

بررسی میزان و عوامل مؤثر بر گرایش دانشجویان دانشگاه فردوسی مشهد به عضویت در شرکت‌های هرمی در سال تحصیلی ۸۸-۱۳۸۷

محمد مظلوم خراسانی (دانشیار جامعه‌شناسی، دانشگاه فردوسی مشهد؛ نویسنده مسؤل)

mmkhorasani@um.ac.ir

محسن نوغانی (استادیار جامعه‌شناسی، دانشگاه فردوسی مشهد)

noghani@um.ac.ir

سید مجید هاشمی مهنة (کارشناس ارشد علوم اجتماعی)

چکیده

یکی از مسایل و مشکلات اجتماعی امروز جامعه ایران فعالیت در شرکت‌های هرمی می‌باشد. با توجه به اینکه عمده مخاطبین و فعالین در این شرکت‌ها گروه‌های سنی جوان و به ویژه دانشجویان می‌باشند. در این تحقیق تلاش شده است میزان گرایش و عوامل مؤثر بر دانشجویان دانشگاه فردوسی به صورت پیمایشی در سال ۸۸-۱۳۸۷ بررسی شود. حجم نمونه جامعه آماری ما برابر ۲۹۰ نفر و شیوه نمونه‌گیری به صورت تصادفی طبقه‌ای بوده است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که متغیر ارزش‌های سنتی در جهت منفی و متغیر داشتن ایده زندگی لوکس در جهت مثبت تأثیر معنی‌دار و مستقیمی بر گرایش دانشجویان به عضویت در شرکت‌های هرمی تأثیرگذار بوده است. هم‌چنین متغیرهای ارتباط به خانواده، رضایت اجتماعی و استفاده از اینترنت در جهت منفی و متغیرهای آشنایی با افراد عضو در شرکت‌ها، هموار کردن فاصله طبقاتی و احساس تبعیض در جهت مثبت مؤثر بوده‌اند. به طور غیرمستقیم تأثیر معنی‌داری بر متغیر وابسته دارند. در تحلیل مسیر نیز اثر مستقیم و غیرمستقیم متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته محاسبه و مشخص گردید. **کلیدواژه‌ها:** گرایش، شرکت‌های هرمی، زندگی مرفه، ارزش‌های سنتی، اینترنت، فاصله طبقاتی.

مقدمه

یکی از نیازهای بنیادی انسان در هر جامعه، نیاز به امنیت است، در پناه امنیت تولید فکری و کالایی شکل گرفته و بعضی از نظریه‌پردازان امنیت را از عوامل اصلی توسعه پایدار

دانسته‌اند. هر عاملی که امنیت اجتماعی، روانی و اقتصادی جامعه را به مخاطره بیندازد، جامعه باید برای جلوگیری از این عدم امنیت اندیشمندانه و قاطعانه تصمیم‌گیری کند. در جامعه بورژوازی، تبلیغ ارزش‌های مادی و زندگی مصرفی و لوکس و محور قرار دادن ارزش‌های مادی و ثروت‌اندوزی باعث شده است که تعدادی از طریق غیرقانونی و با ترفندهای مختلف به این هدف ارزشی و مادی دسترسی پیدا کنند. گسترش فن‌آوری اطلاعاتی به موازات پیشرفت‌های ارتباطی اشکال جدیدی از اقتصاد، اشتغال و تجارت را به وجود آورده است که بازاریابی شبکه‌ای نوین را فراهم کرده است، مانند تبلیغات رسانه‌ای. اما سوء استفاده از این وسائل و روش‌های علمی باعث شده است که بازاریابی در برخی از کشورها از جمله ایران مشکلات اقتصادی اجتماعی خاصی را به وجود آورد. شرکت‌های هرمی یا "پیرامیدی" نه تنها بر اقتصاد یک کشور تأثیرگذار بوده، بلکه تا اندازه‌ای روابط فرهنگی جامعه را هم متأثر ساخته است. در این بین جوانان و به ویژه دانشجویان آسیب‌پذیرتر بوده و به خاطر رسیدن به هدف ارزشی مادی یعنی پول و ثروت در کوتاه‌مدت بتوانند درآمد هنگفتی را تکاثر نمایند، بدون اینکه فعالیت چشم‌گیر تولید یدی و فکری داشته باشند.

در کشوری مانند ایران که نرخ بیکاری بالا و درآمدها در سطح پایین و نداشتن و عدم ترسیمی از آینده‌ای مشخص برای گروه سنی جوان، روش‌های انحرافی مانند خرید و فروش کالاهای قاچاق و از جمله عضویت شدن در شرکت‌های هرمی، از آن‌ها استقبال می‌شود.

هر یک از این شرکت‌ها با روش خاص و عرضه محصولی سعی در جذب نیرو را دارند و گروهی به خاطر کسب ثروت باد آورده، میلیون‌ها دلار ارز را بدون هیچ نظارتی از کشور خارج می‌کنند. شرکت‌های هرمی که در چند سال اخیر در ایران فعال بوده‌اند عبارتند از: مگا هولدینگز^۱، پنتاگونا^۲، مای سون دیاموند (هفت الماس من)، گلدکوئیست^۳،

1 -Mega Holdings

2 -Pentagona

3- Gold Quest

گلد بیز^۱، گلد ماین^۲، ای بی ال^۳، وست ویژن، آسونت، بیگ فریو، اسیب نت، طرح ملی آشتیان، کارگشایان، انصار الموحدين، ایران بین^۴، سوئیس کش^۵ کوئیست و کیشن.

بیان مسأله

بازاریابی شبکه‌ای^۶ تهدیدی برای اقتصاد ملی و زمینه‌ساز جرائم مختلف می‌شود. سبک شرکت‌های هرمی در بازاریابی شبکه‌ای به خاطر عدم شناخت کافی افراد و نگاه‌ها به شکل منفی است. در این سیستم یک نفر به ضرر فرد دیگر برنده می‌شود. در این روش ارزش افزوده اقتصادی برای مشتریان ایجاد می‌شود و در معنای علمی آن چیزی جز برد و باخت است، بلکه می‌توان آن را برد - برد دانست. تفاوت بین بازاریابی شبکه‌ای سالم و شرکت‌های هرمی کلاهبردار، ریشه در بحث‌های بازاریابی ارتباطی دارد؛ در این سیستم هیچ گونه ارزش افزوده‌ای ایجاد نمی‌شود و نوعی بازی برد - باخت است. چیزی که به عنوان سود در بین اعضا تقسیم می‌شود، در حقیقت پول افراد در سطوح پائین هرم است و کسی که در رده بالای هرم است، بهره بیشتری خواهد برد. در شرکت‌های هرمی به منافع جمع و جنبه‌های اخلاقی توجه نمی‌شود. با آموزش‌های درست می‌توان بازاریابی سالم را در جامعه فراهم کرد و تفاوت بین این دو مکانیزم صحیح و نادرست را در بازاریابی شبکه‌ای شناسایی کرد و بازاریابی صحیح به اقتصاد کشور کمک خواهد کرد و لازمه آن فراهم نمودن بسترهای فرهنگی و سرمایه‌گذاری در این بخش را باید به آن توجه کرد.

محیط‌های دانشجویی و بویژه خوابگاه‌های دانشگاه‌ها محیطی مساعد برای بازاریابی و عضویت در شرکت‌های هرمی است. بیکاری، وضعیت اقتصادی پائین دانشجویان، هزینه‌های بالا، کاهش ارزش معنوی تحصیلات، زمینه‌گرایی به عضویت در آمدن شرکت‌های هرمی در

1 -Gold Bese

2 -Gold Main

3 -E.B.L

4 -Iran Bin

5 -Swiss Cash

6 -Network Marketing

دانشجویان برای زندگی بی‌دغدغه و مرفه به شکل تخیلی را فراهم کرده است و در این تحقیق میزان و عوامل مؤثر بر این نوع فعالیت‌ها مورد بررسی قرار گرفته است.

سؤالات تحقیق

- ۱- میزان گرایش دانشجویان دانشگاه فردوسی مشهد در سال تحصیلی ۸۷-۸۸ به عضویت در شرکت‌های هرمی چقدر است؟
- ۲- عوامل مرتبط با گرایش دانشجویان دانشگاه فردوسی مشهد در سال تحصیلی ۸۷-۸۸ به عضویت در شرکت‌های هرمی کدامند و سهم آن‌ها در این میان چقدر است؟

تعریف مفاهیم

گرایش

گرایش و نگرش عموماً معادل attitude به کار برده می‌شود. زمانی که نگرش تبدیل به عمل شود جنبه گرایش پیدا می‌کند.

در باب واژه گرایش تعاریف مختلفی را ارائه داده‌اند، برای مثال قضاوت انسان به صورت مثبت یا منفی و یا احکام ارزشی مطلوب و یا نامطلوب درباره اشیاء، اشخاص و وقایع را گرایش گویند که منجر به واکنش به شکل اظهار عقیده و یا رفتاری جلوه‌گر می‌شود (رابینز، ۱۹۹۳: ۱۷۷). یا فردی ابراز احساس نماید، در واقع گرایش خود را نشان داده است (برکوویتز، ۱۳۷۲: ۱۶۸). خود گرایش‌ها قابل مشاهده و ملموس نیستند، بلکه در بیانات و رفتارها استنباط می‌شوند. معمولاً روان‌شناسان اجتماعی گرایش‌ها را به عنوان یکی از اجزاء یک نظام سه جزئی مورد بررسی قرار می‌دهند که «اعتقادات» جزء شناختی، «گرایش‌ها» جز عاطفی و «اعمال» جزء رفتاری آن را تشکیل می‌دهند (اتکینسون، ۱۳۷۰: ۳۴۴ و ساعت‌چی، ۱۳۷۴: ۱۴۱).

