دارای نقش اساسی و اهمیت فوق‌العاده است؛ چه اینکه جاذب از قدرت زیادی در جذب افراد برخوردار باشد و مجذوب هم از ویژگی جذب‌شوندگی فعالی برخوردار باشد در صورتی که عوامل مؤثر در جذب همانند انگیزه‌ها، رفتارها و ویژگیها فراهم، و عملی نشود، زمینه‌های جذب فراهم نخواهد شد؛ لذا برای جذب باید ضمن رفع موانع، عوامل را آماده کرد.

۱- ۴- ۶- انگیزش

برای انگیزش در فرهنگ معین معنای تحریک، ترغیب و تحریص آمده است. تعاریف مختلف

و متفاوتی از انگیزش هست که به چند نمونه اشاره می‌شود:

اصطلاح «انگیزش»^۱، نخستین بار از واژه لاتینی «موو»^۲، که به معنی حرکت است، گرفته شد. انگیزه را چرایی رفتار گویند؛ به عبارت دیگر هیچ رفتاری را فرد انجام نمی‌دهد که انگیزه‌ای یا نیازی محرک آن نباشد. انگیزش انسان اعم از خودآگاه یا ناخودآگاه، ناشی از نیازهای اوست. بنابراین در تعریف انگیزه می‌توان گفت: انگیزه یا نیاز، حالتی درونی و کمبود یا محرومیتی است که انسان را به اجرای برخی فعالیتها و می‌دارد (سید جوادین، ۱۳۸۶: ۴۵۵).

انگیزش به فرایند درونی فرد گفته می‌شود که موجب رفتار فرد و هدایت آن در جهت می‌شود که سازمان بهره‌مند گردد (نائلی، ۱۳۷۲: ۴۸). انگیزش، رهبری کشش به سوی نتیجه و رضایتمندی همان نتیجه‌هایی است که تجربه می‌شود (طوسی، ۱۳۷۰: ۲۲). انگیزش، اصطلاحی عام برای تنظیم و سازمانیابی رفتارهای هدف جویانه و معطوف به ارضای نیازها است (افشاری راد، ۱۳۸۰، ۶۷).

آنچه از برآیند تعاریف انگیزش به دست می‌آید عبارت است از:

- آنچه به رفتار شخص نیرو می‌بخشد.

- آنچه رفتار را هدایت می‌کند و به آن جهت می‌دهد.

- چگونگی نگهداری و یا تقویت رفتار

هریک از این اجزا عامل مهمی در شناسایی رفتار انسان در فعالیتهای اوست.

نظریه‌های انگیزش

نظریه‌های انگیزش را عمدتاً به دو دسته نظریه‌های محتوایی و نظریه‌های فرایندی تقسیم می‌کنند. محتوایی بر مبنای انگیزه‌های رفتاری و فرایندی برای انگیزش در محیط کار به کار برده می‌شود. نظریه‌پردازان نیاز می‌گویند ما با مجموعه محدودی از نیازها متولد می‌شویم که به فعالیتهای گوناگون ما انرژی و جهت می‌دهد. آدلر^۳ (۱۹۳۹) معتقد بود، نیاز به غلبه کردن بر احساس حقارت، منبع همه تلاشهای انسان است. از نظر اریک فروم^۴ (۱۹۵۵) انسانها به عنوان موجودات زنده، دارای شماری از نیازهای فیزیولوژیکی پایداری هستند که برای حفظ بقا باید ارضا شود (شجاعی، ۱۳۹۱: ۴۵). نظریه پردازیهای مختلفی در این زمینه هست که مشهورترین نظریه‌های نیاز عبارت است از: سلسله مراتب نیازهای مازلو، نظریه ERG، نظریه فهرست نیازهای

1 - Motivation

2 - Move

3 - Adler

4 - Erich Fromm

ماری و نظریه نیازهای سه گانه .

