

بررسی تاثیر سازمان‌های غیر دولتی بر رفتار فرهنگی جوانان

دکتر حسین مظفر

عضو هیئت علمی مدعو دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات - مسئول مکاتبات

حسین فنادیان

دانشجوی دکتری مدیریت و برنامه ریزی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات

چکیده

این پژوهش، با هدف بررسی تأثیر سازمان‌های غیر دولتی بر رفتار فرهنگی جوانان، جامعه آماری متشکل از اعضای رده سنی ۱۵-۲۹ ساله سازمان‌های غیر دولتی جوانان مجوزدار را به روش توصیفی-تحلیلی مورد آزمون قرار داده است. در پژوهش حاضر، هشت مولفه، رفتار عقلایی، رفتار جمعی و مشارکت جویانه، رفتار برنامه ریزی شده، رفتار مسئولانه و وجدانی، رفتار مدنی، رفتار هدفمندانه و امیدوارانه، رفتار رشد یابنده و رفتار قدرشناسانه را در بین پاسخگویان بررسی کرده و فرضیه‌های پژوهش را مورد آزمون قرار داده است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که، سازمان‌های غیر دولتی بر رفتار فرهنگی-اجتماعی اعضا و مدیریت بر رفتار فرهنگی جوانان تأثیری نداشته‌اند ولی توانسته‌اند در توانمندسازی اجتماعی و تقویت روحیه مشارکت و همچنین توسعه فرهنگ عمومی جوانان نقش موثری داشته باشند.

واژگان کلیدی

سازمان‌های غیر دولتی، جوانان، رفتار فرهنگی، رفتار اجتماعی.

مقدمه

یکی از این پدیده‌های اجتماعی، اجتماعات انسانی کوچک و بزرگی بوده‌اند که تحت عناوینی همچون گروه، هیئت، انجمن، باشگاه و... با اهداف مشترک شکل گرفته‌اند.

این‌ها علاوه بر کارکردهای تخصصی و حرکت به سوی اهداف معین، بصورت ضمنی و غیر مستقیم نیز تأثیراتی را در حوزه فرهنگی و فرهنگ سازی فردی و اجتماعی داشته‌اند.

رشد و گسترش سازمانهای غیر دولتی در عرصه ملی و جهانی که نوع تکامل یافته و امروزی همان اجتماعات انسانی سابق الذکر هستند، توانسته است زمینه حضور مردم وعلاقه‌مندان به مشارکت در امور زندگی اجتماعی را بیش از گذشته فراهم آورد. به اعتقاد نویسندگان این سازمانها می‌توانند کارکردهای فرهنگی در سطح فردی، اجتماعی و توسعه فرهنگ ملی داشته باشند.

در حال حاضر سازمانهای غیر دولتی جوانان که در جامعه ما بر اساس اراده مشترک جوانان و با اهداف گوناگون شکل گرفته و روز به روز هم بر کمیت و کیفیت آنها افزوده می‌شود، قابلیت و ظرفیت آن را دارند که از آنها در عرصه فرهنگ سازی فردی، اجتماعی و بازیابی هویت فرهنگی جامعه بهره‌گیری شود.

ناشناخته بودن کارایی و سهم این سازمانها در شکل‌دهی رفتار فرهنگی جوانان (فردی - اجتماعی) از یکسو بخشی از توان و ظرفیت آنان را بلا استفاده گذاشته و از سوی دیگر در حوزه مدیریت فرهنگی کشور جایگاه و نقش مؤثر خود را پیدا نکرده است.

این پژوهش بر آن است تا تأثیرات سازمانهای غیر دولتی جوانان را بر رفتارهای فرهنگی جوانان مورد بررسی قرار داده و از این طریق حساسیت مدیریت نظام را در نقش آفرینی این قبیل سازمانها در عرصه فرهنگی جامعه برانگیزاند.

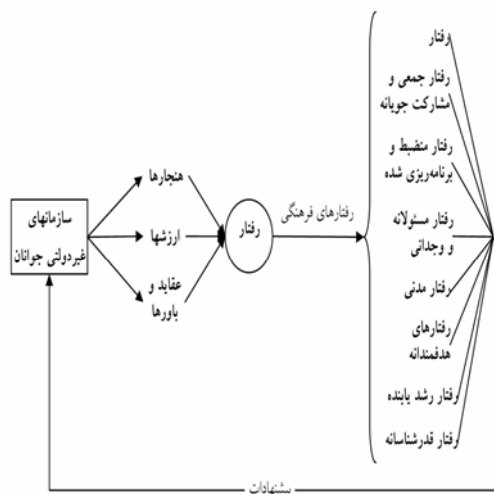
مدیریت بر فرهنگ، هدایت و تأثیرگذاری بر شاخصه‌های آن، شکل‌دهنده رفتار فردی و اجتماعی انسان‌ها، جمعیت‌ها و کلید اصلی توسعه، پیشرفت و دستیابی به قدرت اجتماعی، سیاسی و ملی است. شناسایی، دستیابی و بکارگیری شیوه‌های مدیریتی نوین بر جمعیت‌های بشری، گروه‌های انسانی، در گسترش آموزه‌های فرهنگی، اشاعه و تعمیق تربیت فرهنگی آحاد جامعه، به ویژه تربیت و رفتار فرهنگی جوانان که ویژگی‌های خاصی دارند تأثیر بسزایی دارد.

اکنون که جامعه ما با چالش جدی فرهنگی خصوصاً در حوزه جوانان مواجه، و به اعتقاد برخی صاحب‌نظران حتی مرزهای هویت ملی، دینی و شخصیتی آنان را با مخاطره مواجه نموده است، باید برای ترمیم و بازسازی هویت آنان که کلید اصلی توسعه درون‌زا و پایدار است، اقدامی منطقی، فراگیر و مسئولانه داشت. از سویی با تأمل در افکار و اندیشه انسان‌شناسان، فرهنگ‌شناسان، جامعه‌شناسان و رویکردی که به مقوله فرهنگ داشته‌اند می‌توان گفت، هویت یک ملت یا یک فرد، تبلور فرهنگ ملی یا فردی است. در دیدگاه اسلامی نیز به استناد آیه «قل کل یعلم علی شاکلته» (قرآن کریم، سوره اسراء، آیه ۸۲) بر این امر صرحه گذاشته شده است.

پس ناگزیر باید برای بازیابی هویت به مقوله فرهنگ و تربیت فرهنگی جوانان پرداخت. در طول تاریخ حیات بشری، برای تربیت فرهنگی روشها و مکانیزم‌های متعدد و متنوعی پیشنهاد و به کار گرفته شده است. این در حالی است که بعضی از پدیده‌ها و فرایندها در حیات اجتماعی بشر وجود داشته که بصورت مستقیم و خاص بعنوان یک روش فرهنگی و تربیتی مورد توجه نبوده ولی بصورت غیر مستقیم کارکرد فرهنگی داشته‌اند.

و تئوری فرهنگ سازمان استانی دیویس، شاخصه‌های رفتار فرهنگی جوانان مورد سنجش و آزمون قرار گرفته است.

شکل (۱): مدل مفهومی



تعریف رفتار

رفتار به اعمال مختلف درونی و بیرونی انسان اطلاق می‌شود. روانشناسان رفتارها را به دو دسته تقسیم کرده‌اند. (سیف، ۱۳۷۴، ۵۰)

۱) رفتارهای آشکار: رفتار آشکار به اعمالی که مستقیماً قابل مشاهده هستند گفته می‌شود. مانند صحبت کردن، نوشتن، راه رفتن، و نظیر آنها.
 ۲) رفتارهای نهان: رفتار نهان به اعمال درونی فرد که بطور مستقیم قابل مشاهده نیستند گفته می‌شود. مانند یادآوری، تفکر، تخیل.

از طریق رفتارهای آشکار به رفتارهای نهان می‌توان پی برد. هر چند برخی از روانشناسان برای رفتار آشکار اهمیت بیشتری قائل می‌شوند و گروهی دیگر به رفتارهای نهان. به همین دلیل روانشناسان شناخت‌گرا، رفتار را بصورت وسیله یا سرنخی برای استنباط و استنتاج پدیده‌های شناختی یا آنچه در ذهن انسان می‌گذرد مورد توجه قرار می‌دهند. به تعبیر دیگر به اعتقاد آنان، رفتار آدمی ناشی از فرآیندهای ذهنی اوست. (سیف، ۱۳۷۴، ۵۰)

سؤال‌های اساسی پژوهش

- ۱) آیا سازمان‌های غیردولتی جوانان توانسته‌اند در بهبود وضعیت رفتارهای فرهنگی، اجتماعی جوانان تأثیر مثبت داشته باشند؟
- ۲) آیا سازمان‌های غیردولتی جوانان توانسته‌اند در توانمندسازی اجتماعی و تقویت روحیه مشارکت جویی جوانان تأثیر مثبت داشته باشند؟
- ۳) سازمان‌های غیردولتی جوانان در توسعه فرهنگ عمومی جوانان تأثیر مثبت داشته‌اند؟

فرضیات پژوهش

- فرضیه اول: سازمان‌های غیر دولتی جوانان تأثیر مثبت و ارتقایی بر رفتار فرهنگی جوانان دارند.
 فرضیه دوم: سازمان‌های غیردولتی جوانان در تقویت روحیه مشارکت جویی جوانان و توانمندسازی اجتماعی آنان تأثیر مثبت دارند.
 فرضیه سوم: سازمان‌های غیردولتی جوانان در توسعه فرهنگ عمومی جوانان تأثیر مثبت دارند.