گرایش زمینه‌ساز رفتار اجتماعی است و سؤال این که بین این دو رابطه‌ای وجود دارد؟ یا می‌توان براساس گرایش رفتار را پیش‌بینی کرد؟ (گولد و کولب، ۱۳۷۶: ۱۶۳). یا کورت لوین رفتار را حرکتی از برخورد عوامل تعیین‌کننده درونی فرد (شخصیت) و عوامل تعیین‌کننده برونی یا

محیطی دانسته است (گی‌روشه، ۱۳۶۷: ۳۴). پس اگر اطلاعات کافی راجع به شرایط محیطی و ویژگی‌های شخصی را داشته باشیم می‌توانیم رفتار فرد را حدس بزنیم، در صورتیکه تعیین کننده‌های محیطی و شخصیتی برای افراد ثابت یا تا اندازه‌ای یکسان باشند (کریمی، ۱۳۷۳: ۳۱۳).
گرایش برای توصیف سه بعد رفتاری بکار گرفته شده است.

الف - بعد آمادگی جسمانی به معنی پذیرش محرک‌های خارجی و تبدیل آن به عمل

ب - بعد فکری و آگاهی یعنی آگاهی انسان نسبت به خوبی و بدی

ج - بعد احساسی یعنی براساس احساس و نه بر مبنی تفکر و احساسی قضاوت و اقدام نماید، در نتیجه به دو بعد فکری و احساسی راجع به گرایش بیشتر توجه شده است.
گرایش عبارت است نوعی آمادگی فکر و احساس که بوسیله تجربه سازماندهی می‌شود و گرایش نظامی است از عکس‌العمل‌های ارزیابی کننده که مبنی بر اعتقادات ارزیابی شکل می‌گیرد. براساس تعاریف فوق در مقاله حاضر جنبه آمادگی برای عمل را معادل گرایش گرفته‌ایم.

بزه یا جرم

بزه را رفتاری خلاف اخلاق یا اعمالی که به ضرر جمع است، تعریف کرده‌اند و از نظر حقوقی جرم به معنی عملی است که قانون آن را ممنوع کرده است (جعفری لنگرودی، ۱۳۷۰: ۱۹۱). در حقیقت جرم عملی است که باعث بی‌ثباتی و بی‌نظمی در جامعه شود. به بیانی دیگر از قول دورکهمیم هر فعل یا ترک فعلی که باعث بی‌ثباتی و بی‌نظمی شود، جرم گویند و جرم عملی است خلاف قوانین رایج هر کشور و معرّم کسی است عمل او مغایر با قوانین باشد (ستوده، ۱۳۷۶: ۶۴) و جرائم سازمان یافته در ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی را می‌توان نام برد که از جمله شرکت‌های هرمی جزء جرائم سازمان یافته هستند. رفتار نابهنجار در فردی مشاهده می‌شود که به نظام ارزشی پشت پا زده و عدم عملکرد به نظام ارزشی را نابهنجار گویند. زمانیکه بعضی از انحرافات اجتماعی بیش از حد تجاوز کند، به شکل جرم و بزهکاری در خواهند آمد (معدن کن، ۱۳۷۴: ۱۹) به طور کلی منحرف از الگوها و هنجارهای مورد قبول جامعه فاصله می‌گیرد و معرّف تعارض معنی‌داری بین فرد و جامعه است.

البته مرز بین انحراف و بزهکاری بستگی به قضاوت و تحمل جامعه دارد و از این جهت برداشت‌ها و قضاوت‌های مختلفی در نزد افراد وجود دارد (پدکیا، ۱۳۷۳: ۲۰)

انحرافات اجتماعی را می‌توان این چنین تعریف کرد: هر گونه رفتار انحرافی که با انتظارات جامعه یا با یکی از گروه‌های مشخص منطبق نباشد و دوری جستن از هنجارها است و از نظر تعداد زیادی قابل سرزنش است (کوئن، ۱۳۷۲: ۲۱۵ و رابرتسون، ۱۳۷۲: ۱۶۸).

افراد «حاشیه‌ای» که با سرکشی از قوانین رایج و نقض هنجارها به گروه دیگری که برایشان به مرجع تبدیل شده است، تبدیل به گروه حاشیه‌ای و خرده فرهنگ^۱ را تشکیل می‌دهند و بعضی از جوانان جزء این افراد حاشیه‌ای محسوب می‌شوند (صفوی، ۱۳۶۹، ۲۳).

طرح‌های هرمی و پول‌شویی

در شرکت‌های هرمی یا «پیرامیدها» برای اعضاء سیر صعود و نزول فرق نمی‌کند، اما تفاوتی که در شبکه بازاریابی مشاهده می‌شود این است که در این شرکت‌ها «توهم» به ثروتمند شدن فروخته می‌شود که اصطلاحاً سریعاً ثروتمند شدن^۲ را استفاده می‌کنند و نه فروش کالا. آنچه مسلم است چنانچه یک شرکت بازاریابی شبکه‌ای که کالای آن در بازار بدون استفاده از این روش قابل فروش نباشد، بی‌شک یک شبکه هرمی است، و مجرمان یقه سفید در این شبکه‌ها در سطحی گسترده فعالیت دارند. در کشور آلبانی بعد از فروپاشی کمونیسم، فعالیت این شرکت‌ها صدمات زیادی بر اقتصاد این کشور وارد کرد. در امریکا فردی به نام «پونزی» در سال ۱۹۲۱ بازاریابی شبکه‌ای را ابداع کرد و در این کشور این نوع فعالیت‌های غیراخلاقی اقتصادی ممنوع گردید.

برای روشن شدن ماهیت تجارت شبکه‌ای در شرکت‌های هرمی به روش عضوگیری ذیل عمل می‌کنند فرضاً یکی از این شرکت‌ها اقدام به فروش جنسی می‌کند و هر فرد میانگین ماهانه ۱۰۰۰۰ تومان جنس می‌خرد، اگر شرکت مذکور به ازای یافتن هر مشتری ۵٪ به شما

1- Subculture

2- Get Quick Rich

سود بدهد و این کار در هر طبقه تداوم یابد و پیدا کردن ۵ مشتری فعال که هر کدام بتوانند ۵ مشتری سخت‌کوش دیگر پیدا کنند، نتیجه آماری به شکل تصاعدی این چنین است:

$$\text{رده ۱} = ۵ \text{ نفر} = ۵۰۰۰۰۰ \text{ تومان فروش} = ۲۵۰۰ \text{ تومان سود}$$

$$\text{رده ۲} = ۲۵ \text{ نفر} = ۲۵۰۰۰۰۰ \text{ تومان فروش} = ۱۲۵۰۰ \text{ تومان سود}$$

$$\text{رده ۳} = ۱۲۵ \text{ نفر} = ۱۲۵۰۰۰۰۰ \text{ تومان فروش} = ۶۲۵۰۰ \text{ تومان سود}$$

$$\text{رده ۴} = ۶۲۵ \text{ نفر} = ۶۲۵۰۰۰۰۰ \text{ تومان فروش} = ۳۱۲۵۰۰ \text{ تومان سود}$$

$$\text{رده ۵} = ۳۱۲۵ \text{ نفر} = ۳۱۲۵۰۰۰۰۰ \text{ تومان فروش} = ۱۵۶۲۵۰۰ \text{ تومان سود}$$

$$\text{رده ۶} = ۱۵۶۲۵ \text{ نفر} = ۱۵۶۲۵۰۰۰۰۰ \text{ تومان فروش} = ۷۸۱۲۵۰۰ \text{ تومان سود}$$

$$\text{رده ۷} = ۷۸۱۲۵ \text{ نفر} = ۷۸۱۲۵۰۰۰۰۰ \text{ تومان فروش} = ۳۹۰۶۲۵۰۰ \text{ تومان سود}$$

در نتیجه اگر هر نفر ۵ نفر دیگر را جذب کند و میانگین ۱۰۰۰۰ تومان در ماه خرید کند ماهانه بیش از ۴۵ میلیون تومان درآمد خواهد داشت. پیدا کردن ۹۰۰۰۰ مشتری فعال بوسیله یک نفر تخیلی بیش نیست و تصور اینکه مشتریان دیگر فعالین دیگری را پیدا کنند، کاری است غیرممکن. در کشورهای توسعه یافته هر مایه‌های قانونی و غیرقانونی را از هم تفکیک کرده و بین فعالیت‌های اقتصادی سالم و مضر فرق گذاشته‌اند و تفاوت این دو پرداخت وجه زیادی برای کالا یا شیئی که ارزش آن در بازار کمتر است و این ویژگی هر مایه‌های غیرقانونی است.