با اینکه بخش قابل توجهی از نیازهای انسانها براساس نظریه های انگیزشی، شناسایی می شود در عمل ایجاد انگیزه فقط با شناسایی صرف نیازها و ارضای آنها براحتی امکانپذیر نیست. تفاوت نیازهای افراد و تغییر نیاز آنها با گذشت زمان از موانع عمده تحقیق این موضوع است. از طرفی بنا به دو ساحتی بودن انسان، علاوه بر نیازها و انگیزه های مادی، نیازها و انگیزه های غیرمادی را نیز باید در نظر گرفت در حالی که تمامی نظریه های یادشده، فاقد این نوع انگیزه ها است. انگیزه های خداخواهی، عدالت طلبی و کسب رضای الهی از این دسته است که به دلیل نوع نگاه و دیدگاه های مادی نظریه پردازان انگیزش به آنها توجهی نشده است. با توجه به اهمیت جنبه معنوی انسان به تقسیم بندی دیگری از انگیزش اشاره می شود که در برگیرنده این بعد وجودی انسان نیز هست.

سطوح انگیزش

به طور کلی سه سطح انگیزشی را در انسانها می توان تصور کرد:

۱- انگیزه های مادی

۲- انگیزه های معنوی

انگیزه های تلفیقی (آقا پیروز، خدمتی، بهشتی نژاد و شفیعی، ۱۳۸۵)

انگیزه های مادی

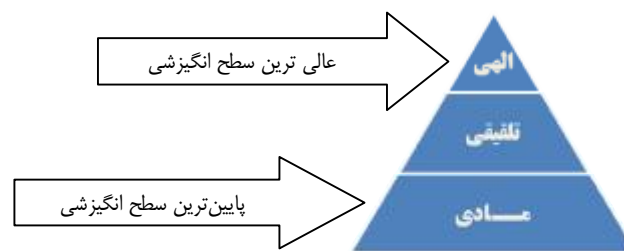
این نوع انگیزه ها صرفاً نیازهای مادی است که با ارضای آنها نیاز فرد تأمین می شود.

انگیزه های معنوی

انگیزه های معنوی انگیزه هایی نشأت گرفته از ایمان به مبدأ و معاد است که محور آنها را وجود مقدس پروردگار تشکیل می دهد. در این نوع انگیزه ها، نیازهای فطری و گرایشهای اصیل انسانی به معبود و محبوب حقیقی، قویترین عامل بروز و ظهور رفتارهای شایسته و پسندیده است. شدت و قوت این انگیزه ها به حدی است که می تواند نیازهای مادی را بی اثر کند و تحت الشعاع قرار دهد. انگیزه های تلفیقی

بعضی وقتها انگیزه هایی الهی پشتوانه انگیزه های مادی قرار می گیرد و انگیزه های مادی، درست در راستای انگیزه های الهی واقع می شود؛ مثلاً "اگر از کسی سؤال شود: چرا کار می کنی و در پاسخ بگوید برای تأمین معاش و یا تمول مالی؛ آن گاه اگر پرسیده شود: به چه انگیزه ای در پی

تأمین معاش خود و خانواده هستی یا برای چه به دنبال کسب مالی، در جواب بگوید: تأمین معاش مورد توصیه و رضای الهی است و خداوند از این کار خشنود می‌شود. ترتیبی از این گونه انگیزه‌ها به انگیزه‌های تلفیقی تعبیر می‌شود.



نمودار ۲: سلسله مراتب انگیزه‌ها

متغیرهای اساسی در انگیزش

همان گونه که قبلاً اشاره شد، انگیزش، نیرویی در درون انسان است که او را به رفتار و عمل خاصی متمایل می‌سازد. این برانگیختگی از عوامل زیادی تأثیرپذیری دارد. مهمترین متغیرهای اثرگذار بر انگیزش عبارت است از:

- ۱- باورهای دینی
- ۲- برخورد عادلانه
- ۳- تأمین مطلوب نیازهای معیشتی (مادی)
- ۴- جذابیت اهداف
- ۵- توجه، تمجید و تشویق
- ۶- طراحی مناسب شغل (آقا پیروز و همکاران، ۱۳۸۵: ۱۵۸)

انگیزه جذب در سازمانهای داوطلب مردمی

سازمانهای مردم نهاد در سایر نقاط دنیا عمدتاً با انگیزه‌های خیرخواهانه و در جهت خدمت به انسانها پدید می‌آیند؛ اما انگیزه سازمانهای مردمی در کشور ما عمدتاً براساس اعتقاد و باور به اسلام و با رویکرد دینی شکل گرفته و خدمت به مردم با توجه به روحیه ایثار و برقراری عدالت برگرفته

از آموزه‌های الهی اسلام شکل می‌گیرد. سازمانهای مردم نهاد (سمن‌ها) بر اساس اعتقاد دینی خود به مردم خدمت رسانی می‌کنند تا نظام اسلامی دچار آسیب نشود و اختلاف طبقاتی و اقتصادی میان افراد نباشد.