متغیرهای پژوهش

در این پژوهش به متغیرهایی که نقش اساسی در محتوای موضوع دارند توجه می‌شود. این متغیرها عبارت است از:
 ۱) متغیر مستقل: سازمان‌های غیردولتی جوانان که از سازمان ملی جوانان مجوز فعالیت دریافت کرده و در موضوعات مختلف فعالیت می‌کنند.
 ۲) متغیر وابسته: رفتار فرهنگی جوانان به عنوان متغیر وابسته پژوهش می‌باشد.

مدل مفهومی پژوهش

با توجه به کارکردهای سازمان غیردولتی جوانان که در ابتدای فصل دوم به آن اشاره کردیم، و مبانی نظری آورده شده خصوصاً تئوری ایفای نقش اورینگ گافمن

فردی و گروهی رابطه مستقیم دارد. به این سبب است که متخصصان بالندگی سازمان تلاش می‌کنند تا نگرشها، ارزشها، الگوهای رفتاری افراد و گروه‌های کار را برای ایجاد همکاری بیشتر در میان اعضای سازمان هدایت کنند.

(۲) اصول نظریه تالگوت پارسنز در تئوری عمل. پارسنز در تئوری عمل چنین می‌گوید:

(الف) در هر کنش عمل‌کننده‌ای وجود دارد؛

(ب) هر کنش متوجه هدف می‌باشد؛

(ج) هدف عبارت است از اموری که جهت کنش به آن رواست؛

(د) هنگامی که کنش به هدف متمایل است دو عنصر اساسی قابل تمیز است:

(I) شرایط عناصری از وضعیت که فرد بر آنها کنترل ندارد؛

(II) وسایل، عناصری از وضعیت که فرد بر آنها کنترل دارد؛

(ه) در هر واکنش هنجارهایی وجود دارد که عامل را در انتخاب وسایل جهت میل به اهداف هدایت می‌کند؛

در حقیقت پارسنز عمل‌کننده‌ای را در نظر دارد که به دنبال هدفی است و هنجارها او را در انتخاب ابزار و وسایل جهت نیل به هدف یاری می‌دهند، اما توانایی فرد نیز در این میان، در انتخاب وسایل نیل به هدف تأثیر خاص خود را دارد. او ساخت اجتماعی را به عنوان واقعیت خارجی عامل مؤثر بر کنش فرد شناخته و از طرف دیگر با نگاه واقع بینانه، خلاقیت و قابلیت‌های فردی را نیز در کنش فرد مؤثر می‌داند.

او در کتاب «ساختار عمل اجتماعی» می‌گوید با اینکه انسان در ساختن واقعیت اجتماعی خود نقش فعالانه‌ای را بر عهده دارد، اما از آزادی عمل کامل و خود مختاری تام برخوردار نیست، اهداف، شرایط و هنجارها در انقیاد و آزادی فردی دخالت تامه دارد.

به نظر عده‌ای از علمای علوم اجتماعی، فرهنگ و معتقدات افراد عامل مؤثری در طرز سلوک و رفتار آنان به شمار می‌رود. آنان می‌گویند رفتار انسان تحت تأثیر احساسات، ادراکات، امیال، انگیزه‌ها، طرز برخورد، ارزشها و هدفهای فردی قرار می‌گیرد. به عبارت دیگر این عوامل عناصر تشکیل دهنده رفتار فردی به شمار می‌روند. (افتداری ۱۳۷۸، ۵۴)

آنچه که در این پژوهش بعنوان شاخصه رفتار فرهنگی مورد سنجش قرار می‌گیرد، ناظر بر جنبه درونی رفتار انسان می‌باشد. بنابراین مدیریت بر رفتار فرهنگی در این پژوهش به معنی برنامه‌ریزی برای به خدمت گرفتن تمام منابع و توانمندیهای سازمان غیردولتی جوانان برای هماهنگی، هدایت و راهبری، نظارت و تقویت رفتارهایی از اعضاء سازمان غیردولتی جوانان که جنبه درونی دارد است.

ادبیات پژوهش

(۱) نظریه رفتاری نئوکلاسیکها

نهضت رفتار گرایی یا اصول روابط انسانی که تحت رهبری التون مایو شروع شد، بر خلاف نظریه‌های کلاسیک مدیریت، که فرد را انسان اقتصادی فرض می‌کرد و اعتقاد داشت که صرفاً تحت تأثیر انگیزه‌های مادی قرار دارد و کلیه رفتارهای فرد و انگیزش او را در سازمان با منطق اقتصادی قابل توجیه می‌دانست، ابعاد دیگر وجودی انسان همچون روانشناسی، جامعه‌شناسی، مردم‌شناسی و سایر رشته‌های علوم اجتماعی را مورد توجه قرار داد. (افتداری ۱۳۷۸، ۵۴)

پذیرش گسترده جنبش روابط انسانی به شکل‌گیری رشته‌ای نو به نام علوم رفتاری منجر شد. (دولان و شولر ۱۳۷۸)

مشخصه اساسی نظریه علوم رفتاری این است که بهره‌وری با احساس روحی، انگیزش و رضایت شغلی

۳) تئوری ایفای نقش - اورینگ گافمن

گفتن، کار با یک ماشین، یا داد و ستد و... است که فرد در سازمان انجام می‌دهد. تعامل یعنی برقراری روابط دو جانبه یا دادوستد مثل ارتباط و تماس بین افراد که در پاسخ به هم با هم رابطه برقرار می‌کنند. افکار و احساسات که از اعتقادات، ایده‌ها، نگرشها و احساساتی که فرد درباره کارش و همچنین افراد دیگر که درگیر آن کار هستند، پدید می‌آید. (میرکمالی، ۱۳۷۸: ۱۴۹)

مفهوم گروه مرجع، نخستین بار توسط هومنز جامعه‌شناس آمریکایی بکار رفت. او برای مفهوم سازی گروه مرجع ابتدا مسئله پایگاه ذهنی افراد را مطرح می‌کند. در نظر او پایگاه ذهنی فرد به مفهوم پایگاهی است که فرد فکر می‌کند بدان تعلق دارد. او معتقد است که گروه ذهنی و عضویت در گروه واقعی افراد غالباً متفاوت است. آنها خود را از نظر ذهنی به گروه‌هایی نسبت می‌دهند که عملاً در آن عضویت ندارند، لذا باید بین گروه‌های عضویتی یعنی گروهی که فرد در واقع متعلق به آن است و گروه مرجع که فرد به صورت ذهنی خود را بدان متعلق می‌داند تمیز قائل شد. (ابن‌الدین حمیدی ۱۳۸۳، ۶۴)

- تئوری گروه مرجع مورتن

افراد مایلند عضو گروهی باشند که به آن تمایل و علاقه دارند، این تمایل سبب می‌شود گرچه عضو گروه نمی‌شوند اما ارزش‌ها و باورهای گروه مورد علاقه را پذیرفته و بدان عمل نمایند. گروه مرجع می‌تواند عضویتی و یا غیر عضویتی باشد. به نظر مورتن مسئله مهمی که درباره گروه مرجع مورد توجه قرار می‌گیرد. این است که بررسی کنیم چه عامل یا عواملی تعیین می‌کند که افراد، گروه مرجع خود را از بین گروه‌های عضویتی و یا غیر عضویتی انتخاب کنند. در این فرضیه مورتن به چهار عامل عمده اشاره دارد (ابن‌الدین حمیدی ۱۳۸۳، ۶۵)

اورینگ گافمن با وضع چارچوبی خاص به تحلیل تعامل اجتماعی می‌پردازد. در این تحلیل، کنش متقابل بین انسانها شبیه به ایفای نقش در صحنه تئاتر یا نمایش مجسم شده است. گافمن در مهمترین اثر خود با عنوان «گزارش خود در هر روز زندگی» سعی نموده است راهها و طرق مختلف و پیچیده‌ای که از آن طریق انسانها تصورات و پندارهایی از خود را که در برخورد با عامه، مهم می‌سازد نمایش می‌دهد. گافمن معتقد است در زندگی روزمره همانند بازیگران صحنه تئاتر و نمایش سعی در نشان دادن و ارائه تصویری از خود به دیگرانی است که با آنها در ارتباط می‌باشند و مشاهده گر او هستند.

به نظر گافمن اعمال و رفتار ما تحت تأثیر محیط خارج به گونه‌ای شکل می‌گیرد که فرد همواره متمایل به این است که در ارتباط با دیگران طوری رفتار کند که در اذهان و انظار طرف مقابل خوش آیند جلوه کرده و تأثیر خوب و مطلوبی بر دیگران، خصوصاً افرادی که برای فرد مهم و با اهمیت هستند بگذارد.

برای نیل به این هدف فرد غالباً سعی دارد که جنبه‌های ناخوشایند و نامطلوب رفتار و کردار خود را از انظار پوشیده داشته و آن جنبه‌هایی را به نمایش گذارد که حداکثر تأثیر را بر دیگران داشته باشد و متقابلاً دیگران را به رفتاری مناسب وا دارد. از این رو گافمن معتقد است ما آن هستیم که وانمود می‌کنیم باشیم و این در فرآیند نقش دیگران و انتظارات آنها از ما بسیار مهم و تعیین کننده است.