شرکت‌های هرمی با طرق غیرقانونی و غیراخلاقی بدنبال جمع‌آوری پول‌های کلان هستند و یکی از این طریق استفاده از پول نقد است. حجم بالای پول نقد به ناچار به پول‌شویان داده می‌شود که طی مراحل وارد شبکه اقتصادی کشور گردد و روش‌های کسب سود و پول‌شویی بسیار پیچیده و گوناگون است. یکی از روش‌های پول‌شویی مقادیر زیادی پول نقد به مقادیر کوچکی تبدیل می‌شود و یا بطور مستقیم در بانک سرمایه‌گذاری کرده و با آن چک، سفته و غیره خریداری کرده و در مکان‌های دیگر سپرده‌گذاری می‌کنند از شیوه‌های دیگر پول‌شویی می‌توان به سرمایه‌گذاری موقت در بنگاه‌های تولیدی، تجاری قانونی، سرمایه‌گذاری در بازار سهام و اوراق قرضه، ایجاد سازمانهای خیریه قلبی، سرمایه‌گذاری در بازار طلا و الماس شرکت در مزایده‌های اجناس هنری و عتیقه از شگردهای اغلب شرکت‌های هرمی است.

زمانی که پول کثیف در فعالیت‌های قانونی وارد شود و سرمایه‌گذاری شود، در طول زمان با پول‌های تمیز مخلوط می‌شود و تفکیک آنها از یکدیگر ناممکن می‌شود. افزایش پول‌شویی و جرم و جنایت سبب کاهش تقاضای پول و کاهش تولید ناخالص داخلی می‌شود. پول‌شویی باعث کاهش اعتماد به بازارها و مبادلات قانونی و افزایش کلاهبرداری و اختلاس می‌شود و پول‌شویی فرار سرمایه از کشور را به صورت غیرقانونی فراهم می‌کند قوانین بانکی و کنترل و نظارت بر ارزش‌های خارجی و اعمال نظارت بر کارهای مؤسسات مالی و بانکی می‌تواند با پول‌شویی مبارزه کند. بدین منظور «سازمان بین‌المللی مبارزه با پول‌شویی»^۱ که با عضویت ۳۱ عضو و ۲ سازمان بین‌المللی تأسیس گردیده و با آئین‌نامه ۴۰ ماده‌ای با کلیه جنبه‌های مبارزه با پول‌شویی اعضاء آن متعهدند. یکی دیگر از راه‌های مبارزه با پول‌شویی اصلاح ساختار مالیاتی کشور از ایجاد پول‌های کثیف و پول‌شویی جلوگیری خواهد کرد.

معرفی برخی از شرکت‌های هرمی

گلدکوئیست در انگلستان و فیلیپین به وجود آمد. فعالیت‌های گلدکوئیست ارائه خدمات و محصولات متنوعی از قبیل تورهای توریستی، دوره‌های آموزشی و از همه عمده‌تر سکه و دیگر محصولات طلا است. ضرب سبکه با تصویر شخصیت‌های مطرح در کشور از طرفندهای این شرکت بود. ضرب سبکه با تصویر امام خمینی و کلام امام «عالم محضر خداست» در بالای سکه حک شده است و در پائین سکه نام امام خمینی بنیانگذار جمهوری اسلامی درج شده بود. پشت سکه هم مشخصات بانک مرکزی سومالی درج شده که ارزش سکه را پشتیبانی می‌کند، هم چنین سکه‌هایی با تصاویر مهاتما گاندی و مادر ترزا و برنارد هنریش ضرب شده‌اند. هر فرد با خرید یکی از محصولات این شرکت به سیستم وارد می‌شود هر فرد در سمت چپ و راست خود دو نفر را به مجموعه معرفی می‌کند که آنها اقدام به خرید محصول می‌کنند و عضویت افراد جدید به همین ترتیب ادامه پیدا می‌کند. از دیگر شرکت‌های هرمی می‌توان فرهیختگان پارسه، شرکت هرمی "وست ویژن"، پریم بانک که در اروپا و آسیا در ۷۵

کشور مشترک دارد و دفتر مرکزی آن در ایران در جزیره کیش است با خرید "ای کارت" به مبلغ ۴۰۰۰۰ هزار تومان فرد سرمایه‌گذار بانک می‌شود و با معرفی دو نفر دیگر به بانک و آن دو نفر باید دو نفر دیگر معرفی کنند و به ازای هر ۳ نفر راست و ۳ نفر چپ بانک به شما ۳۰ دلار پرداخت می‌کند و به محض اینکه زیر شاخه به ۶ نفر رسید، مرحله استپ تکمیل می‌شود و سیستم کامپیوتری با سود ۱۰٪ کل سرمایه با چک سیبا بانک ملی شعبه کیش پرداخت می‌کند. با همین روش‌ها شرکت "مای‌سون دیاموندز" که در سال ۱۳۸۰ در ایران تأسیس شد و اعضاء آن در سال ۱۳۸۴ به ۳۰۰ هزار نفر رسید، محصول این شرکت الماس است و با پرداخت ۱۵۰ دلار حضور این شبکه می‌شوند و به ازای سه نفر در راست و سه نفر در چپ مبلغ ۱۰۰ دلار پورسانت دریافت می‌کردند و فروش الماس تنها پوششی برای یک طرح هرمی بوده است.

هم چنین شرکت مگا هولدینگ و شرکت هرمی سوئیس کش و کارگشایان انصارالموحدین، شرکت ایران‌بین، شرکت امپایر درامز، شرکت گلدماين، شرکت گلدن استوک، شرکت ای‌بی‌ال، شرکت پنتاگونو که در سال ۱۳۷۹ بالغ بر ۱۹۶۸۰۰۰۰ دلار را از کشور ایران خارج کرده است و شرکت هفت الماس من، شرکت امین آوا، شرکت ویشن اینترنشنال پی‌یل گروپ را می‌توان نام برد.

پیشینه تحقیق

در مورد شرکت‌های هرمی به خاطر مخفی بودن فعالیت‌ها و نبودن این فعالیت‌ها کارهای تحقیقی اندکی انجام شده است، اما با بررسی‌های بعمل آمده از مراکز تحقیقاتی به بعضی از این آثار مراجعه شده است. از جمله محمدرضا نصرالهی در پایان‌نامه کارشناسی ارشد خود تحت عنوان «بررسی پیامدهای اقتصادی - انتظامی فعالیت شرکت‌های هرمی» به اتمام رسانیده و نوع تحقیق کاربردی و روش آن توصیفی - تحلیلی است و در نتیجه نظارت کامل بر شرکت‌های داخلی و خارجی، برنامه‌ریزی مناسب جهت از بین بردن بسترهای رشد فعالیت‌های کاذب اقتصادی، تجزیه و تحلیل جرایم و ریشه‌یابی علل آن، تدوین قوانین جدید و از همه مهم‌تر اطلاع‌رسانی و آموزش همگانی از منظر انتظامی ضرورتی اجتناب‌ناپذیر است. هم چنین ابوالقاسم علیان‌نژاد در تحقیقی تحت

عنوان «بازاریابی شبکه‌ای یا کلاهبرداری مرموز» شرکت‌های هرمی از دیدگاه شرعی مورد بررسی قرار داده و با فتوای مراجع، این نوع فعالیت‌ها را غیرمجاز و حرام دانسته است و صدمات اقتصادی، اجتماعی، اخلاقی و سیاسی این شرکت‌ها را بررسی کرده است.

از تحقیقات خارجی می‌توان به تحقیقی تحت عنوان «روانشناسی طرح‌های هرمی» توسط الکساندر مکنزی در کانادا نام برد، در بخش اول سنجش آگاهی افراد از گزینه‌های سرمایه‌گذاری و تصمیم به سرمایه‌گذاری مورد توجه قرار گرفته است، در قسمت دوم نشان داده شده است که پول شرکت‌کنندگان در سرمایه‌گذاری با خطر مواجه است و هر مقدار درک خطر از گزینه‌های سرمایه‌گذاری افزایش یابد، سرمایه‌گذاری مردم کمتر می‌شود. در هر دو مورد اول و دوم نیمی از افراد حاضرند، در طرح هرمی سرمایه‌گذاری نمایند و همچنین شرکت‌کنندگان در تصورشان پول را در طرح هرمی با هدف جذب سرمایه‌گذاران جدید سرمایه‌گذاری می‌کنند.

در ادامه این مطالعات نشان داده شد که بین سرمایه‌گذاران در طرح‌های هرمی و غیرسرمایه‌گذاران از نظر احساسی و عقلانی تفاوت وجود داشته است.

هم چنین گزارشی از براوالنتین قاضی دادگاه عمومی کمیسیون تجارت فدرال آمریکا درباره طرح‌های هرمی تهیه و در سمینار مسایل حقوقی مؤثر بر بانک‌های مرکزی در سال ۱۹۹۸ ارائه گردید. تشخیص دشوار طرح‌های هرمی مجاز و غیرمجاز توضیح داده شده و به نتایج ناگوار اقتصادی و اجتماعی طرح‌های هرمی غیرمجاز اشاره شده است، طرح‌های هرمی غیرمجاز صدمه به مصرف‌کنندگان و عملیات بانکی وارد می‌کند و زمینه بی‌اعتبار کردن صنعت بانکداری می‌شود و در نهایت نظارت نیروهای قضائی و انتظامی بر شرکت‌های هرمی و دادن آموزش‌های لازم به مردم و ایجاد کسب و کار مناسب برای جوانان راه‌های جلوگیری از گسترش این شرکت‌ها را پیشنهاد کرد.