در ابتدا تصور می‌شد که داوطلبانه گرایی تنها از طریق انگیزه‌های نועدوستانه هدایت می‌شود؛ بدین معنی که داوطلب، دست و دل‌بازانه وقتش را بدون دغدغه نیازهای فردی، صرف این امور می‌کند. در حال حاضر مدارک نشان می‌دهد که انگیزه‌های داوطلبان بسیار پیچیده تر است (مجدانی و همکاران، ۱۳۹۰: ۶۶).

کلری و همکارانش (۱۹۹۸) برای توصیف انگیزه‌های داوطلبان عوامل ششگانه زیر را استخراج کرده‌اند:

- ۱ - عوامل محافظتی: خدماتی برای کاستن از حس گناه که در ثروتمندان بیش از دیگران است و مفری برای برونرفت مسائل فردی.
- ۲ - عوامل ارزشی: ایجاد فرصتهایی برای داوطلبان برای ابراز دغدغه‌های انسانی و نועدوستانه که در برابر دیگران دارند.
- ۳ - عوامل شغلی: ایجاد فرصتهایی برای آماده سازی مشاغل جدید یا حفظ و بهبود مهارتهای مرتبط با مشاغل
- ۴ - عوامل اجتماعی: بازتاب فرصتهایی برای بودن با دوستان خود یا یافتن دوستان جدید
- ۵ - عوامل فکری و فهمی: ایجاد فرصتهایی برای ارتقای دانش، مهارتها و تواناییهایی که به خودی خود و نه فقط برای شغل فردی ارزشمند است.
- ۶ - عوامل ارتقایی: جستجوی فرصتهایی برای پیشرفت فردی، رشد فردی و خودباوری

انگیزه جذب در ارتشهای مردمی دنیا

به طور کلی توده مردم زمانی برای عضویت در ارتشهای مردمی (بسیج) تمایل خواهند یافت که انگیزه و محرکهای لازم را برای پذیرش این مسئولیت داشته باشند. ضمن اینکه سنتها، فرهنگ و ایدئولوژی و طبیعت حاکم بر جوامع در این زمینه تأثیر مستقیمی دارد. بر این اساس نظامهای حاکم برکشورها با شناختی که از اوضاع حاکم بر جامعه تحت حکومت خویش دارند با تأکید بر انگیزه‌های معینی، مردم را به عضویت و سازماندهی ارتشهای مردمی تحریص و تشویق می‌کنند. این انگیزه‌ها عبارت است از: انگیزه‌های ایدئولوژیکی، انگیزه‌های ملی (ناسیونالیستی)، انگیزه‌های

انقلابی، انگیزه‌های سیاسی، انگیزه‌های مادی، انگیزه‌های امنیتی و اجبار (نظامی، ۱۳۸۳: ۳۵).

۱ - ۴ - ۷ - جذب در بسیج

به تمام اقدامات و مراحل که توسط رده های سازمان بسیج مستضعفین به منظور پذیرفتن و عضویت داوطلبان و فعالیت آنان در بسیج صورت می گیرد، اطلاق می شود. تشکلهای و گروه‌های انسانی بر خلاف سامانه‌های طبیعی و مکانیکی از پیچیدگی و وضع خاصی برخوردارند که حفظ و تقویت انگیزه‌های مشارکت فعال اجزای آنها در قالب یک کلیت، چندان آسان به نظر نمی‌رسد به طوری که باید با تدابیر و راهکارهای مناسب، فضایی پویا و پرنشاط را برای حضور فعال و باانگیزه و هدفمند اعضا فراهم آورد. از آنجا که قوام و دوام گروه‌ها و تشکلهای داوطلبانه به حضور فعال، خلاق و با انگیزه اعضا منوط است، بسیج هم به عنوان تشکلی داوطلبانه از این قاعده مستثنی نیست.