نظریه گروه مرجع و ویژگی‌های گروه هومنز

هومنز سه ویژگی رفتاری برای گروه قایل است. او می‌گوید، وقتی مردم در یک سیستم اجتماعی کار می‌کنند دارای فعالیت، تعامل و افکار و احساسات هستند. فعالیت‌ها شامل تمام کارهایی مانند سخن

- ۱) هر چه توانایی گروه غير عضويتی جهت ارج‌گذاري و اعطای ارزش و منزلت به فرد نسبت به توانایی گروه عضويتی فرد بیشتر باشد احتمال اين که فرد گروه غير عضويتی را بعنوان گروه بپذيرد بیشتر است؛
- ۲) هر چه فرد نسبت به گروه عضويتی خود مرکزيت کمتری داشته باشد و به عبارتی منزوی‌تر يا حاشیه‌ای‌تر باشد احتمال اينکه گروه‌های غير عضويتی را بعنوان گروه مرجع و جهت انتساب به آنها بپذيرد زياد است؛
- ۳) هر چه سيستم اجتماعی دارای ميزان بالا و ظرفيت بیشتری از تحرک باشد و به عبارتی موقعيتهای اجتماعی سریعتر و سهل‌تر تغيير کند، ميل افراد به انتساب و تعلق به گروه‌های غير عضويتی بعنوان گروه مرجع بیشتر است؛
- ۴) ویژگی شخصیتی فرد در قبول يا رد عضويتی و جایگزینی گروهی دیگر به عنوان گروه مرجع، نقش مهمی را در اين فرآیند بازی می‌کند. مورتین معتقد است گروه‌های مرجع می‌توانند هم بعنوان گروه مرجع مثبت و هم بعنوان گروه مرجع منفی مطرح گردند. گروه مرجع مثبت گروهی است که فرد هنجارها و استانداردهای آن گروه را متناسب و مطابق با خود کرده و آن را بعنوان چارچوبی برای مرجعیت و تعلق پذيرفته است. گروه مرجع منفی گروهی است که فرد ارزشها و استانداردهای آن را در برابر گروه دیگر انکار و رد کرده است.

هومنز چند قضيه را درباره رفتار انسان بيان کرده است که به شرح زیر می‌باشد. (ابن الدین حمیدی ۷۰، ۱۳۸۳)

قضيه موفقیت: در مورد همه اعمالی که اشخاص انجام می‌دهند غالباً اين گونه است که هر عمل از یک شخص اگر مورد پاداش قرار بگیرد احتمالاً تکرار آن عمل بوسیله همان شخص افزایش می‌یابد.

قضيه محرک: اگر در گذشته وجود محرک خاصی يا یک رشته از محرک‌ها باعث شده باشد که شخصی با کنش خود پاداش گرفته باشد محرک‌های کنونی و آنی هر چه به محرک‌های گذشته شباهت بیشتری داشته باشد احتمال بیشتر می‌رود که آن شخص در برخورد با اين محرک‌ها آن کنش يا همانندش را انجام دهد.

قضيه ارزش: هر چه نتیجه یک کنش برای شخص با ارزش‌تر باشد احتمال بیشتری دارد که همان کنش را دوباره انجام دهد.

قضيه محرومیت - سیری: یک شخص هر چه در گذشته نزدیک پاداش معینی را بیشتر دریافت کرده باشد همان پاداش کم ارزش‌تر خواهد شد.

۶) تئوری مبادله

زیمرمن برخی از پیش فرضهای تئوری مبادله را، رفتار عقلانی به حداکثر رساندن پاداش‌ها و به حداقل رساندن هزینه‌ها، و اینکه ارزشها و استانداردهایی که مردم دارند، نوع انتخابها، پاداشها و هزینه‌های آنها را تعیین می‌کند ذکر می‌نماید. هومنز بعنوان نظریه پرداز

همسالان ماندگاری و پایداری بیشتری پیدا می‌کند. کارکردهای گروه‌های همسال در دوره نوجوانی و جوانی عبارتند از:

(۱) جانشینی برای حمایت خانواده: نوجوانان و جوانان برای دستیابی به استقلال روان‌شناختی نیاز دارند تا از والدین خود کناره‌گیری نمایند، برای تحقق این فرآیند حمایت همسالان ضروری است.

(۲) تثبیت نفوذ: برای تغییرات بسیار زیادی که در دوره جوانی روی می‌دهد، وجود گروه همسال (همانند والدین) ضروری است. علاوه بر این جوانان اگر بدانند که دیگران نیز مانند او احساسات مشابهی دارند، احساس رضایت بیشتری می‌کند.

(۳) پایگاه و منزلت اجتماعی: عضویت در گروه به نوجوانان و جوانان منزلت اجتماعی می‌بخشد. چنانچه فرد جوان یا نوجوانی در هیچ گروهی عضو نباشد ممکن است احساس حقارت و شرم اجتماعی کند.

(۴) عزت نفس: عضویت در گروه نشانه پذیرش نوجوانان و جوانان در گروه همسالان است. جوانانی که توسط همسالان مثبت ارزیابی می‌شوند نسبت به سایر افراد مشابه، دارای عزت نفس بیشتری هستند.

(۵) معیارهای رفتاری: همسالان بر تصمیم‌گیری جوانان و نوجوانان تأثیر می‌گذارند. در خانواده‌هایی که روابط والدین جوان خوب است، نوجوانان و جوانان به راهنمایی‌های والدین خود به دیده مثبت می‌نگرند. در خانواده‌هایی که والدین حضور نداشته

باشند یا رابطه چندان خوبی با فرزندان جوان خود ندارند، گروه‌های همسال اهمیت بیشتری پیدا می‌کنند. در این حال اتکاء بیش از حد به راهنمایی‌های گروه همسال ممکن است آثار سوئی دربرداشته باشد. زیرا بسیاری از جوانان و نوجوانان سعی می‌کنند تا به هر نحو آن دسته از نیازهای

قضیه پرخاشگری و تأیید: این قضیه دارای دو قسمت می‌باشد:

الف) هرگاه یک شخص از کنش خود پاداشی را که انتظار دارد به دست نیاورد یا تنبیهی را دریافت دارد که انتظارش را ندارد خشمگین خواهد شد و در چنین وضعیتی احتمال بیشتری دارد که از خود رفتار پرخاشگرانه‌ای نشان دهد. در ضمن نتایج یک چنین رفتاری برای فرد ارزشمندتر خواهد بود.

ب) هرگاه شخصی پاداش مورد انتظارش را بدست بیاورد به ویژه اگر پاداش بیش از حد انتظارش باشد یا با تنبیه مورد انتظارش روبرو نشود احساس خرسندی پیدا خواهد کرد، در این صورت احتمال بیشتری می‌رود که آن شخص رفتار تأیید آمیزی از خود نشان دهد و نتایج رفتارش نیز برای فرد ارزشمندتر می‌شود.

قضایای هومنز به زمان و تجربیات گذشتف افراد توجه دارد. این قضایا بیانگر آن است که تاریخ گذشته انسان‌ها تأثیر بسیاری بر رفتار کنونی آنان دارد، نه تنها گذشته نزدیک بلکه گذشته خیلی دور نیز از این قاعده مستثنی نیست. کامیابی یک فرد در گذشته، خاطره انگیزش‌ها و خاطره کسب ارزش‌ها توسط وی همگی رفتار کنونی او را تحت تأثیر قرار می‌دهند. اثرات تجربه‌های گذشته به تاریخ جوامع نیز گسترش می‌یابد. بچه‌ها بیشتر رفتار و ارزشهای خود را از والدین و اعضای دیگر نسل گذشته فرا می‌گیرند. فرهنگ گذشته یک جامعه گرایش به جاودانگی و پایداری دارد. (توسلی ۱۳۷۱، ۴۰۷)

۷) گروه همسالان

با سپری شدن دوره کودکی و رسیدن انسان به دوره نوجوانی و جوانی نقش خانواده در تربیت و رفتارسازی کاهش پیدا کرده، نقش گروه همسالان افزایش می‌یابد. (برجلی ۱۳۸۰) هر مقدار انسان به سمت و سوی جوانی عمر می‌گذارد، تأثیرات گروه

دانش آموزان دبیرستانی در سال ۱۹۷۶ پاسخ دادند که پذیرش توسط همسالان برای آنها اهمیت خیلی خیلی زیاد دارد.

محبوبیت در میان همسالان در جوانی با هم‌رنگی نسبت به هنجارهای همسالان، صفات شخصیتی، جذابیت فیزیکی و هوش در رابطه است. پژوهش‌ها نشان می‌دهد که پذیرش توسط گروه همسال در کسب عزت نفس، فراگیری مهارت‌های اجتماعی و هم‌رنگی اهمیت خاصی دارد.

گروه همسالان برای جوانان، در زمانی که پایگاهی در فرهنگ بزرگسالان ندارند، نقش یک فرهنگ واسطه‌ای را ایفا می‌کند. همچنین گروه همسال و خرده فرهنگ آن به صورت یک مرکز آموزش برای یادگیری مهارت‌های اجتماعی بزرگسالانه، جایگاهی برای عزت نفس، و منبع ایمنی عمل می‌کند.

۸) فرهنگ سازمان از نگاه استانی دیویس

اگر فرهنگ سازمان را یک نظام اعتقادی که بین اعضاء یک سازمان مشترک است بدانیم یکی از روش‌هایی که برای شناخت و استفاده بهینه از فرهنگ سازمان ارائه شده می‌تواند دیدگاه استانی دیویس باشد. دیویس، فرهنگ را در واژه باورها خلاصه نموده و آن را به دو دسته تحت عنوان باورهای راهنما (استراتژیک) و باورهای روزمره (عملیاتی) تقسیم کرده است. (دیویس ۱۳۷۶، ۲۲۶)

به عقیده دیویس، افراد دارای باورهای گوناگونی هستند، عقاید پیچیده و ژرف و عقاید ساده و کم اهمیت. مثلاً اعتقادات مذهبی، اعتقادات خانوادگی، ارزش‌های روابط اجتماعی، دیدگاه‌ها و نگرش به کسب و کار، به همکاران، به شرایط کار، به کیفیت کار و نظایر این‌ها را نمی‌توان یکسان تلقی کرد.