چارچوب نظری

در زمینه گرایش افرادی مانند فیش باین و آیزن نظریاتی را ارائه داده‌اند که به نظر آنها رفتار در پی عوامل متعددی ایجاد می‌شود و ماقبل بروز رفتار، قصد و نیت منجر به رفتار می‌شود و خود قصد و نیت تابع دو متغیر گرایش به سوی رفتار و هنجار ذهنی می‌باشد که گرایش به

سوی رفتار یک متغیر فردی و هنجار ذهنی انعکاسی از فشار اجتماعی است و خود گرایش از نظر فیش باین و آیزن بستگی به دو عامل انتظار فایده و ارزیابی فایده دارد و تجزیه گرایش از تئوری دیگری از اتکینسن به نام «انتظار» و «ارزش» گرفته شده که طی آن رفتار تابع انتظار فایده و ارزشی که موضوع رفتاری برای فرد دارد می‌باشد (محسنی، ۱۳۷۵: ۷۱).

نظریه رفتاری اسکینر براساس شرط‌سازی کنشگر متکی است، شخص عملی انجام می‌دهد و در مقابل عملش پاداش دریافت می‌کند یا تنبیه می‌شود. تشویق و تنبیه زمینه ارتباط مبادله‌ای را در زندگی فراهم می‌کند.

هم چنین از تئوری ساپ و هارد استفاده شده که در کنار نظریه فیش باین و آیزن عامل دیگری تحت عنوان پذیرش اجتماعی را مطرح کرده است، علاوه بر انتظارات اجتماعی در پیدایش قصد و نیت و تأثیر آن، به تئوری گروه مرجع توجه داشته‌اند. گروه مرجع چارچوب ارزشی را فراهم می‌کند که اعضاء نظام اجتماعی یا گروه، خود و دیگران را ارزیابی و کنترل می‌کند و بر روی تک‌تک افراد تأثیرگذار و قضاوت می‌کند و این بستگی به انسجام گروهی دارد (امیدوار، ۱۳۸۱: ۴۵).

در موضوع گرایش نظریه تزشیه و کرومکا، گرایش دارای سه بعد عناصر ادراکی، عناصر ارزشیابانه و عناصر عملی و رفتاری می‌داند و گرونبرگ نظریه «تسری» را مطرح کرده که رضایت از یک بخش از زندگی بر روی رضایت از بخش‌های دیگر زندگی تأثیر می‌گذارد و روزن اشتیل درباره کارائی و ارزیابی سازمانها چند عامل را مؤثر بر گرایش می‌داند از جمله ارضاء نیاز، تجربه، رضایت افراد، میزان دسترسی به اهداف تعیین شده، کارائی بهتر برای حل مسایل.

نظریات انحرافات و کجرویهای اجتماعی

در باب نظریات انحرافات سه دسته نظریه زیست‌شناختی، روان‌شناختی و جامعه‌شناختی ارائه شده است. در دیدگاه زیست‌شناختی نظریات "جانی بالفطره" لومبرزو و تیپ بدنی ویلیام شلدون و نظریه توارث و کروموزوم اضافی و گروه‌های خونی را برای کجروی مؤثر دانسته‌اند (ستوده، ۱۳۷۶: ۹۹-۹۵) در دیدگاه روان‌شناختی انحراف اجتماعی از دیدگاه فروید در اثر انفعال من‌برتر و غلبه نهاد بومن برتر به طوریکه غیرقابل کنترل باشد و فرد دست به رفتار انحراف

می‌زند، هم چنین اختلالات شخصیتی در افراد (روان‌نژند و روان‌پریش و جامعه رنجور یا روان رنجور) را می‌توان مانند بیماریهای مانند پارانوئید، اسکیزوفرنی و ضد اجتماعی نام برد.

در دیدگاه جامعه‌شناختی انحرافات در اثر ناسازگاری بین فرد و جامعه یا ناسازگاریهای درون ساختار جامعه شکل می‌گیرد. در نظریه نابسامانی یا آنومی دورکهم جرم یک پدیده طبیعی اجتماعی است و تا موقعیکه جامعه و نظام آن پابرجاست، جرم نیز وجود خواهد داشت. منتهی زمانی منجر به مسأله اجتماعی می‌شوند که از نظر عام و کمیّت افزایش یابد و علل آن را در کارکردهای نهاد و ساخت‌های اجتماعی باید جستجو کرد و علل فردی آن را عامل نمی‌داند (مساواتی، ۱۳۷۴: ۱۸). در جامعه‌ای که همبستگی اجتماعی قوی باشد، اعضاء آن با ارزش‌ها و هنجارهای مشترک هم‌نوا هستند، ولی در صورتیکه همبستگی ضعیف باشد، احتمال انحراف و کجروی افزایش می‌یابد.

نظریه فشارهای ساختاری که جامعه زمینه انحراف را برای بعضی از افراد فراهم می‌کند. مثلاً وجود فقر و شکاف طبقاتی می‌تواند زمینه‌ساز بسیاری از انحرافات باشد. همچنین تضعیف هنجارها و نامشخص بودن نظام ارزشی زمینه بی‌نظمی هنجارها را فراهم می‌کند و دورکهم و مرتون مفهوم آنومی را مورد تأکید قرار داده‌اند. مرتون عدم تعادل در نظام اجتماعی و نابسامانی را زمانی می‌داند که بین اهداف ارزش اجتماعی و وسائل و امکانات رسیدن برای اهداف، تناسب و تعادل وجود نداشته باشد (صفوی، ۱۳۷۰: ۲۴ و رابرتسون، ۱۳۷۴: ۱۷۲). مرتون مفهوم آنومی را به معنای رفتاری مغایر با قواعد و هنجارهای مورد قبول جامعه می‌داند، بطور کلی سه دسته نظریه و برداشت از آنومی یا نابسامانی وجود دارد:

۱- بی‌سازمانی شخصیت ۲- شرایط و وضعیت اجتماعی به معنی صریح نبودن نظام هنجاری که منجر به بی‌نظمی هنجاری می‌شود ۳- وضع یا شرایط اجتماعی که فاقد هنجار باشد (ساروخانی، ۱۳۷۰: ۲۷). هم‌چنین نظریه پیوند افتراقی ساترلند در باب کجروی دارای اهمیت است که در کنش متقابل انحراف در اثر ارتباط و معاشرت با دیگران یا مجرمین یاد گرفته می‌شود.

تراوس هیرسچی همبستگی قومی را دارای چهار عنصر اصلی می‌داند ۱- علاقه به ارتباط با دیگران ۲- تعهد دینی ۳- مشغولیت و مشارکت مستمر در فعالیت‌های غیرانحرافی ۴- ایمان به معنی پایبندی به ارزش‌ها و اصول اخلاقی (رابرتسون، ۱۳۷۲: ۱۷۵) که مانع و بازدارنده عمل خلاف هستند.

هم چنین نظریه برچسب که فرد در اثر آن خود را به عنوان شخصی که در انحراف گرفتار شده است می‌پذیرد و تأثیر برچسب از طرف جامعه به فرد منجر به تداوم انحراف می‌شود (ابراکرامبی، نیکلاس و دیگران، ۱۳۶۷: ۱۱۷). چامبلیس و سیدمن^۱ از کسانی هستند که نظریه تضاد را در هر جامعه طبقاتی عامل جرم و کجروی دانسته‌اند. طبقات مسلط و ثروتمند در جهت حفظ منافع طبقاتی خود، از قوانین خاص استفاده نموده و به تصویب می‌رسانند. کسانی که منافع طبقه مسلط را به خطر اندازد، مجرم محسوب می‌شود و جرم را تعریف می‌کنند و با بیش طبقاتی خود، افراد تهیدست را مجرم دانسته و تحقیر می‌کنند.

یکی دیگر از نظریات جامعه‌شناختی انحرافات به مکتب شیکاگو ارتباط دارد که رابطه بین ارگانیزم و محیط را تحت عنوان بوم‌شناسی بررسی می‌کند. کلیفورد شاو و هنری مک‌کی^۲ در مطالعات خود در شهر شیکاگو متوجه شدند که مهاجرت افراد کم‌درآمد به شهرها زندگی خود را در مناطق تجاری شروع می‌کنند و گسترش مراکز تجاری در اثر تبدیل مناطق مسکونی به تجاری شکل می‌گیرد و جابجائی جمعیت باعث کاهش کنترل جمعیت و بی‌ثباتی و بی‌سازمانی اجتماعی که منجر به انواع انحرافات می‌شود، را نتیجه گرفتند.

مکتب شیکاگو تأثیرات شرایط اجتماعی در شهرهای بزرگ را خارج از کنترل فرد می‌داند و رفتار انسان را شکل می‌دهد. البته دیوید ماتزا^۳ با این نظریه مخالف است و نظریات جبری ساختار و خرده فرهنگی را رد می‌کند و برای فرد آزادی عمل و حق انتخاب قائل است و از نظر وی بسیاری از بزهکاران به طور اتفاقی به انحراف کشیده می‌شوند، نه به وسیله نیروهای اجتماعی قدرتمند. (نصیری، ۱۳۸۰: ۲۸). هم چنین نظریه بوم‌شناختی یوری بران فن برنز بیشتر به نگرش جوانان در مورد نقش‌هایی که ایفا می‌کنند و روابط و دریافت‌هایی که در محیط فرهنگی - اجتماعی دارند را مورد بررسی قرار می‌دهد (امیدوار، ۱۳۸۱: ۵۵).