برنامه‌ریزی در سازمانهای داوطلبانه برخلاف سازمانهای رسمی و بوروکراتیک، مستلزم شناخت کافی از دامنه متغیرها و فرایندها و عوامل مؤثر و دخیل در فرایند انگیزشی جذب نیروی انسانی این سازمانهاست. چون بسیج نمونه‌ای در سطح خیلی وسیع، بزرگ و عالی از این سازمانهاست، مستلزم بررسیهای موشکافانه‌تر و دقیقتر برای جذب و جلب نظر افراد است. نتایج این پژوهش می‌تواند به راهکارهای جدید برای افزایش کمی و کیفی جذب در بسیج بینجامد.

۱ - ۵ - پیشینه پژوهشها

جدول شماره ۱: پیشینه تحقیق

| ردیف | نام پژوهشگر و سال | موضوع پژوهش | نتایج پژوهش |
|------|----------------------------|--|--|
| ۱ | محمد نبی منانی، ۱۳۸۰ | بررسی موانع جذب کارگران در بسیج اصفهان | میزان شناخت نسبت به بسیج، حضور رزمندگان در بسیج، تنوع مأموریتها و توسعه فعالیتهای بسیج در عرصه‌های مختلف جامعه تأثیر زیادی در جذب کارگران در بخش غیر صنفی دارد. |
| ۲ | نعمت اله محمدزاده، ۱۳۸۷ | عوامل مؤثر در جذب، سازماندهی و به کارگیری بانوان کرد به پایگاههای مقاومت مهاباد | مدیریت و عملکرد مسئولان بسیج در ارائه خدمات مؤثر و براساس شیوه انسانی، سازماندهی و به کارگیری بسیجیان متناسب با روحیات آنها و در عرصه‌های مأموریتی متفاوت افزایش جذب را بدنبال دارد. |
| ۳ | حسینعلی طوسی، ۱۳۹۱ | بررسی عوامل مؤثر در جذب نخبگان به بسیج | ۷عامل: مسائل معنوی و اعتقادی، انگیزه های درونی و انقلابی، منزلت اجتماعی بسیج، امتیازات، مراحل جذب، مشارکت دادن در تصمیم گیریها و فعالیتهای علمی و آموزشی مؤثر بر جذب مشخص شده است. |

پژوهشهای قبلی با تأکید بر برخی عوامل فرضی و اثبات صحت و سقم آنها پیگیری شده است؛ لذا به منظور مشخص کردن تمام عوامل مؤثر، نیاز به مطالعات گسترده تری بود. نتایج پژوهشهای قبلی در زمینه جذب، به چند عامل بیشتر منجر نشده است ولی نتیجه این پژوهش صرفاً آن هم در بعد سازمانی آن به چهارده عامل منتج گردیده است. نتایج قبلی به استثنای عوامل مادی، خدمات و امتیازات قانونی در این پژوهش تأیید شده است.

۱ - ۶ - الگوی پژوهش

با بررسی منابع کتابخانه‌ای و پژوهشها، در زمینه جذب و نتایج این پژوهش، عوامل سازمانی تأثیرگذار در جذب جوانان به بسیج مساجد به شرح زیر مشخص شده است:



نمودار ۳: الگوی پژوهش عوامل مؤثر در جذب جوانان به بسیج مساجد (نگارنده، ۱۳۹۳)

۲- روش پژوهش

در این تحقیق از روش اسنادی و کتابخانه‌ای و نظر نخبگان استفاده شده است. پس از تعیین عوامل مؤثر در جذب برای جمع‌آوری داده‌ها در سطح جامعه آماری، پرسشنامه‌ای براساس مقیاس پنج گزینه‌ای لیکرت (بسیار زیاد، زیاد، متوسط، کم، بسیار کم)، که میزان شدت و ضعف تأثیر را می‌رساند، تهیه شد. بر این اساس پرسشنامه این تحقیق شامل چهارده سؤال از نوع بسته‌ای پنج درجه‌ای لیکرت است.

۲ - ۱ - روش جمع‌آوری اطلاعات

برای گردآوری اطلاعات از شیوه پرسشنامه استفاده شد. با توجه به توزیع و پراکندگی جامعه آماری، دامنه افراد محدود به صاحب‌نظران و افراد درگیر در حوزه جذب شهرستان شامل تمام پایگاه‌های بسیج مساجد، حوزه‌ها، نواحی سه گانه شهر تبریز و ستاد سپاه استانی تعیین، و از روش نمونه‌گیری تصادفی سهمیه‌ای استفاده شد.