پاره‌ای از این عقاید و باورها، به دقایق زندگی روزمره مربوط است و بعضی دیگر از لحاظ افراد،

خود را که در کانون خانوادگی ارضاء نشده می‌پندارند، در گروه همسالان ارضاء کنند. (خیابانی ۱۳۸۰) بسیاری از رفتارها و حتی اعتقاداتی که در بزرگسالی به عنوان جنبه‌های نسبتاً ثابت و مشخص شخصیت انسان شناخته می‌شود، در واقع از نقش‌های فراگرفته شده دوران نوجوانی و جوانی ناشی می‌شود، به همین علت ویژگی‌های رفتاری و شخصیتی گروه همسالان از اهمیت خاصی برخوردار است و معمولاً به عنوان یک عامل اساسی در رشد شخصیت به حساب می‌آید.

۶) ایمنی: گروه‌های همسال تا حدی از جوان و نوجوان در برابر خواسته‌هایی که والدین یا دیگر بزرگسالان سعی می‌کنند بر آنها تحمیل کنند حمایت می‌کند.

۷) فراهم ساختن فرصت‌هایی برای نقش پذیری: شرکت در فعالیت‌های گروهی، فرصت‌هایی را برای آزمون نقش‌های مختلف، تمرین مهارت‌های مهم در بزرگسالی و گرفتن بازخورد از عقاید، احساسات و رفتارهایی که نسبت به دیگران نشان داده می‌شود فراهم می‌سازد.

۸) فراهم ساختن فرصت‌هایی برای همانند سازی: در مواردی که والدین نمی‌توانند الگوهای مفیدی برای فرزندان خود باشند، همسالان الگوهای رفتاری مهمی به شمار می‌آیند. این مسأله در مورد نوجوانان و جوانان طبقات اجتماعی - اقتصادی پایین جامعه مصداق بیشتری دارد.

۹) پذیرش همسالان و سازگاری اجتماعی: مطالعات متعددی اهمیت محبوبیت در میان همسالان را برای جوانان و نوجوانان تأیید کرده است.

هانس سبالد (۱۹۸۱) پاسخ‌های دانش آموزان دبیرستانی حومه شهرهای کلمبوس، اوهایو، فونیکس، آریزونا را نسبت به این سؤال که چقدر برایتان مهم است که دیگر جوانان شما را دوست داشته باشند و مورد پذیرش قرار دهند، جمع آوری کرد. ۸۴ درصد

روش پژوهش

این پژوهش از نوع کاربردی بوده و روش آن با توجه به محتوا و اهداف از نوع توصیفی تحلیلی است. جامعه آماری این پژوهش کلیه اعضای سازمان‌های غیردولتی جوانان هستند که از سازمان ملی جوانان مجوز دریافت کرده‌اند. براساس اطلاعات رسمی و منتشر شده تا پایان شهریور ماه سال ۱۳۸۲، اعضای این سازمان‌ها که در دامنه سنی ۱۵ تا ۲۹ سال قرار دارند ۸۵ (۸۵۰۰۰) نفر می‌باشند.

حجم نمونه و شیوه نمونه‌گیری

در پژوهش حاضر برای انتخاب حجم نمونه از فرمول عمومی کوکران که در آن p احتمال وجود صفت و q احتمال عدم وجود صفت $0/5$ (از آنجا که اطلاعات مورد اعتماد در این زمینه برای برآورد واریانس وجود نداشت مجبور شدیم که مقدار p و q را $0/5$ در نظر بگیریم و همانطور که می‌دانیم در این حالت بالاترین درصد نمونه بدست می‌آید.) در نظر گرفته می‌شود استفاده گردید. تعداد افراد نمونه در هر یک از استان‌ها به شرح جدول ذیل می‌باشد:

جدول (۱): تعداد افراد نمونه به تفکیک استان

استان	عضو سازمان	غیر عضو
تهران	۱۷۴	۲۷۶
فارس	۸۰	۷۶
گلستان	۱۲۲	۱۲۰
کرمانشاه	۵۶	۵۹
یزد	۹۷	۹۶
آذربایجان شرقی	۶۲	۷۱
جمع	۵۹۱	۶۹۸

سازمان‌ها و جامعه به طور کلی از اهمیت زیادی برخوردار است. باورهای راهنما در بلند مدت، جهت و الگوی باورهای روزمره را مشخص می‌نماید.

به طور مثال، ممکن است این باورها در خانواده وجود داشته باشد که خانواده باید یک واحد منسجم و قدرتمند باشد و هسته مرکزی زندگی اعضای خانواده را تشکیل دهد و تمام اعضای خانواده را در مفهومی معنی‌دار به هم متصل نماید. از این باور راهنما، بسیاری از باورهای روزمره زندگی، مانند نحوه دور هم غذا خوردن اعضای خانواده، معاشرت‌ها، میهمانی‌ها و فعالیت‌های دیگر مشخص می‌شود.

در سازمان‌ها، باورهای راهنما به دو دسته قابل تقسیم هستند: باورهای مربوط به امور خارج سازمان، در زمینه این که چگونه باید کسب و کار را هدایت کرد، و باورهای مربوط به امور درون سازمان، مثلاً چگونه مدیریت کرد و چگونه سازمان را به پیش برد.

به طور خلاصه می‌توان گفت باورهای راهبردی، ریشه‌ها و اصولی هستند که سازمان‌ها بر اساس آنها ساخته می‌شوند و فلسفه وجودی آنها را تشکیل می‌دهند و به عنوان یک هدف بنیادی، شکل می‌گیرند و وسعت آنها در حدی است که می‌تواند همه گونه شرایطی را در حوزه راهنمایی خود قرار دهد.

از سوی دیگر، باورهای روزمره (عملیاتی) سازمان‌ها، یا باورهای مشترک اکثریت کارکنان سازمان‌ها مطرح است و فرهنگ واقعی سازمان به حساب می‌آید و نباید آنها را با باورهای راهنما اشتباه کرد. باورهای روزمره منشأ رفتارهایی است که افراد در کار روزانه از خود نشان می‌دهند و این باورها به افراد فرمان می‌دهند که چه چیزهایی را باید بدانند و چه چیزهایی را نباید بدانند، چه رفتاری پسندیده است، چه رفتاری ناپسند است و خلاصه اینکه آنها ابزار تنازع بقای افراد در سازمان هستند. (دیویس ۱۳۷۶، ۲۳۵)

موضوع فعالیت سازمان‌های نمونه

جدول (۲): توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب موضوع فعالیت سازمانی که عضو آن هستند

فعالیت سازمانی	عضو سازمان	
	مطلق	درصد
علمی	۱۳۶	۲۳
فرهنگی	۸۴	۱۴/۲
هنری	۱۴۰	۲۳/۷
مذهبی	۵۹	۱۰
ورزشی	۵۵	۹/۳
گردشگری	۳۰	۵/۱
مددکاری	۵۳	۹
محیط زیست	۱۴	۲/۴
سایر	۱۴	۲/۴
بی‌جواب	۶	۱
جمع	۵۹۱	۱۰۰

طیف و شاخص‌سازی

از آنجائیکه برخی از مفاهیم اجتماعی (مثل میزان رفتار عقلایی) بطور مستقیم قابل اندازه‌گیری نمی‌باشند، مفاهیم و واژه‌های ذهنی - روانی که بیانگر وضعیت نگرش، اعتقاد، وجه نظر و... افراد نسبت به موضوعات اجتماعی است از آن جهت که دارای نشانه‌های محسوس و قابل لمسی نیستند و افراد به سادگی آنها را پنهان ساخته و در شرایطی مناسب به بروز آنها اقدام می‌کنند. برای بررسی چنین مفاهیم و واژگانی بهره‌گیری از شاخص‌های استنتاجی یکی از بهترین روشها برای شناخت این دسته از مفاهیم و مقولات می‌باشد. (علیرضائی ۱۳۷۹، ۸۴)

شاخص‌سازی رفتارهای فرهنگی

چنانچه امروزه در مجامع رسمی فرهنگی و کارهای پژوهشی برای سنجش رفتارهای فرهنگی افراد جامعه عموماً رفتارهایی همچون کتابخوانی، تماشای تلویزیون، استفاده از اوقات فراغت، سینما یا تئاتر رفتن، روزنامه یا مجله خواندن و از این قبیل شاخص‌های فرهنگی توجه می‌شود. در این پژوهش ضمن احترام و توجه به

این شاخص‌های رفتار فرهنگی، از منظر دیگری که غالباً جنبه کیفی داشته و به عنوان رفتار فرهنگی می‌توان از آن نام برد، توجه شده است.

برای دستیابی به این شاخص‌ها یا رفتارهای فرهنگی از روش مصاحبه با نخبگان فرهنگی استفاده شده است. یعنی از مدیران فرهنگی که دارای تجربه در فعالیت‌های فرهنگی بوده و هم اکنون در نهادها و سازمان‌های فرهنگی در کسوت مدیریت، کارشناس، مشاور، استاد یا محقق مشغول به فعالیت هستند نظر خواسته شد که تعداد قریب به ۵۰ گویه دریافت گردید. در مصاحبه حضوری با دو نفر از اساتید مرتبط نسبت به رفتارهای ذکر شده بحث و بررسی به عمل آمد، مشترکات تلفیق و تقاطع‌گیری شد و نهایتاً با ترکیب گویه‌ها تعداد ۳۰ گویه به عنوان رفتار فرهنگی انتخاب گردید.

در مرحله بعد با استفاده از دستور ریکد (Recode) و براساس سنخیت، تناسب و مشابهت‌های رفتاری این تعداد گویه در ۸ گروه طبقه‌بندی و هر یک از طبقات به عنوان یک شاخص عمده که خود معرف گویه‌های رفتاری حزبی دیگری هستند شاخص‌سازی و نامگذاری گردیدند.