1- Chambliss & Seidman

2 -Clifford Shaw & Henry Mckay

3 -David Matza

جمع بندی نظریات

با توجه به نظریات مختلف علوم در باب انحرافات و در نظر گرفتن عضویت در شرکت های هرمی طبق قوانین رایج کشور «به عنوان جرم» و امر خلاف و نابهنجار به حساب آمده است. لذا نظریاتی همچون همبستگی اجتماعی دورکهمیم و ارتباط آن با بروز انحرافات در بحث شرکت های هرمی مورد استفاده قرار گرفته است، بدین معنا که افراد مجرم دارای ارتباطات ضعیف اجتماعی می باشد؛ یا در جامعه ای که ساختار اجتماعی به صورت طبقاتی می باشد و تلاش مردم در جهت رسیدن به ثروت و پول می باشد و امکان استفاده از راه های مشروع امکان پذیر نیست، لذا افراد به ویژه کسانی که در سنین جوانی و دچار بیکاری هستند، تلاش می کنند از طریق نامشروع به ثروت دسترسی پیدا کنند و شرکت های هرمی راهی مناسب برای رسیدن به ثروت بادآورده است.

در شرکت های هرمی چون مبنا و اساس سازمانی این شرکت ها بر اساس اضافه کردن اعضا به صورت تصاعدی می باشد، لذا افراد عضو اولیه تلاش می کنند که یارگیری کنند و این نوع ارتباطات جنبه پیوند افتراقی پیدا می کند که در این نظریه هدف جرم، روش انجام آن مدت زمان تماس در القای اهداف شرکت به دیگران جنبه پیوند اتراقی را دارا می باشند. در نظریه ای تراوس هیرسچی و ارتباط آن با عضویت در شرکت های هرمی به این صورت است، کسانی که دارای ایمان ضعیف و با توجه به فتوای مراجع به مبانی دینی توجه ندارند و اصل حلال و حرام را نادیده انگاشته، مورد استفاده قرار گرفته است.

در نظریه برچسب در مراحل اولیه عضویت، اعضا سود مناسب و شیرینی دریافت می کنند و همین باعث تکرار در سرمایه گذاری و پیدا نمودن اعضا دیگر می شوند. احتمالاً کسانی که دارای سوء سابقه می باشند، گرایش به شرکت های هرمی در آن ها قوی تر است و استفاده از نظریه مکتب شیکاگو به این صورت است که بیشتر اعضای شرکت های هرمی در شهرهای بزرگ و عموماً جزء گروه های حاشیه ای و در مراکز پرجمعیت شهری فعالیت دارند.

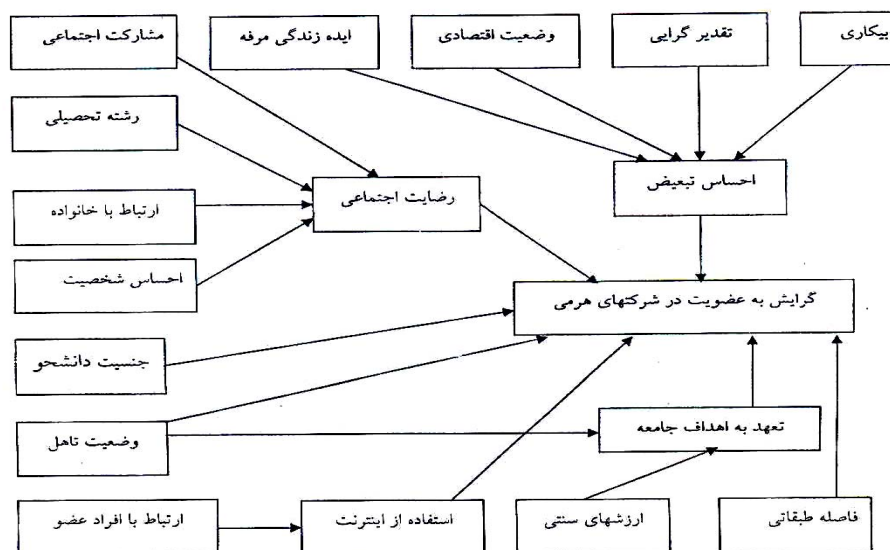
فرضیات تحقیق

۱- بین پایگاه اجتماعی - اقتصادی، بیکاری، تقدیرگرایی، ایده زندگی مرفه با احساس تبعیض و گرایش به عضویت در شرکت های هرمی رابطه وجود دارد.

- ۲- بین میزان مشارکت اجتماعی، رشته تحصیلی، ارتباط با خانواده، احساس شخصیت با رضایت اجتماعی و گرایش به عضویت در شرکت های هرمی رابطه وجود دارد.
- ۳- بین ویژگی های فردی (جنسیت، تاهل) با عضویت در شرکت های هرمی رابطه وجود دارد.
- ۴- بین میزان ارتباط با افراد عضو، استفاده از اینترنت، توجه به ارزش های سنتی و فاصله طبقاتی با گرایش به عضویت در شرکت های هرمی رابطه وجود دارد.
- ۵- بین ارزش های سنتی و تعهد به اهداف جامعه و گرایش به عضویت در شرکت های هرمی رابطه وجود دارد.

مدل تحلیلی نظری

نمودار ۱- مدل نظری تحقیق



روش تحقیق

روش تحقیق در این پژوهش «پیمایشی» میدانی است و اطلاعات توسط پرسش نامه جمع آوری شده است. بررسی اطلاعات و داده ها در بخش آمار توصیفی و استنباطی، روابط بین متغیرها را تبیین می کند. واحد تحلیل در این پژوهش فرد (دانشجو) بوده است. در آمار توصیفی از فراوانی و

درصد استفاده شد و در آمار استنباطی آزمون رگرسیون دو و چند متغیره و تحلیل مسیر استفاده شد و در تحقیق پیمایشی واحد تحلیل فرد است (دواس، دی‌ای، ۱۳۷۶: ۴۱)

متغیر وابسته میزان گرایش دانشجویان دانشگاه فردوسی به شرکت‌های هرمی است.

جامعه آماری: جامعه آماری در این تحقیق دانشجویان دانشگاه فردوسی مشهد است. با استفاده از آمار موجود در دانشگاه تعداد دانشجویان برابر با ۱۸۵۶۳ نفر است.

حجم نمونه و روش نمونه‌گیری

با استفاده از فرمول کوکران حجم نمونه برابر با ۲۹۰ نفر حساب شده است.

فرمول ۱

$$n = \frac{Nt^2 S^2}{(N-1)d^2 + t^2 s^2}$$

$$n = \frac{18563 \times (1/96)^2 (0/43)^2}{(18563-1) \times (0/05)^2 + (1/96)^2 (0/43)^2} = 290$$

شیوه نمونه‌گیری به صورت تصادفی طبقه‌ای است که هر دانشکده به عنوان طبقه در نظر گرفته شده است و فراوانی و حجم نمونه هر دانشکده با استفاده از فرمول کوکران در جدول زیر مشاهده می‌شود:

جدول ۱- جامعه آماری دانشجویان دانشگاه فردوسی مشهد به تفکیک دانشکده و جنسیت و

حجم نمونه (زمستان ۱۳۸۶)

ردیف	نام دانشکده	تعداد دانشجو		جنسیت	تعداد نمونه در هر دانشکده (Ni)
		مرد	زن		
۱	ادبیات و علوم انسانی	۳۱۸۷	۷۹۸	۲۳۸۹	$(3187 \times 290) / 18563 = 49$
۲	الهیات	۱۶۰۷	۳۵۴	۱۲۵۳	$(1607 \times 290) / 18563 = 26$
۳	تربیت بدنی و علوم ورزشی	۲۷۶	۱۴۶	۱۳۰	$(276 \times 290) / 18563 = 6$
۴	دامپزشکی	۴۵۰	۲۲۳	۲۲۷	$(450 \times 290) / 18563 = 7$
۵	علوم اداری و اقتصادی	۲۱۱۹	۸۰۰	۱۳۱۹	$(2119 \times 290) / 18563 = 31$
۶	علوم پایه	۲۲۵۹	۶۳۰	۱۶۲۹	$(2259 \times 290) / 18563 = 35$
۷	علوم ریاضی	۱۱۶۹	۳۴۳	۸۲۶	$(1169 \times 290) / 18563 = 17$
۸	علوم تربیتی و روان‌شناسی	۱۵۲۴	۲۳۶	۱۲۸۸	$(1524 \times 290) / 18563 = 23$
۹	معماری و شهرسازی	۱۹۸	۷۰	۱۲۸	$(198 \times 290) / 18563 = 5$
۱۰	منابع طبیعی و محیط زیست	۲۴۶	۵۰	۱۹۶	$(246 \times 290) / 18563 = 6$
۱۱	کشاورزی	۱۹۲۲	۸۴۶	۱۰۷۶	$(1922 \times 290) / 18563 = 29$
۱۲	مهندسی	۳۶۰۶	۲۵۹۸	۱۰۰۸	$(3606 \times 290) / 18563 = 57$
	جمع کل	۷۰۹۴	۱۱۴۶۹	۲۹۰	