۲ - ۲ - جامعه و نمونه آماری

جامعه آماری این تحقیق شامل فرماندهان، مسئولان نیروی انسانی و آموزش بسیج، امام جماعت و معتمد مساجدی که در شهر تبریز دارای پایگاه بسیج هستند در سال ۱۳۹۲ بر اساس اطلاعات و آمار احراز شده ۱۹۳۰ نفر هستند. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران ۲۳۴ نفر برآورد شده است.

۳ - یافته‌های پژوهش

بررسی خروجی جدولها و نمودارها نتایج زیر را نشان می‌دهد:

از ۲۳۴ نفر نمونه آماری پاسخگو، ۳۷ نفر (۱۵/۸ درصد) روحانی امام جماعت مسجد، فرمانده بسیج ۵۳ نفر (۲۲/۶ درصد)، مسئول نیروی انسانی در بسیج ۵۳ نفر (۲۲/۶ درصد)، مسئول آموزش بسیج ۵۴ نفر (۲۳/۱ درصد) و معتمد مسجد ۳۷ نفر (۱۵/۸ درصد) را تشکیل می‌دهند که نشان می‌دهد پاسخگویان از نظر سمت برای پاسخگویی سؤالات تحقیق مناسب هستند.

بر اساس جدول توزیع فراوانی تحصیلات پاسخگویان، ۲۰/۶ درصد پاسخگویان دیپلم و پایین‌تر، ۱۹/۷ درصد کاردانی، ۳۷/۳ درصد کارشناسی، ۱۰/۹ ارشد و بالاتر و ۱۱/۴ درصد از پاسخگویان دارای تحصیلات حوزوی هستند که بیشترین درصد را افراد دارای تحصیلات کارشناسی و بالاتر به خود اختصاص داده است. این موضوع که دست اندر کاران درگیر حوزه جذب تحصیلات خوبی دارند، بستر خوبی برای اجرای آرمانهای بسیج از جمله جذب همگانی است؛ با این اوصاف پاسخگویان از نظر تحصیلات نیز برای پاسخگویی به سؤالات تحقیق مناسب هستند.

بر اساس جدول توزیع فراوانی شغل پاسخگویان، ۴۱/۹ درصد پاسخگویان کارمند، ۳۱/۶

درصد دارای مشاغل آزاد، ۲۲/۸ دارای سایر مشاغل و ۸/۱ درصد نیز شغل خود را عنوان نکرده‌اند.

جدول توزیع فراوانی سن پاسخگویان نیز نشان می‌دهد که ۴۰/۲ درصد پاسخگویان ۳۰ سال و کمتر، ۲۹/۷ درصد ۳۱ تا ۴۰ سال، ۱۹/۸ درصد بین ۴۱ تا ۵۰ سال و ۱۰/۳ درصد پاسخگویان ۵۱ سال و بیشتر دارند.

براساس توزیع فراوانی محل سکونت پاسخگویان، ۵۰ نفر (۲۱/۴ درصد) از پاسخگویان ساکن بالاشهر، ۱۱۹ نفر (۵۰/۹) ساکن مرکز شهر و ۶۵ نفر (۲۷/۸) نیز ساکن پایین شهر هستند. نکته قابل توجه در این فراوانی این است که به‌رغم پراکندگی نمونه آماری در کل نقاط شهر، درصد قابل توجهی از پاسخگویان به مرکز شهر مربوط هستند. و کسری مسئولان پایگاه‌ها و حوزه‌های بالا و پایین شهر را مرکز شهر تأمین نموده است. نکته دیگر درصد زیاد فراوانی پاسخگویان از مرکزیت شهر، نتایج را از لحاظ طبقات اجتماعی محکم و قابل تعمیم می‌کند.

پس از گردآوری اطلاعات با آزمونهای آماری و با بیان فرضیه‌های مختلف، عوامل سازمانی مؤثر در جذب جوانان به بسیج مساجد شهر تبریز مورد سنجش و آزمون قرار گرفته است.