یکی از راه‌های دستیابی به چنین شاخص‌هایی، استفاده از گویه‌هایی است که بطور غیرمستقیم آشکار کننده تمایل، وجه نظر، اعتقاد و... افراد باشند. طیف‌ها یا مقیاس‌های سنجش نگرش نیز در حقیقت از مجموعه روش‌هایی هستند که با استفاده از گویه‌ها امکان سنجش برخی از این مفاهیم را فراهم می‌آورند.

بررسی وضعیت نمونه آماری از نظر نوع شغل

جدول (۳): توزیع فراوانی پاسخگویان به تفکیک نوع شغل

شغل	عضو سازمان		غیر عضو	
	مطلق	درصد	مطلق	درصد
دانش‌آموز	۱۲۲	۲۰/۶	۱۴۴	۲۰/۶
کارمند	۸۰	۱۳/۵	۸۱	۱۱/۶
بیکار	۹۷	۱۶/۴	۱۱۹	۱۷
دانشجو	۱۵۵	۲۶/۲	۱۷۷	۲۵/۴
شغل آزاد	۹۴	۱۵/۹	۱۱۷	۱۶/۸
بی‌جواب	۴۳	۷/۳	۶۰	۸/۶
جمع	۵۹۱	۱۰۰	۶۹۸	۱۰۰

بررسی وضعیت پاسخگویان به تفکیک تحصیلات

جدول (۴): توزیع فراوانی پاسخگویان به تفکیک تحصیلات

تحصیلات	عضو سازمان		غیر عضو	
	مطلق	درصد	مطلق	درصد
دیپلم و زیر دیپلم	۲۳۲	۳۹/۳	۳۰۹	۴۴/۳
دیپلم به بالا	۳۳۶	۵۶/۹	۳۷۳	۵۳/۴
بی‌جواب	۳۳	۵/۵	۱۶	۲/۳
جمع	۵۹۱	۱۰۰	۶۹۸	۱۰۰

اغلب پاسخگویان بیشتر اوقات رفتارشان نوع‌قلایی است.

جدول (۵): توزیع درصد فراوانی هر یک از گویه‌های تشکیل‌دهنده شاخص رفتار عقلایی در بین پاسخگویان

پاسخها	عضو سازمان				غیر عضو			
	همیشه	بیشتر اوقات	گاهی اوقات	نادر	همیشه	بیشتر اوقات	گاهی اوقات	نادر
۳۶	۴۴/۷	۱۵/۱	۳/۲	۳۹/۵	۴۳/۸	۱۰/۹	۴/۴	۴/۴
۲۶/۷	۴۵/۳	۱۸/۴	۷/۴	۳۴	۴۰/۱	۱۶/۵	۸/۷	۸/۷
۳۱/۱	۴۰/۳	۲۰/۶	۶/۹	۳۱/۴	۴۱/۳	۱۹/۲	۶/۶	۶/۶
۲۲/۸	۳۹/۴	۲۴/۹	۱۱	۲۵/۱	۳۶/۷	۲۶/۱	۱۱/۲	۱۱/۲

بررسی میزان رفتار جمعی و مشارکت‌جویانه در بین پاسخگویان

نتایج حاصل از توزیع فراوانیها در جدول شماره ۶ نشان می‌دهد که ۵۶ درصد از افراد عضو سازمان بیشتر اوقات رفتار جمعی و مشارکت‌جویانه دارند و ۲۴ درصد گاهی اوقات و ۱۸ درصد نیز همیشه رفتار جمعی و مشارکت‌جویانه دارند و تنها ۳ درصد از افراد این گروه به ندرت رفتار جمعی دارند. از پاسخگویان غیر عضو نیز ۵۸ درصد بیشتر اوقات، ۲۱ درصد همیشه رفتار مشارکت‌جویانه و جمعی دارند و در مقابل ۱۹ درصد از افراد گاهی اوقات و ۲ درصد به ندرت رفتار مشارکت‌جویانه جمعی دارند.

بررسی نظرات پاسخگویان در ارتباط با هر یک از شاخصه‌های پژوهش (نتایج حاصل از نگرش‌سنجی پاسخگویان)

بررسی میزان رفتار عقلایی در بین پاسخگویان

نتایج حاصل نشان می‌دهد که بیشترین تعداد پاسخگویان عضو سازمان یعنی ۴۵ درصد از آنها بیشتر اوقات رفتار عقلایی دارند و ۲۴ درصد از آنها نیز همیشه رفتارشان عقلایی است. ۲۵ درصد از آنها گاهی اوقات و تنها ۶ درصد به ندرت رفتار عقلایی دارند. از پاسخگویان غیر عضو نیز بیشترین تعداد یعنی ۴۷ درصد بیشتر اوقات و ۲۶ درصد نیز همیشه رفتار عقلایی دارند. ۲۳ درصد نیز گاهی اوقات و تنها ۵ درصد به ندرت رفتار عقلایی دارند و می‌توان گفت

جدول (۶): توزیع درصد فراوانی هر یک از گویه‌های تشکیل‌دهنده شاخص میزان رفتار جمعی و مشارکت‌جویانه

غیر عضو				عضو سازمان				پاسخها
تدریس (ن)	گاهی اوقات	بیشتر اوقات	همیشه	تدریس (ن)	گاهی اوقات	بیشتر اوقات	همیشه	
۲/۶	۹/۹	۳۸	۴۸/۳	۲/۹	۹/۸	۳۷/۱	۴۸/۶	برای نظر دیگران احترام قائلم کار کردن در کنار دیگران را به کار کردن در تنهایی ترجیح می‌دهم اگر ضرورت داشته باشد حاضرم از حق خودم صرف نظر کنم در انجام کارهایم از کمک دیگران استفاده می‌کنم در انجام کارهایی که درباره آنها اطلاعات کافی ندارم، از افراد آگاه کمک می‌گیرم برخی از موفقیت‌هایم را مدیون یاری دیگران می‌دانم برخی از رفتارهای مثبت خود را با الگوگیری از دیگران بدست آورده‌ام می‌توانم در کنار کسی که سلاقت او را قبول ندارم کار کنم
۱۰/۶	۱۷/۵	۳۳/۴	۳۷/۸	۹/۶	۱۶/۴	۳۶/۹	۳۵/۵	
۹/۳	۲۴/۵	۳۹	۲۵/۹	۱۱	۲۷/۱	۴۱/۶	۱۹/۵	
۶/۷	۲۴/۹	۴۰/۴	۲۶/۶	۶/۶	۲۵/۷	۴۴	۲۲/۷	
۲/۷	۸/۲	۴۲/۴	۴۶	۳	۱۵/۲	۳۹/۶	۴۱/۶	
۶/۳	۱۹/۲	۴۰/۴	۳۲/۸	۸/۱	۱۸/۸	۴۴/۵	۲۵/۷	
۶/۶	۲۰/۸	۳۹/۷	۳۱/۴	۷/۳	۲۱/۵	۴۵/۳	۲۴/۹	
۳۱/۸	۲۳/۵	۲۶/۹	۱۷/۵	۲۸/۱	۲۳/۴	۳۲/۳	۱۵/۹	

پاسخگویان عضو سازمان و ۴۶ درصد از پاسخگویان عضو آزاد بیشتر اوقات رفتارشان منضبط و برنامه‌ریزی شده است. در مقابل ۱۴ درصد از افراد عضو سازمان و ۱۰ درصد از افراد عضو آزاد گاهی اوقات و ۲ درصد از افراد عضو سازمان و ۲ درصد هم از افراد عضو آزاد نیز به ندرت رفتاری منضبط و برنامه‌ریزی شده دارند.

بررسی میزان رفتار منضبط و برنامه‌ریزی شده در بین پاسخگویان نتایج حاصل از توزیع فراوانیها در جدول شماره ۷ نشان می‌دهد که حدود ۴۲ درصد از افراد عضو سازمان همیشه رفتار منضبط و برنامه‌ریزی شده دارند و در مقابل ۴۳ درصد از افراد عضو آزاد همیشه رفتارشان منضبط و برنامه‌ریزی شده است. همچنین ۴۲ درصد از

جدول (۷): توزیع درصد فراوانی هر یک از شاخص‌های تشکیل‌دهنده شاخص میزان رفتار منضبط و برنامه‌ریزی شده

غیر عضو				عضو سازمان				پاسخها
تدریس (ن)	گاهی اوقات	بیشتر اوقات	همیشه	تدریس (ن)	گاهی اوقات	بیشتر اوقات	همیشه	
۲/۳	۸/۳	۳۴/۱	۵۵/۳	۳/۲	۷/۴	۲۸/۱	۶۰/۷	به آراستگی و انضباط ظاهری خود اهمیت می‌دهم برای انجام کارهای روزانه‌ام از قبل برنامه‌ریزی می‌کنم اگر لازم باشد برای انجام کارم در صف می‌ایستم و نوبت را رعایت می‌کنم برای آینده‌ام برنامه‌ها و کارهای مشخص را پیش‌بینی کرده‌ام پاکیزه نگاه داشتن شهر و محل زندگی را وظیفه خود می‌دانم
۷/۹	۲۵/۵	۳۷/۸	۲۸/۵	۶/۳	۲۰/۶	۴۲/۱	۲۹/۴	
۴/۶	۹/۶	۳۵/۴	۴۹/۴	۴/۷	۱۵/۷	۳۱/۱	۴۷/۵	
۷/۶	۲۰/۳	۳۵/۷	۳۵/۱	۱۱	۱۷/۴	۳۷/۷	۳۲/۱	
۲/۳	۱۳/۵	۳۴	۴۸/۹	۴/۴	۱۱/۷	۳۴/۵	۴۷/۹	

پاسخگویان عضو سازمان همیشه و ۳۸ درصد از آنها بیشتر اوقات رفتاری مسئولانی و وجدانی دارند که این میزان در پاسخگویان غیر عضو ۵۱ و ۳۸ می‌باشد. در مقابل ۱۳ درصد از پاسخگویان عضو سازمان گاهی اوقات و ۱ درصد از آنها به ندرت از چنین رفتاری برخوردارند که این میزان در پاسخگویان غیر عضو ۱۰ و ۲ درصد می‌باشد.