جدول ۲- تعریف عملیاتی متغیرهای وابسته

معرف های متغیر وابسته	گویه ها
تعامل	باعث افزایش روابط و قدرت اجتماعی افراد می شود
آزادی	فضایی باز برای اظهار نظر کردن است
فایده	روشی است برای موفقیت اقتصادی
خلاقیت	راهی است برای بروز استعداد ها و خلاقیت ها
آرامش خاطر	باعث آرامش و اطمینان خاطر اقتصادی می شود
مجاز بودن	هیچ مشکل اخلاقی و قانونی ندارد
ریسک کردن	جرأت ریسک پذیری را بیشتر می کند

جدول ۳- تعریف عملیاتی متغیرهای مستقل

معرف های متغیر های مستقل	گویه ها
رضایت	رضایت از رشته تحصیلی رضایت از زندگی رضایت از محیط اجتماعی رضایت از محیط دانشگاه
ممنوعیت فعالیت شرکت های هرمی	ضعف سیستم اقتصادی جلوگیری از خروج ارز
عوارض و تخریب های احتمالی شرکت های هرمی	عوارض خاصی نداشته و مفیدند باعث از هم پاشیدگی خانواده می شود ثروت مادی و معنوی افراد را از بین می برد باعث افزایش جرم می شود

روایی و پایایی ابزار

برای بخش روایی ابزار، با رجوع به متخصصان و صاحب نظران و اعمال نظرات و پیشنهادها آن ها، روایی صوری پرسش نامه تأیید شده است.

برای بخش پایایی، ابتدا در مرحله مقدماتی ۴۰ پرسش نامه در بین پاسخ گویان توزیع و پس از رفع ابهامات موجود نهایتاً پایایی پرسش نامه اصلی ارزیابی و نتایج آن به شرح جدول ۴ است.

جدول ۴- ضریب آلفای کرونباخ متغیرهای مستقل

متغیر	ضریب آلفای کرونباخ
گرایش با عضویت در شرکت های هرمی	۰/۹۲
رضایت	۰/۶۸

ممنوعیت فعالیت شرکت های هرمی
عوارض و تخریب های احتمالی

۰/۶۲

۰/۷۸

نتایج آمار توصیفی

از مجموع ۲۹۰ پاسخگوی نمونه تحقیق تعداد ۵۰/۳٪ (۱۴۶ نفر) زن و ۴۹/۷٪ (۱۴۴ نفر) مرد بودند. ۸۹/۳٪ (۲۵۹ نفر) مجرد و ۱۰/۷٪ (۳۱ نفر) متأهل اند. همچنین ۲۹۰ نفر پاسخگوی نمونه تحقیق تعداد ۹۵/۹٪ (۲۷۸ نفر) ساکن شهر و ۴/۱٪ (۱۲ نفر) ساکن روستا بودند.

برای سنجش وضعیت اقتصادی پاسخگویان، درآمد خانواده در نظر گرفته شده است که یکی از متغیرهای مؤثر بر میزان گرایش دانشجویان به شرکت هرمی در نظر گرفته شده است و مبالغ ذکر شده بین ۱۵۰ هزار تومان تا ۳ میلیون تومان بیان شد.

سطح تحصیل پدران پاسخگویان - ۶ نفر بیسواد، ۵۰ نفر ابتدائی، ۱۲۱ نفر دیپلم، ۹۱ نفر لیسانس و ۲۲ نفر فوق لیسانس و بالاتر بدست آمد.

سطح تحصیل مادران پاسخگویان - ۱۳ نفر بیسواد، ۶۵ نفر ابتدائی، ۱۳۶ نفر دیپلم، ۶۷ نفر لیسانس، ۹ نفر فوق لیسانس بدست آمد.

جداول ۵ توزیع فراوانی مطلق پاسخگویان را نسبت به سؤالات و متغیرها نشان می دهند.

جدول ۵- توزیع فراوانی داده ها به تفکیک متغیرها

متغیرها	بسیار کم	کم	بینابین	زیاد	بسیار زیاد	بی پاسخ	جمع
رضایت از رشته تحصیلی	۹	۱۶	۹۲	۱۰۲	۷۱	-	۲۹۰
رضایت از زندگی	۹	۲۶	۱۰۲	۱۰۹	۴۴	-	۲۹۰
رضایت از محیط اجتماعی	۲۴	۶۲	۱۳۹	۵۰	۱۵	-	۲۹۰
رضایت از دانشگاه	۲۷	۶۸	۱۲۵	۵۱	۱۹	-	۲۹۰
ارتباط عاطفی با خانواده	۶	۲۰	۶۹	۱۲۰	۷۵	-	۲۹۰
وقت آزاد با خانواده	۲۰	۷۷	۱۰۳	۶۹	۲۱	-	۲۹۰
تأثیر محیط دانشجویی در عضویت	۳	۳	۴	۶	۱۱۶	۱۵۸	۲۹۰
آشنائی با اعضای شرکتها	۱۷۲	۶۷	۳۲	۱۳	۶	-	۲۹۰
شناخت اعضا شرکت بدون ارتباط با آنها	۱۶۴	۷۳	۳۸	۱۴	۱	-	۲۹۰
اختصاص وقت به اینترنت	۵۱	۹۰	۱۰۳	۳۵	۱۱	-	۲۹۰
اهمیت اینترنت در زندگی	۹	۲۴	۷۳	۱۰۳	۸۱	-	۲۹۰
مورد تأیید دیگران	۶	۳۱	۸۴	۱۳۵	۳۴	-	۲۹۰
رعایت شرع از اطرافیان	۹	۱۳	۸۶	۱۲۳	۵۹	-	۲۹۰
رعایت شرع توسط پاسخگو	۹	۲۳	۵۸	۱۱۲	۸۸	-	۲۹۰
اهمیت برای آینده	۶	۳۴	۱۱۳	۱۱۲	۲۵	-	۲۹۰
نظر مثبت به آینده	۶	۲۴	۸۴	۱۲۲	۵۴	-	۲۹۰

شماره اول	بررسی میزان و عوامل مؤثر بر گرایش دانشجویان...						۱۵۳
احتمال بدست آوردن شغل	۱۷	۴۵	۱۱۰	۸۶	۳۲	-	۲۹۰
اطلاع‌رسانی رسانه‌های جمعی	۶۷	۷۶	۸۲	۵۱	۱۴	-	۲۹۰

سازه عضویت در انجمن، شوراها و گروه‌های اجتماعی و در شرکت‌های هرمی در جدول ۶ مشاهده می‌شود.

جدول ۶- فراوانی عضویت در شوراها و شرکت‌های هرمی

عضویت در شرکت‌های هرمی	عضویت در انجمن شوراها و گروه‌ها	
۱۵	۱۲۳	بلی
۲۷۵	۱۶۷	خیر
۲۹۰	۲۹۰	جمع کل

جدول ۶ نشان می‌دهد که ۱۲۳ نفر به نوعی در انجمن‌ها، شوراها و گروه‌ها عضویت داشتند و در شرکت‌های هرمی فقط ۱۵ نفر عضو بودند.

جدول ۷- توزیع فراوانی داده‌ها به تفکیک متغیرها

متغیرها	کاملاً مخالف	مخالف	بینابین	موافق	کاملاً موافق	جمع کل
احساس تضییع حقوق در مقایسه با دیگران	۶۰	۱۲۵	۷۳	۲۶	۶	۲۹۰
ضایع شدن حق پاسخگویان	۴۰	۱۰۴	۹۰	۴۴	۱۲	۲۹۰
موافقت با نظام ارزشی	۲۱	۵۷	۱۴۰	۶۶	۶	۲۹۰
متغیر اعتقاد به تقدیر	۱۵۲	۸۷	۳۳	۶	۱۲	۲۹۰
داشتن درآمد بیشتر و خرج بیشتر	۸	۵۰	۸۷	۱۱۴	۳۱	۲۹۰
آرزوی داشتن خانه و ماشین	۱۷	۳۶	۱۲۷	۷۱	۳۹	۲۹۰
اقتصاد بسته علت ممنوعیت شرکت‌ها	۴۹	۶۸	۱۰۴	۵۸	۱۱	۲۹۰
جلوگیری از خروج ارز از کشور	۱۷	۴۱	۱۱۰	۹۷	۲۵	۲۹۰
فتاوی مراجع و ممنوعیت شرکت‌ها	۱۹	۵۷	۱۰۱	۹۴	۱۹	۲۹۰
نظر کلی پاسخگویان راجع به شرکت‌ها	۷۹	۸۳	۱۰۱	۲۳	۴	۲۹۰
مفید بودن شرکت‌های هرمی	۷۷	۱۰۵	۸۴	۲۱	۳	۲۹۰
از هم پاشیدگی خانواده‌ها توسط شرکت‌ها	۱۶	۶۷	۱۱۵	۶۷	۲۵	۲۹۰
از بین رفتن ثروت مادی و معنوی	۱۴	۵۰	۹۱	۱۰۳	۳۲	۲۹۰