جدول ۱: شاخصهای مربوط به متغیر عوامل سازمانی

| مقدار | شاخص | مقدار | شاخص | مقدار | شاخص |
|-------|--------|-------|--------------|-------|---------|
| ۵/۰۰ | حداکثر | ۵۰۵/ | انحراف معیار | ۴/۱۲ | میانگین |
| ۲۱۸ | تعداد | ۲/۷۱ | دامنه تغییر | ۴/۲۱ | میانه |
| | | ۲/۲۹ | حداقل | ۴/۲۹ | نما |

میانگین مربوط به متغیر عوامل سازمانی (۴.۱۲) است که با توجه به دامنه تغییر (۲.۷۱) و حداقل (۲.۲۹) و حداکثر (۵.۰۰) این میانگین از میانگین متوسط (۳/۰۰) بیشتر است؛ یعنی پاسخگویان تأثیر عوامل سازمانی را در جذب جوانان به بسیج مساجد شهر تبریز در حد زیاد ارزیابی کردند.

۳-۱ - تحلیل استنباطی دادهها مرتبط با متغیرهای تحقیق

با توجه به اینکه سؤالات مقیاسها در سطح رتبه‌ای اندازه‌گیری شده است، پس از جمع، مشخصات یک متغیر فاصله‌ای را پیدا می‌کند؛ اما برای استفاده از آماره‌های پارامتریک باید توزیع مقیاس از توزیع نرمال پیروی کند؛ لذا بدین منظور آزمون نرمالیت محاسبه شد که نتایج آن در

جدول ذیل آمده است:

جدول ۲: آزمون کولموگروف اسمیرنف (تست نرمالیته)

| | |
|------------------|---------|
| عوامل سازمانی | |
| تعداد | ۲۱۸ |
| میانگین | ۴/۱۲۴۵ |
| انحراف معیار | ۰/۵۰۵۴۴ |
| آماره Z | ۱/۶۴۴ |
| معنی داری دوسویه | ۰/۰۰۹ |

معنی داری جدول، نشان می‌دهد که مقیاسها دارای توزیع غیرنرمال بوده است و ما مجاز به استفاده از آزمونهای ناپارامتریک هستیم.

۳ - ۲ - فرضیه

عوامل سازمانی در جذب جوانان به بسیج مساجد شهر تبریز تأثیرگذار بوده است.

جدول ۳: آزمون دو جمله ای عوامل سازمانی

| معنی داری | درصد مورد نظر | درصد مشاهده شده | فراوانی | مقوله | گروه‌ها |
|-----------|---------------|-----------------|---------|----------|---------------|
| ۰/۰۰۰ | ۰/۵۰ | ۰/۰۴ | ۸ | ≤ 3 | گروه اول |
| | | ۰/۹۶ | ۲۱۰ | > 3 | گروه دوم |
| | | ۱/۰۰ | ۲۱۸ | جمع | عوامل سازمانی |

ملاحظه می‌شود معنی داری شاخص عوامل سازمانی از معنی داری در سطح آلفای ۵ درصد کوچکتر است و نسبت گروه اول دارای نمره کمتر یا مساوی گزینه متوسط (۳) و گروه دوم نمره بیشتر از گزینه متوسط (۳) (۴ به ۹۶ است؛ این بدان معنی است که عوامل سازمانی در جذب جوانان به بسیج مساجد شهر تبریز تأثیر زیادی دارد.

جدول ۴: نتایج آزمون فریدمن برای عوامل سازمانی

| مقدار | نوع آزمون | |
|---------|------------------|---------------|
| ۲۱۸ | تعداد | |
| ۲۷۲/۲۷۸ | آماره کای اسکوئر | عوامل سازمانی |
| ۱۳ | درجه آزادی | |
| ۰/۰۰۰ | معنی داری | |

نتایج جدول نشان می‌دهد، معنی داری عوامل سازمانی از معنی داری در سطح آلفای ۰۰۵ کوچکتر است؛ لذا بین تأثیر عوامل سازمانی تفاوت معنی داری هست. جزئیات این رابطه در جدول ذیل آمده است:

جدول ۵: رتبه میانگینی

| رتبه میانگینی | گویه ها |
|---------------|--|
| ۹/۳۸ | عملکرد و مدیریت فرمانده پایگاه |
| ۹/۳۱ | تعامل مثبت و ارتباط فرمانده و اعضای پایگاه با دیگران |
| ۸/۴۰ | مشارکت دادن فعال جوانان در تصمیم‌گیریها و فعالیتها |
| ۸/۱۱ | داشتن برنامه و کار برای همه اعضای بسیج |
| ۷/۷۵ | جایگاه و منزلت اجتماعی بسیج و بسیجی در جامعه |
| ۷/۷۱ | تقویت کمی و کیفی اردوهای بسیج |
| ۷/۵۳ | برنامه‌ریزی بسیج به منظور رشد و تعالی داوطلبان |
| ۷/۳۴ | تعامل مثبت بسیج مساجد با مدارس و دانشگاه‌ها |
| ۷/۲۶ | آموزشهای توانمندسازی مهارتی و اشتغال |
| ۷/۱۷ | اطلاع رسانی خوب و بموقع از فعالیتهای بسیج در سطح جامعه |
| ۶/۷۲ | آموزشهای نظامی، رزمایشها، ایست بازرسی و ... |
| ۶/۵۸ | آسان بودن مراحل پذیرش و جذب در بسیج |
| ۶/۵۳ | توجه بسیج به تربیت بدنی |
| ۵/۲۱ | فعالتهای امدادی و سازندگی بسیج |

جدول رتبه میانگینی عوامل سازمانی را به ترتیب از بیشترین تا کمترین نشان می‌دهد. عملکرد فرمانده پایگاه بیشترین تأثیر، و فعالیتهای امدادی و سازندگی بسیج، کمترین تأثیر را دارد.

۴ - بحث و نتیجه گیری

فلسفه وجودی سازمان بسیج برای تحقق جامعه اسلامی است. دستیابی به این هدف بزرگ با تحقق بسیج منابع انسانی کشور در قالب بسیج ده‌ها میلیونی و با تربیت و تقویت نیروهای تراز انقلاب در میان سطوح آن امکانپذیر است؛ بنابراین با طرحریزی نیروی انسانی بسیج بویژه در حوزه جذب، باید توسعه و تعالی کمی و کیفی بسیج آحاد ملت ایران بویژه جوانان را برای رسیدن به این قله آرمانی هموار کرد.

مسئله این پژوهش، تعیین عوامل مؤثر در جذب جوانان به بسیج مساجد است. عوامل چهارده‌گانه یاد شده عوامل مؤثر بر جذب در حوزه سازمانی است. با وجود اثبات تأثیر همه گویه‌ها در جذب، تقدم و تأخر تأثیرات آنها براساس جدول رتبه میانگینی، قابل ملاحظه است. همان‌گونه که مشاهده می‌شود، فرمانده پایگاه بیشترین تأثیر و فعالیتهای امدادی و سازندگی بسیج کمترین تأثیر را دارد. با ملاحظه نتایج تحقیق، پیشنهادهای زیر به منظور کاربرد و غنای بیشتر موضوع ایفاد می‌شود:

- اصلاح روش انتخاب فرماندهان پایگاه و حوزه و توجه به شروط مشروعیت و مقبولیت؛ به‌طور مثال سه نفر از واجدان شرایط توسط بسیج مشخص و انتخاب نهایی با نظر شورای حوزه و پایگاه صورت پذیرد. فرمانده منتخب به دلیل مشارکت و نقش مستقیم زیر مجموعه از حمایت و پشتیبانی بیشتری برخوردار خواهد بود.

- با اینکه عواملی غیر از عوامل سازمانی هم در جذب تأثیر دارد و برطرف کردن همه آنها نیازمند عزم ملی است، توجه و همت مضاعف در تقویت وضع موجود و حسن اجرای برنامه‌های جاری، بخش عمده‌ای از انتظارات را در خصوص جذب جوانان به بسیج مساجد محقق خواهد ساخت.

- افزایش توانمندی و مدیریت فرماندهان و شورای پایگاه به شیوه‌های مختلف و حمایت و پشتیبانی از آنها در اجرای برنامه‌ها

- استفاده حداکثری، بهینه و بموقع از ظرفیتهای اطلاع‌رسانی در خصوص برنامه‌های جاری

بسیج

- مدیریت متمرکز و تصمیم‌گیری در اتاق بسته برای نسل جوان امروزی، پاسخگو نیست؛ لذا

ضمن استفاده از شیوه‌های نوین مدیریتی، مشارکت دادن و استفاده از نظر جوانان مورد تأکید قرار گیرد.