بررسی میزان رفتار مسئولانه و وجدانی در بین پاسخگویان نتایج حاصل از توزیع فراوانیها در جدول شماره ۸ نشان می‌دهد که میزان رفتار مسئولانه که از بررسی فاکتورهای مختلفی به دست آمد در همه پاسخگویان یکسان نمی‌باشد و تا حدودی متفاوت است. بدین ترتیب نتیجه حاصله نشان می‌دهد: ۴۸ درصد از

جدول (۸): توزیع درصد فراوانی هر یک از شاخصهای تشکیل‌دهنده شاخص رفتار مسئولانه و وجدانی در بین پاسخگویان

غیر عضو				عضو سازمان				پاسخها
تکرار	گاهی اوقات	بسیار اوقات	همیشه	تکرار	گاهی اوقات	بسیار اوقات	همیشه	
۲/۴	۷/۹	۳۷/۵	۵۱/۴	۲/۷	۱۱	۳۴/۷	۵۱/۱	نسبت به قوی که به دیگران می‌دهم پاییند هستم
۲/۶	۹/۷	۴۱/۳	۴۶	۳/۴	۹/۶	۳۶/۴	۴۹/۲	کاری را که بپذیرم، به نحو احسن انجام می‌دهم
۶	۱۱/۳	۴۶/۳	۳۵/۲	۵/۸	۱۶/۲	۴۲/۱	۳۵/۷	کارهایم را نیمه تمام رها نمی‌کنم
۲/۱	۹/۹	۳۷/۲	۴۹/۶	۲/۴	۹/۱	۳۴/۷	۵۱/۹	با دیگران صادقانه رفتار می‌کنم
۸/۷	۱۹/۶	۳۷/۱	۳۳/۸	۱۳/۲	۲۱/۸	۳۲/۸	۳۱/۳	هر گاه بیکار باشم احساس ناراحتی می‌کنم
۳/۷	۱۳/۶	۴۴/۱	۳۸/۱	۳/۲	۱۱/۸	۴۶/۲	۳۷/۶	به آنچه که می‌گویم عمل می‌کنم

- ۳۱ - درصد از پاسخگویان عضو سازمان بیشتر اوقات رفتاری مدنی دارند که این میزان در غیر عضو ۲۶ درصد می‌باشد.
- ۵۲ - درصد از پاسخگویان عضو سازمان همیشه دارای رفتار مدنی هستند که این میزان در پاسخگویان غیر عضو بیشتر است و به ۶۰ درصد می‌رسد؛
- ۱۲ و ۲ درصد می‌باشد؛

جدول (۹): توزیع درصد فراوانی هر یک از شاخصهای تشکیل‌دهنده رفتار مدنی در بین پاسخگویان

غیر عضو				عضو سازمان				پاسخها
تکرار	گاهی اوقات	بسیار اوقات	همیشه	تکرار	گاهی اوقات	بسیار اوقات	همیشه	
۶/۴	۱۱/۲	۳۶/۷	۴۴/۷	۴/۷	۱۶/۴	۳۸/۶	۳۸/۹	باید و نیاید های مذهبی را حتی الامکان رعایت می‌کنم
۳/۹	۱۰/۷	۳۹/۴	۴۵/۳	۳/۹	۱۵/۲	۳۴/۳	۴۵/۲	رعایت قانون را یک امر ضروری می‌دانم
۶/۹	۱۱/۲	۲۸/۸	۵۲/۴	۵/۹	۱۴/۶	۲۹/۳	۴۸/۷	تقید به رفتارهای مذهبی را برای سعادت مند شدن ضروری می‌دانم
۳/۳	۱۱/۳	۳۵/۲	۴۸/۷	۵/۸	۱۳/۳	۳۵/۵	۴۴/۷	برای آداب و سنن ملی احترام قائم
۴/۳	۹/۹	۲۶/۹	۵۷/۶	۴/۷	۱۱/۲	۳۲/۸	۴۹/۲	برای باورهای مذهبی ارزش قائم
۳/۷	۸	۳۴/۷	۵۳	۴/۲	۱۱	۳۳/۷	۴۹/۹	به سنتها، باورها و ارزشهای دینی و ملی خود اعتماد دارم

- بررسی میزان رفتار هدفمندانه و امیدوارانه در بین پاسخگویان
- نتایج حاصل از توزیع فراوانیها در جدول شماره ۱۰ نشان می‌دهد که از بررسی گویه‌های جدول قبل شاخص رفتار هدفمند و امیدوارانه بدست آمد. ۲۸ درصد از پاسخگویان عضو سازمان همیشه و ۴۶ درصد از آنها بیشتر اوقات رفتار هدفمند و امیدوارانه دارند که این میزان در پاسخگویان غیر عضو به ترتیب ۳۵ و ۴۷ درصد می‌باشد.
- در مقابل ۲۲ درصد از پاسخگویان عضو سازمان گاهی اوقات و ۴ درصد نیز به ندرت رفتاری هدفمند و امیدوارانه دارند که این میزان در غیر عضو ۱۶ و ۳ درصد می‌باشد.

جدول (۱۰): بررسی درصد فراوانی هر یک از شاخصهای رفتار هدفمندانه و امیدوارانه در بین پاسخگویان

غیر عضو				عضو سازمان				پاسخها
بندرت	گاهی اوقات	بیشتر اوقات	همیشه	بندرت	گاهی اوقات	بیشتر اوقات	همیشه	
۵/۴	۲۱/۶	۴۶/۷	۲۳/۵	۵/۸	۲۶/۴	۴۳/۱	۲۳/۵	تقریباً هر کاری را که بخواهم می‌توانم انجام بدهم
۴	۱۰/۲	۳۸/۴	۴۶/۸	۳/۶	۱۲/۵	۴۰/۶	۴۱/۳	به تواناییهای خودم اعتماد دارم
۳/۶	۱۱/۳	۴۳/۷	۴۰/۷	۶/۴	۱۵/۲	۴۲/۳	۳۴/۲	فکر می‌کنم می‌توانم آدم موفق باشم
۵/۷	۱۳	۳۷/۷	۴۲/۴	۴/۷	۱۵/۶	۳۹/۳	۳۸/۶	احساس می‌کنم آینده خوبی در پیش خواهم داشت

بررسی میزان رفتار رشد یابنده در بین پاسخگویان
 نتایج حاصل از توزیع فراوانیها در جدول ۱۱ نشان می‌دهد که ۶۳ درصد از پاسخگویان عضو سازمان همیشه و ۲۳ درصد از آنها بیشتر اوقات رفتاری رشد یابنده دارند که این میزان در پاسخگویان عضو آزاد ۶۴ و ۲۴ درصد می‌باشد.
 در مقابل ۱۱ درصد از پاسخگویان عضو سازمان گاهی اوقات و ۴ درصد از آنها به ندرت رفتاری رشد یابنده دارند که این میزان در پاسخگویان غیر عضو ۸ و ۴ درصد می‌باشد.

بررسی میزان رفتار قدرشناسانه در بین پاسخگویان
 نتایج حاصل از توزیع فراوانیها در جدول ۱۲ نشان می‌دهد که از بررسی گویه‌های جدول شماره قبل شاخص رفتار قدرشناسانه بوجود آمد که نتایج زیر حاکی از آن است که ۶۱ درصد از پاسخگویان عضو سازمان همیشه و ۲۵ درصد از آنها بیشتر اوقات رفتاری قدرشناسانه دارند که این میزان در پاسخگویان غیر عضو ۶۲ و ۳۱ درصد می‌باشد و همچنین ۱۳ درصد از پاسخگویان عضو سازمان گاهی اوقات و ۲ درصد از آنها به ندرت رفتاری قدرشناسانه دارند که این میزان در پاسخگویان غیر عضو ۶ و ۱ درصد می‌باشد.

جدول (۱۲): توزیع درصد فراوانی هر یک از شاخصهای تشکیل دهنده شاخص قدرشناسانه

غیر عضو				عضو سازمان				پاسخها
بندرت	گاهی اوقات	بیشتر اوقات	همیشه	بندرت	گاهی اوقات	بیشتر اوقات	همیشه	
۲	۶/۴	۳۶/۲	۵۴/۷	۳/۴	۹/۶	۳۲	۵۳/۳	با خانواده‌ام محترمانه رفتار می‌کنم
۴/۳	۱۱/۳	۳۵/۵	۴۸	۴/۲	۱۳/۷	۳۶	۴۵/۷	به دوستان و همکارانم علاقه‌مندم
۱/۷	۳/۹	۱۴/۸	۷۹/۷	۲/۴	۷/۶	۱۵/۹	۷۳/۳	خانواده‌ام را دوست دارم
۲/۹	۷/۶	۳۸/۷	۵۰/۶	۴/۷	۹	۳۴/۳	۵۱/۶	برای کار و زحمتی که دیگران انجام داده‌اند ارزش قائلم
۴/۳	۱۲/۳	۳۴/۱	۴۸/۳	۴/۴	۱۵/۴	۳۱/۵	۴۷/۵	معلمین و اساتید را آدمهای قابل احترام می‌دانم
۶/۴	۱۷/۳	۳۰/۹	۴۴	۷/۱	۱۵/۶	۳۴/۳	۴۱/۵	خود را مدیون تمام کسانی که در ساختن تمدن و فرهنگ ایران اسلامی تلاش کرده‌اند می‌دانم