سال هشتم	مجله علوم اجتماعی دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه فردوسی مشهد					۱۵۴
۲۹۰	۲۹	۸۸	۱۰۵	۵۴	۱۴	افزایش ارتکاب جرم و جنایت هموار کردن فاصله طبقاتی از طریق غیر مشروع
۲۹۰	۵۴	۱۳۴	۶۹	۲۲	۱۱	هموار کردن فاصله طبقاتی باعث افزایش راههای خلاف
۲۹۰	۳۱	۸۸	۱۰۴	۵۷	۱۰	عضویت در شرکت‌ها و قدرت اجتماعی فضائی باز اظهار عقیده در شرکت‌ها
۲۹۰	۷	۵۹	۸۲	۸۰	۶۲	موفقیت اقتصادی در شرکت‌های هرمی بروز خلاقیت در شرکت‌های هرمی
۲۹۰	۷	۶۲	۱۰۵	۶۶	۵۰	آرامش خاطر اقتصادی در شرکت‌های هرمی
۲۹۰	۵	۴۲	۸۷	۷۶	۸۰	عدم مشکل اخلاقی و قانونی در شرکت‌های هرمی
۲۹۰	۲	۵۷	۸۶	۷۸	۶۷	افزایش سبک ریسک‌پذیری در شرکت‌های هرمی
۲۹۰	۲	۱۲	۸۱	۱۰۲	۹۳	
۲۹۰	۵	۲۳	۸۶	۸۴	۹۲	
۲۹۰	۳۰	۱۱۹	۶۳	۴۱	۳۷	

آمار استنباطی

در بخش تحلیل‌های دو متغیره جداول ذیل میزان همبستگی بین متغیرهای مستقل و متغیر وابسته در تحلیل رگرسیون را نشان می‌دهد.

جدول ۸- رگرسیون چندگانه متغیرهای مستقل وابسته

معنی داری	اشتباه استاندارد	ضریب تعیین تعدیل شده	ضرب تعیین	ضریب همبستگی	متغیرهای مستقل
۰/۱۳۲	۵/۷۰۴۳۶	۰/۰۰۴	۰/۰۰۸	۰/۰۸۹	پایگاه طبقاتی با نگرش به عضویت
۰/۲۶۳	۵/۷۱۴۴۲	۰/۰۰۱	۰/۰۰۴	۰/۰۶۶	رضایت اجتماعی فرد با نگرش به عضویت
۰/۶۸۵	۵/۷۲۵۲۵	۰/۰۰۳	۰/۰۰۱	۰/۰۲۴	ارتباط نامناسب فرد با خانواده و عضویت
۰/۰۲۳	۵/۶۷۵۷۶	۰/۰۱۴	۰/۰۱۸	۰/۱۳۳	احساس تبعیض با گرایش به عضویت
۰/۰۱۶	۵/۶۶۹۱۴	۰/۰۱۷	۰/۰۲۰	۰/۱۴۲	آشنائی با افراد عضو و گرایش به عضویت
۰/۰۰۹	۵/۶۶۰۱۰	۰/۰۲۰	۰/۰۲۳	۰/۱۵۲	استفاده از اینترنت و گرایش به عضویت
۰/۰۰۰	۵/۴۵۴۸۸	۰/۰۹۰	۰/۰۹۳	۰/۳۰۵	ارزش‌های سنتی و گرایش به عضویت
۰/۲۷۶	۵/۷۱۵۰۸	۰/۰۰۱	۰/۰۰۴	۰/۰۶۴	داشتن آینده مبهم و گرایش به عضویت
۰/۰۰۱	۵/۶۲۶۰۹	۰/۰۳۲	۰/۰۳۵	۰/۱۸۷	زندگی لوکس و گرایش به عضویت

هموار کردن فاصله طبقاتی و گرایش به عضویت
 ۰/۰۲۰ ۰/۰۰۰ ۰/۰۰۳ ۵/۷۲۵۷۰ -

ضرائب فوق نشان می‌دهد که متغیر وابسته تا چه اندازه متأثر از متغیرهای مستقل بوده‌اند که کمترین را رضایت فرد و داشتن آینده مبهم و بالاترین را گرایش به زندگی لوکس و عدم پای‌بندی به ارزش‌های سنتی نشان می‌دهد.

در بین متغیرهای که سطح سنجش اسمی داشته‌اند (بله و خیر) و سطح سنجش متغیر وابسته فاصله‌ای در نظر گرفته شده است از آزمون مقایسه میانگین‌های t و F استفاده شده که در جدول ذیل مشاهده می‌شود.

جدول ۹- آزمون تی برای رابطه بین عضویت در شوراهای، جنسیت، وضعیت تأهل و عضویت در شرکت‌های هرمی

متغیرهای مستقل	آزمون تساوی واریانس‌ها		آزمون تساوی میانگین‌ها						
	معنی F	معنی Dاری	t	درجه آزادی	معنی Dاری	تفاوت میانگین	خطای استاندارد	فاصله اطمینان ۹۵٪	
عضویت در شوراها و گروه‌ها	۰/۵۷۹	۰/۴۴۷	۰/۰۳۶	۲۸۸	۰/۹۷۲	۰/۰۲۴۲۰	۰/۶۸۰۴۷	-۱/۳۱۵۱۲	۱/۳۶۳۵۱
جنسیت	۰/۲۸۰	۰/۵۹۱	-۰/۱۰۱۰	۲۸۸	۰/۹۱۵	-۰/۰۶۸۲۰	۰/۶۷۲۵۵	-۱/۳۹۲۰۳	۱/۶۵۵۶
وضعیت تأهل	۱/۲۴۱	۰/۲۶۶	۲/۱۱۴	۲۸۸	۰/۰۳۵	۲/۲۸۳۱۰	۰/۰۸۰۰۵	۰/۱۵۷۳۱	۴/۴۰۸۸۹

چون سطح معنی‌داری متغیر عضویت در شوراها و یا گروه‌ها بیشتر از ۵٪ است. پس بین عضویت در شوراها و عضویت در شرکت‌های هرمی رابطه‌ای وجود ندارد هم چنین در مورد جنسیت و گرایش به عضویت با توجه به سطح معنی‌داری رابطه‌ای وجود ندارد و در مورد وضعیت تأهل و گرایش به عضویت در شرکت‌های هرمی با سطح معنی‌داری ۳۵٪ که کمتر از ۵٪ است رابطه معنی‌داری بین این دو متغیر وجود دارد.

برای متغیرهائی که در سطح سنجش ترتیبی بوده‌اند با استفاده از ضریب همبستگی اسپیرمن استفاده شده است.

جدول ۱۰- همبستگی اسپیرمن متغیرهای مستقل و وابسته

احتمال بدست آوردن شغل	احساس شخصیت	رزق از قبل تعیین شده	موافقت با نظام ارزشی و هنجارها	ضریب همبستگی	گرایش به عضویت در شبکه‌های هرمی
-۰/۰۹۴	-۰/۰۲۱	۰/۰۴۱	-۰/۱۹۹	ضریب همبستگی	گرایش به عضویت در شبکه‌های هرمی
۰/۱۱۲	۰/۷۲۴	۰/۴۸۵	۰/۰۰۱	معنی داری	معنی داری
۲۹۰	۲۹۰	۲۹۰	۲۹۰	تعداد	تعداد

نتایج جدول ۱۰ نشان می‌دهد که چون سطح معناداری جدول از ۰/۰۵ کمتر و ۰/۰۰۱ است و با ضریب همبستگی ۰/۱۹۹- بین متغیر تعهد نسبت به اهداف جامعه و موافقت با نظام ارزشی و گرایش به عضویت در شبکه‌های هرمی رابطه معنی داری وجود دارد، به معنی اینکه هر چقدر تعهد نسبت به نظام ارزشی بیشتر و موافق باشد، گرایش به عضویت در شرکت‌های هرمی کاهش می‌یابد. در مورد متغیر رزق از قبل تعیین شده یا تقدیرگرایی و گرایش به عضویت در شرکت‌های هرمی با توجه به سطح معنی داری (۰/۴۸۵) بیشتر از ۰/۰۵ رابطه‌ای معنی دار بین دو متغیر وجود ندارد. هم چنین در مورد متغیر احساس شخصیت و گرایش به عضویت در شرکت‌های هرمی با توجه به سطح معنی داری ۰/۷۲۴ که بیشتر از ۰/۰۵ است رابطه معنی داری وجود ندارد. و در مورد متغیر بیکاری و احتمال بدست آوردن شغل و گرایش به عضویت در شرکت‌های هرمی با توجه به سطح معنی داری ۰/۱۱۲ که بیشتر از ۰/۰۵ است، رابطه معنی داری بین این دو متغیر وجود ندارد.

تحلیل چند متغیره

ممکن است یک متغیر مستقل به طور جداگانه تأثیری بر متغیر وابسته نداشته باشد، ولی موقعی که در کنار سایر متغیرها قرار می‌گیرد، تأثیر خود را نشان می‌دهد. هدف از تحلیل رگرسیون، بیان متغیر وابسته به شکل تابعی از متغیر(های) مستقل، ضرایب و مقادیرهای خطاست.

در جدول ۱۱ میزان همبستگی بین ارزش‌های سنتی و ایده داشتن زندگی لوکس با متغیر گرایش به عضویت در شبکه‌های هرمی نشان می‌دهد که میزان همبستگی برابر با ۰/۳۴۲ می‌باشد و ضریب تعیین این رابطه برابر با ۰/۱۱۷ و ضریب تعیین اصلاح شده برابر با ۰/۱۱۱ است. یعنی ۰/۱۱۱ از تغییرات متغیر وابسته بوسیله متغیرهایی که در مدل دوم باقی مانده‌اند تبیین می‌شود.