- با توجه به وجود خلأ در مباحث نظری و نظریه‌پردازی در خصوص جذب نیروهای داوطلب مردمی و معطوف شدن نگاه و توجه اغلب اندیشمندان علم مدیریت منابع انسانی در جذب به نیروهای موظفی و استخدامی و نیاز جامعه به جلب مشارکت همگانی بویژه در مکتب ما ضرورتی انکارناپذیر و مؤکد است؛ پس پرداختن به این موضوعات نه تنها در مراکز بسیج، بلکه توجه و تمرکز تمام مراکز دانشگاهی و حوزوی کشور را می‌طلبد.

یادداشتها

۱ - دستورالعمل جذب نیروی مقاومت ۱۳۸۴.

منابع

- آزاد ارمکی، تقی (۱۳۷۲). درآمدی بر بسیج شناسی اجتماعی. مجله علمی پژوهشی بسیج. ش ۱.
- آقا پیروز، علی؛ خدمتی؛ شفیع؛ بهشتی نژاد (۱۳۸۵). مدیریت در اسلام. ج چهارم. قم: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.
- افشاری راد، مسعود (۱۳۸۰). عوامل مؤثر بر جذب دانشجویان به بسیج دانشجویی در دانشگاههای زنجان. پایان نامه کارشناسی ارشد دافوس مقاومت.
- بشیریه، حسین (۱۳۷۲). انقلاب و بسیج سیاسی. تهران: دانشگاه تهران.
- بیانات رهبر معظم انقلاب اسلامی در دیدار با فرماندهان نیروی مقاومت بسیج. ۱۳۶۹/۹/۱
- بیانات مقام معظم رهبری در دیدار با فرماندهان بسیج سراسر کشور. ۱۳۷۱/۸/۲۷
- خانی، مهدی (۱۳۸۰). درآمدی بر شناخت بسیج، دستورالعمل جامع سازماندهی بسیج. تهران: مؤسسه فرهنگ و دانش.
- دهخدا، علی اکبر (۱۳۷۳). لغت نامه دهخدا. تهران: دانشگاه تهران.
- سعادت، اسفندیار (۱۳۷۵). مدیریت منابع انسانی. تهران: انتشارات سمت.
- سید جوادین، سیدرضا (۱۳۸۶). تئوری های مدیریت. ج سوم. تهران: نگاه دانش.
- شجاعی، محمدصادق (۱۳۹۱). انگیزش و هیجان: نظریه‌های روان شناختی و دینی. قم: سبحان.
- شهلائی، ناصر (۱۳۸۸). چگونه سازمان یادگیرنده شویم؟. تهران: انتشارات دافوس ارتش.
- طاهری، حسن (۱۳۸۱). بررسی عوامل انگیزشی مؤثر بر جذب نوجوانان و جوانان در بسیج. پایان نامه کارشناسی ارشد، دافوس.

- طوسی، محمدعلی (۱۳۷۰). اصول مدیریت. تهران: مرکز آموزش مدیریت دولتی. ش ۲۲.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۸۶). جامعه‌شناسی. ترجمه صبوری. تهران: نشر نی.
- مجدانی، لیلا؛ عبدالملکی، هادی؛ عزیززاده، فاطمه (۱۳۹۰). عوامل مؤثر بر انگیزه‌های حضور و مشارکت در برنامه‌های بسیج. فصلنامه مطالعات بسیج. ش ۵۱ و ۶۶.
- مردمی، ابوالقاسم (۱۳۹۰). طراحی الگوی تحقق بسیج ده‌ها میلیونی. رساله دکتری. تهران: دانشگاه امام حسین (ع) معین، محمد (۱۳۶۳). فرهنگ فارسی. تهران: امیرکبیر.
- نائل، محمدعلی (۱۳۷۲). نظریه عاملیت در انگیزش کار. فصلنامه مرکز آموزش مدیریت دولتی. ش ۴۸.
- نظامی، قدیر (۱۳۸۳). نحوه جذب، سازماندهی و به کارگیری نیروهای مردمی در ایران و جهان. تهران: مرکز برنامه ریزی و تألیف کتابهای درسی سپاه پاسداران انقلاب اسلامی.