جدول (۱۱): توزیع درصد فراوانی هر یک از گویه‌های سازنده شاخص رفتار رشد یابنده

غیر عضو				عضو سازمان				پاسخها
بدرن	گاهی اوقات	بیشتر اوقات	همیشه	بدرن	گاهی اوقات	بیشتر اوقات	همیشه	
۲/۳	۹/۶	۳۱/۲	۵۵/۶	۳/۲	۱۲/۷	۲۹/۱	۵۴/۱	از یادگیری چیزهای جدید و مفید استقبال می‌کنم
۲/۷	۸/۹	۴۴/۱	۴۲/۶	۳/۹	۱۴/۲	۴۱/۶	۳۹/۳	اگر متوجه شوم کاری را دست انجام ندهم آنرا اصلاح خواهم کرد
۹/۹	۱۱	۲۱/۸	۵۵/۹	۶/۶	۱۱/۸	۲۵/۵	۵۴/۵	دوست دارم ادامه تحصیل بدهم

همبستگی تقریباً در سطح متوسط رو به بالا بوده و علامت مثبت این ضریب نشانگر رابطه مستقیم بین این دو متغیر است. در مجموع می‌توان گفت افرادی که معمولاً رفتار عقلایی دارند، دارای رفتار جمعی و مشارکت‌جویانه نیز می‌باشند. در ارتباط با رابطه همبستگی بین رفتار عقلایی و رفتار منضبط و برنامه‌ریزی شده نیز می‌توان چنین نتیجه گرفت.

بنابراین می‌توان گفت که اگر میزان رابطه تا ۰/۳ باشد نشانگر رابطه ضعیف و اگر بین ۰/۳ تا ۰/۵ باشد نشانگر رابطه متوسط و بالاتر از ۰/۵ نشانگر رابطه قوی می‌باشد. در ضمن باید توجه داشت که در علوم اجتماعی و علوم انسانی به ندرت اتفاق می‌افتد که رابطه بین متغیرها بالاتر از ۰/۷۵ باشد.

بررسی ماتریس همبستگی پیرسون بین شاخصه‌های پژوهش

همبستگی بین متغیرها نشان می‌دهد که در مجموع میزان همبستگی در سطح متوسط و رو به قوی است (لازم به توضیح است که همبستگی هر متغیر با خودش در سطح کامل یعنی ۱ می‌باشد و از این جهت قابل استفاده می‌باشد و هدف آن است که بدانیم بین شاخصه‌های متفاوت با یکدیگر همبستگی معنادار وجود دارد و آیا این همبستگی بصورت مستقیم و یا معکوس است و بطور کلی آیا این شاخصها در جهت تکمیل و تقویت یکدیگر بوده‌اند یا خیر)، مثلاً همبستگی بین «رفتار جمعی و مشارکت‌جویانه» با «رفتار عقلایی» در سطح ۰/۵۸ می‌باشد، یعنی می‌توان گفت که این

جدول (۱۳): ماتریس همبستگی پیرسون بین شاخصه‌های پژوهش

رفتار عقلایی	مشارکت‌جمعی و مشارکت‌جویانه	رفتار منضبط و برنامه‌ریزی شده	رفتار مسئولانه و وجدانی	رفتار مدنی	رفتار هدفمند و امیدوارانه	رفتار رشدیابنده	قدرشناسانه	رفتار
۱	۰/۵۸	۰/۴۹	۰/۵۳	۰/۴۷	۰/۴۸	۰/۴۵	۰/۴۵	رفتار عقلایی میزان همبستگی سطح معناداری
۰/۵۸	۱	۰/۴۸	۰/۵۱	۰/۵۰	۰/۳۷	۰/۴۱	۰/۵۱	رفتار جمعی و مشارکت‌جویانه میزان همبستگی سطح معناداری
۰/۴۹	۰/۴۸	۱	۰/۵۲	۰/۴۵	۰/۴۱	۰/۴۲	۰/۴۶	رفتار منضبط و برنامه‌ریزی شده میزان همبستگی سطح معناداری
۰/۵۳	۰/۵۱	۰/۵۲	۱	۰/۵۰	۰/۴۴	۰/۴۲	۰/۵۳	رفتار مسئولانه و وجدانی میزان همبستگی سطح معناداری
۰/۴۷	۰/۵۰	۰/۴۵	۰/۵۰	۱	۰/۳۲	۰/۴۶	۰/۴۶	رفتار مدنی میزان همبستگی سطح معناداری
۰/۴۸	۰/۳۷	۰/۴۱	۰/۴۴	۰/۳۲	۱	۰/۴۰	۰/۳۶	رفتار هدفمند و امیدوارانه میزان همبستگی سطح معناداری
۰/۴۵	۰/۴۱	۰/۴۲	۰/۴۲	۰/۴۶	۰/۴۰	۱	۰/۵۱	رفتار رشدیابنده میزان همبستگی سطح معناداری
۰/۴۵	۰/۴۵	۰/۴۶	۰/۴۶	۰/۴۶	۰/۳۶	۰/۴۰	۱	رفتار قدرشناسانه میزان همبستگی سطح معناداری

تفسیر نتایج و بررسی فرضیات

فرضیه اول

در مقایسه بین دو گروه افرادی که عضو سازمان‌های غیر دولتی جوانان بودند، با افرادی که عضو سازمان‌های غیردولتی نبودند، در هر یک از شاخصه‌های هشت‌گانه رفتاری (رفتار عقلایی، رفتار جمعی و مشارکت جویانه، رفتار منضبط و برنامه‌ریزی شده، رفتار مسئولانه، رفتار مدنی، رفتار هدفمند و امیدوارانه، رفتار رشدیابنده و رفتار قدرشناسانه)، افرادی که عضو سازمان‌های غیردولتی نبوده‌اند به نسبت کسانی که در سازمان‌های غیردولتی بوده‌اند رفتار فرهنگی بیشتری داشته‌اند.

بنابراین براساس یافته‌های پژوهش می‌توان گفت پاسخ سؤال اول پژوهش منفی است. یعنی سازمان‌های غیردولتی جوانان که در این پژوهش مورد توجه بوده‌اند و از سازمان ملی جوانان مجوز دریافت کرده‌اند، بر رفتار فرهنگی اجتماعی اعضاء و مدیریت بر رفتار فرهنگی جوانان تأثیر نداشته‌اند. لذا فرضیه اول پژوهش به نسبت گروه آزاد این پژوهش اثبات نگردیده است.

با توجه به مبانی نظری پژوهش به ویژه نظریه استانی دیویس می‌توان گفت: سازمان‌های مورد پژوهش فاقد یک فرهنگ سازمانی آنهم از نوع باورهای راهنما و روزمره که موجب ایجاد یک نظام اعتقادی مشترک بین اعضاء می‌شوند هستند. لذا این سازمان‌ها نتوانسته‌اند تأثیر بر رفتار فرهنگی اعضاء خود داشته باشند.

فرضیه دوم

در خصوص سؤال دوم پژوهش «آیا سازمان‌های غیردولتی جوانان توانسته‌اند در تقویت روحیه مشارکت‌جویی جوانان تأثیر مثبت داشته‌باشند؟» با توجه به یافته‌های پژوهش می‌توان گفت: سازمان‌های غیردولتی جوانان توانسته‌اند در توانمندسازی اجتماعی

و تقویت روحیه مشارکت‌جویی جوانان نقش مثبت و سازنده‌ای داشته باشند که این تأثیر در افراد با گروه سنی بالای ۲۰ سال بیشتر بوده است.

در چهار شاخصه رفتار جمعی و مشارکت‌جویانه، رفتار مسئولانه و وجدانی، رفتار مدنی و رفتار قدرشناسانه، تأثیرگذاری سازمان غیردولتی بر رفتار فرهنگی جوانان همراه با رشد سن افراد، افزایش می‌یابد.

بنابراین می‌توان گفت: جوانان با گروه‌های سنی بالای ۲۰ سال در رفتارهایی که عمدتاً جنبه اجتماعی دارد و آثار و پیامدهای رفتاری آنها متوجه دیگران می‌شود، بیشتر از سازمان‌های غیردولتی که عضو آن هستند تأثیر می‌پذیرند. یعنی سازمان در این امور کارکرد سازمانی خودش را نشان می‌دهد.

با توجه به تئوری ایفای نقش اورینگ گافمن که معتقد است اعمال و رفتار انسانها تحت تأثیر محیط خارج به گونه‌ای شکل می‌گیرد که فرد همواره متمایل به این است که در ارتباط با دیگران طوری رفتار کند که در انظار و اذهان طرف مقابل خوشایند جلوه کرده و تأثیر خوب و مطلوبی بر دیگران بگذارد، و برای نیل به این هدف غالباً سعی دارد که جنبه‌های ناخوشایند و نامطلوب رفتار خود را از انظار پوشیده داشته و آن جنبه‌هایی را به نمایش بگذارد که حداکثر تأثیر را بر دیگران داشته باشد و متقابلاً دیگران را به رفتاری مناسب وا دارد، چون افراد بالای ۲۰ سال نیاز بیشتری برای حضور در صحنه‌های اجتماعی و ایفای نقش مانند اشتغال، کاریابی، استخدام و... هستند، لذا رفتارهای فرهنگی بیشتری به نسبت گروه سنی پایین‌تر در قبال سازمان و جامعه داشته‌اند.

فرضیه سوم

پرسش سومی که این پژوهش به دنبال یافتن پاسخ آن بوده، این سؤال است که آیا سازمان‌های غیردولتی

اگر نیاز خاصی در حوزه جوانان به صورت ضروری از ناحیه خود آنان احساس نشود، طبیعتاً کارکرد ویژه خود را نخواهد داشت. سازمان‌های غیردولتی جوانان که در حال حاضر وجود دارند و نتوانسته‌اند کارکرد مطلوبی در حوزه توسعه فرهنگ عمومی داشته باشند، حاکی از آن است که شکل‌گیری و موجودیت آنان ناشی از موج نهادسازی مدنی و توسعه سیاسی بوده که در طول سالهای ۷۸ تا ۸۲ در کشور وجود داشته است. بنابراین پیشنهاد می‌شود نسبت به حوزه فعالیتی و موضوعی این سازمان‌ها و همچنین فرآیند عملکردی و اثربخشی کاری آنها توسط سازمان ملی جوانان بازنگری به عمل آمده، تا در تعامل طبیعی بین نیاز و اراده جوانان به صورت داوطلبانه و مردمی این قبیل سازمان‌های غیردولتی جوانان تشکیل شوند.

(۳) لازم است پژوهش‌های دیگری تحت همین عنوان و با جامعه آماری سازمان‌های غیر دولتی جوانان که از سازمان‌های دیگری مانند بسیج، سازمان تبلیغات، هلال احمر، وزارت کشور و... مجوز دریافت کرده‌اند صورت پذیرد تا بتوان به صورت دقیق‌تر و مقایسه‌ای نسبت به تأثیرگذاری این سازمان‌ها بر رفتارهای فرهنگی جوانان و چگونگی مدیریت بر آن، دست یافت.

جوانان در توسعه فرهنگ عمومی جوانان تأثیر مثبت داشته‌اند؟

چنانچه در این پژوهش برای فرهنگ عمومی سه عنصر اساسی

(۱) فرهنگ عقلی (فرهنگ ارائه دلیل برای شناخت پدیده‌ها)؛

(۲) فرهنگ ابزاری یا کاربردی (تعمیم استدلال به مصادیق و پدیده‌های دیگر)؛

(۳) فرهنگ بهینه‌سازی (تلاش برای بهبود بخشی به وضعیت عمومی و فردی) فرض گردید.

نتایج به دست آمده از تجزیه و تحلیل داده‌ها بیانگر آن است که سازمان‌های غیردولتی جوانان نتوانسته‌اند نقش مثبت و سازنده‌ای در توسعه فرهنگ عمومی جوانان یعنی عنصر عقل‌گرایی، بهینه‌سازی و رشد یابنده داشته باشند، لذا فرضیه سوم پژوهش اثبات نشده است یعنی سازمان‌های غیردولتی جوانان نتوانسته‌اند کارکردی در توسعه فرهنگ عمومی جوانان داشته باشند.

پیشنهادات

(۱) با توجه به یافته‌های پژوهش و کارکرد توانمندسازی اجتماعی سازمان‌های غیردولتی جوانان، برای ارتقاء سطح کارایی سازمان‌های غیردولتی جوانان در فرآیند توانمندسازی اجتماعی و استفاده بهینه از فرصت می‌باید تعریف از سازمان غیردولتی جوانان تغییر کند. بدین معنی که سازمان‌های غیردولتی جوانان برای عضویت افراد، شرایط سنی با دامنه ۲۰ الی ۲۹ سال قائل شوند. این شرط به این معنی است که از ائتلاف منابع و فرصت جلوگیری کرده و توانمندی سازمان را در جهت گروه هدف هدایت می‌کند.

(۲) با توجه به اینکه ایجاد یک سازمان غیردولتی ضرورتاً برای پاسخگویی به نیاز خاص می‌باشد،

منابع و مآخذ

- ۱) آشوری، داریوش. (۱۳۵۷) تعریفها و مفهوم فرهنگ، مرکز اسناد فرهنگی آسیا، تهران.
- ۲) اوپنهام، ا. (۱۳۷۵) طرح پرسشنامه و سنجش نگرشها، ترجمه فرضیه کریم‌نیا، آستان قدس رضوی.
- ۳) اسپردلی و مک کوردی. (۱۳۷۲) پژوهش فرهنگی، مردم نگاری در جوامع پیچیده، ترجمه بیوک محمدی، مؤسسه مطالعات و پژوهشات فرهنگی، تهران.
- ۴) اقتداری، علی محمد. (۱۳۷۸) سازمان و مدیریت، انتشارات مولوی، چاپ سی و یکم، تهران.
- ۵) ابن‌الدین حمیدی، محمد رضا. (۱۳۸۳) بررسی میزان انطباق پذیری روشهای پیش‌آهنگی سابق، سازمان پژوهشات و مطالعات بسیج، تهران.
- ۶) ابن‌الدین حمیدی، محمد رضا. (۱۳۸۳) بررسی میزان انطباق پذیری روش‌های پیش‌آهنگی با سازمان بسیج دانش آموزی، سازمان پژوهشات و مطالعات ارتش ۲۰ میلیونی، تهران.
- ۷) برجلی، احمد علی. (۱۳۸۰) تحول شخصیت در نوجوان، انتشارات ورا دانش، تهران.
- ۸) برنامه ملی جوانان، دبیرخانه شورای عالی جوانان، شهریور ۱۳۸۲.
- ۹) برنامه ملی، سازمان ملی جوانان، سازمان مدیریت و برنامه ریزی.
- ۱۰) توسلی، غلام عباسی، نظریه‌های جامعه‌شناسی، انتشارات سمت، ص ۴۰۷.
- ۱۱) جعفری، محمد تقی، فرهنگ پیرو، فرهنگ پیشرو، مؤسسه تدوین و نشر آثار علامه جعفری، چاپ اول، تهران، ۱۳۷۹.
- ۱۲) حبیبی، محمد باقر. (فروردین ۱۳۸۳) شاخص‌های فرهنگ و تفکر بسیجی، سازمان پژوهشات و مطالعات بسیج، تهران.
- ۱۳) خیابانی، ناصر. (۱۳۸۰) مهارتهای بهتر زیستن، نشر سپند هنر، تهران.
- ۱۴) دیویس، استانلی. (۱۳۷۶) مدیریت فرهنگ سازمان، ترجمه میرسپاسی - معتمد گرجی، انتشارات مروارید، چاپ دوم، تهران.
- ۱۵) رفیع‌پور، فرامرز. (۱۳۷۰) کندوکاوها و پنداشته‌ها، شرکت سهامی انتشار، تهران، چاپ چهارم.
- ۱۶) روح‌الامینی، محمود. (۱۳۷۲) فرهنگ شناسی، عطار، تهران.
- ۱۷) روزنامه اطلاعات، شماره ۲۲۱۰۲، ۱۸ دی ماه، ۱۳۷۹.
- ۱۸) محمودی بختیاری، علیقلی (۱۳۵۸) زمینه فرهنگ و تمدن ایران، چاپ سوم، تهران.
- ۱۹) سیف، علی اکبر. (۱۳۷۴) روانشناسی پرورشی، انتشارات آگاه، چاپ چهاردهم.
- ۲۰) سریع القلم، محمود. (۱۳۸۱) عقل و توسعه یافتگی، مرکز پژوهشهای علمی و مطالعات استراتژیک خاور میانه، تهران - چاپ دوم.
- ۲۱) سطوتی جعفر. (۱۳۸۲) جوانان در نظام بین الملل، تهران - چاپ اول.
- ۲۲) شیمون ال. دولان - رندال اس. شولر. (۱۳۷۸) مدیریت امور کارکنان و منابع انسانی، ترجمه محمد علی طوسی، محمد صائبی، مرکز آموزش مدیریت دولتی، تهران.
- ۲۳) علیرضائی، نصرت‌اله. (۱۳۷۹) تبیین نقش و جایگاه زن در خانواده در حال گذار در ایران، پایان‌نامه مقطع کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی دانشگاه تهران.
- ۲۴) علایی، سوسن. (۱۳۸۰) پایان‌نامه کارشناسی ارشد (بررسی مدیریت کلان سازمانهای غیردولتی فرهنگی و ارائه الگوی مناسب)، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و پژوهشات، تهران.

- ۲۵) قرآن کریم، سوره اسراء، آیه ۸۲.
- ۲۶) کرلینجر، ف. (۱۳۷۷) مبانی پژوهش در علوم رفتاری، جلد اول، ترجمه پاشا شریفی، ح. و نجفی،.
- ۲۷) گلشن پژوه، محمد رضا. (۱۳۸۱) راهنمای سازمانهای غیردولتی، مؤسسه فرهنگی مطالعات و پژوهشات بین‌المللی ابرار، تهران.
- ۲۸) گلشن پژوه، محمود رضا. (۱۳۸۲) راهنمای سازمانهای غیر دولتی، انتشارات موسسه فرهنگی مطالعات بین‌المللی ابرار معاصر.
- ۲۹) لغتنامه دهخدا. (۱۳۵۱) ذیل واژه فرهنگ، دانشگاه تهران.
- ۳۰) میرکمالی - سید محمد. (۱۳۷۸) رهبری و مدیریت آموزش، نشر یسپرون، چاپ پنجم، تهران.
- ۳۱) میرکمالی، سید محمد. (۱۳۷۸) رفتار و روابط در سازمان و مدیریت، نشر رامین، تهران.
- ۳۲) مقیمی، سید محمد. (۱۳۸۳) کارآفرینی در نهادهای جامعه مدنی، انتشارات دانشگاه تهران، چاپ اول، تهران.
- ۳۳) فکوهی، ناصر. (۱۳۸۳) ماهنامه نسل جوان - استراتژی دموکراسی فرهنگی، شماره دو و سه.
- ۳۴) ماهنامه نسل جوان، گفتگو با دکتر پیران، شماره یک، فرودین ۱۳۸۳.
- ۳۵) وضعیت و نگرش جوانان ایران، سازمان ملی جوانان، نشر روناس، چاپ اول، تهران، ۱۳۸۱.