جدول ۱۱- ضریب تعیین و همبستگی متغیر وابسته و متغیرهای ارزش‌های سنتی و ایده داشتن

زندگی لوکس

ضریب همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	اشتباه استاندارد
۰/۳۰۵ (آ)	۰/۰۹۳	۰/۰۹۰	۵/۴۵۴۸۸
۰/۳۴۲ (ب)	۰/۱۱۷	۰/۱۱۱	۵/۳۹۱۶۱

(آ) ارزش‌های سنتی

(ب) ارزش‌های سنتی، ایده داشتن زندگی لوکس

نتایج رگرسیون برای آزمون فرضیه تأثیر ارزش‌های سنتی و ایده داشتن زندگی لوکس بر گرایش به عضویت در شرکت‌های هرمی با روش گام به گام متغیرهای مستقلی باقی مانده‌اند که در مدل دوم عبارتند از متغیر ارزش‌های سنتی فرد که دارای سطح معنی‌داری ۰/۰۰۰ که از ۰/۰۵ کمتر است با ضریب بتای ۰/۲۸۸- که دارای رابطه معکوس با متغیر وابسته است و متغیر داشتن زندگی لوکس و مرفه که سطح معنی‌داری ۰/۰۰۶ و ضریب بتای ۰/۱۵۶ با متغیر وابسته دارای رابطه مستقیم می‌باشد.

جدول ۱۱- رگرسیون چندگانه متغیرهای مستقل با متغیر وابسته

متغیر مستقل	B	Std.Error	Beta	T	Sig
مقدار ثابت	۲۴/۸۴۲	۱/۳۸۱	-	۱۷/۹۹۳	۰/۰۰۰
ارزش‌های سنتی	-۰/۹۶۲	۰/۱۷۷	-۰/۳۰۵	-۵/۴۲۶	۰/۰۰۰
مقدار ثابت	۲۰/۶۸۶	۲/۰۱۹	-	۱۰/۲۴۵	۰/۰۰۰
ارزش‌های سنتی	-۰/۹۰۹	۰/۱۷۶	-۰/۲۸۸	-۵/۱۵۷	۰/۰۰۰
زندگی لوکس	۰/۵۶۴	۰/۲۰۲	۰/۱۵۶	۲/۷۹۳	۰/۰۰۶

تحلیل مسیر

پس از انجام رگرسیون چند متغیره، دو متغیر ارزش‌های سنتی و داشتن ایده زندگی لوکس باقی ماندند که برای تحلیل مسیر این دو متغیر را به صورت متغیر وابسته در نظر گرفته و با سایر متغیرهای مستقل، رگرسیون گرفته شد.

در مرحله اول متغیر داشتن ایده زندگی لوکس را به عنوان متغیر وابسته و هموار کردن فاصله طبقاتی (مستقل) در نظر گرفته شد که در رگرسیون به روش گام به گام باقی ماند و دارای سطح معنی داری ۰/۰۰۹ و از ۰/۰۰۵ کمتر است و با داشتن ضریب بتای ۰/۱۵۴ و دارای رابطه معنی داری با متغیر ایده داشتن زندگی لوکس است، یعنی با افزایش گرایش فرد به هموار کردن فاصله طبقاتی به عنوان متغیر وابسته وارد تحلیل رگرسیون گردید که با هیچ یک از متغیرهای مستقل با آن فاقد معنی می‌باشند. در مرحله بعدی متغیر ارزش‌های سنتی که با متغیر وابسته دارای معنی است وارد تحلیل رگرسیون شد، متغیر ارزش‌های سنتی به عنوان متغیر وابسته با متغیرهای مستقل (رضایت اجتماعی) در نظر گرفته شد که دارای سطح معنی داری ۰/۰۰۰ و از ۰/۰۵٪ کمتر است و دارای ضریب بتای آن ۰/۲۵۱ است که با متغیر ارزش‌های سنتی دارای رابطه معنی داری است، یعنی با افزایش رضایت اجتماعی، گرایش به ارزش‌های سنتی نیز افزایش می‌یابد. در مرتبه بعدی رضایت اجتماعی به عنوان متغیر وابسته به متغیرهای ارتباط با خانواده و احساس تبعیض به عنوان متغیرهای مستقل در نظر گرفته شد که در نتیجه ضریب بتای این متغیرها ۰/۳۰۵ و -۰/۱۹۹ و سطح معنی داری ۰/۰۰۰ دارای رابطه معنی داری می‌باشند

یعنی با افزایش ارتباط افراد با خانواده رضایت اجتماعی نیز افزایش می‌یابد و با افزایش احساس تبعیض رضایت اجتماعی کاهش می‌یابد.

در مرحله بعدی با توجه به اینکه هیچ متغیری با متغیر ارتباط با خانواده معنی‌دار نبود، متغیر احساس تبعیض به عنوان متغیر وابسته با متغیر مستقل (آشنایی با افراد عضو شرکت هرمی) در نظر گرفته شد و با داشتن ضریب بتای ۰/۱۵۳ متغیر احساس تبعیض با متغیر آشنایی با افراد عضو شرکت‌های هرمی دارای رابطه می‌باشد یعنی با افزایش آشنایی با افراد عضو شرکت‌های هرمی میزان احساس تبعیض افزایش می‌یابد. در قدم بعدی متغیر آشنایی با افراد عضو شرکت‌های هرمی وارد تحلیل رگرسیون به عنوان متغیر وابسته با متغیر مستقل (گرایش به استفاده از اینترنت) در نظر گرفته شدند و در نتیجه متغیر آشنایی با افراد عضو شرکت‌های هرمی با متغیر گرایش به استفاده از اینترنت با ضریب بتای ۰/۱۶۴ و با سطح معنی‌داری ۰/۰۰۵ دارای رابطه می‌باشد، یعنی با افزایش گرایش به استفاده از اینترنت، آشنایی با افراد عضو شرکت‌های هرمی هم افزایش می‌یابد.

جدول ۱۲- ضرایب تعیین و همبستگی متغیرهای مستقل و وابسته

متغیرها	ضریب همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	اشتباه استاندارد
هموار کردن فاصله طبقاتی	۰/۱۵۴	۰/۰۲۴	۰/۰۲۰	۱/۵۶۲۱۷
رضایت اجتماعی	۰/۲۵۱	۰/۰۶۳	۰/۰۶۰	۱/۷۵۵۲۴
ارتباط با خانواده	۰/۳۵۳	۰/۱۲۵	۰/۱۲۲	۲/۶۸۸۲۹
احساس تبعیض	۰/۴۰۲	۰/۱۶۲	۰/۱۵۶	۲/۶۳۵۲۵
آشنایی با افراد عضو	۰/۱۵۳	۰/۰۲۳	۰/۰۲۰	۱/۵۸۳۲۱
گرایش به استفاده از اینترنت	۰/۱۶۴	۰/۰۲۷	۰/۰۲۴	۱/۷۰۵۸۲

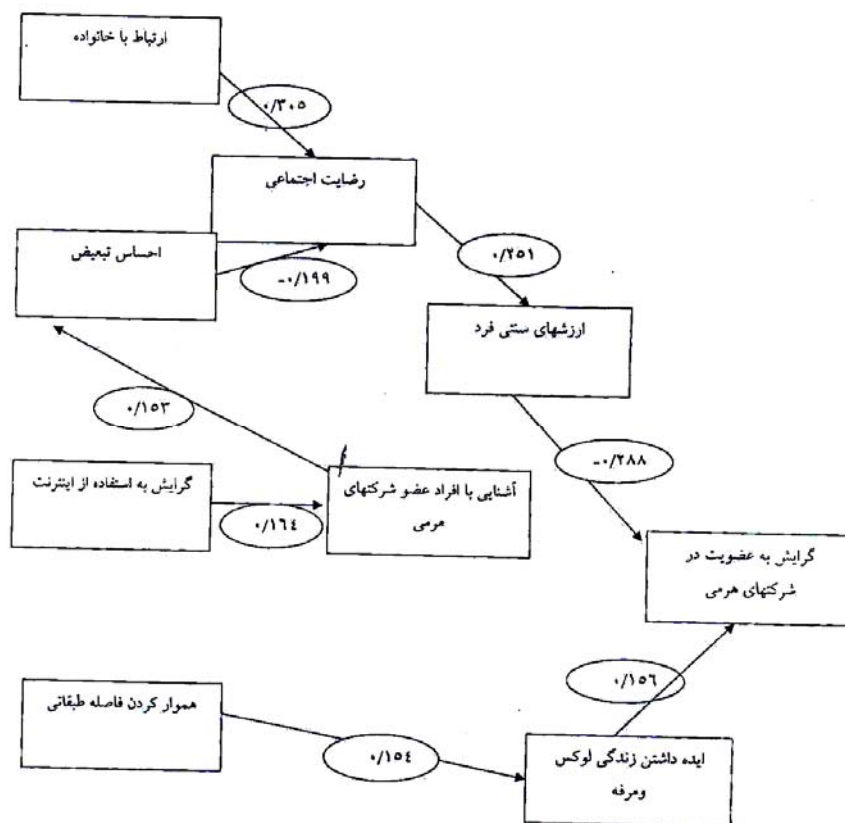
جدول ۱۳- ضرایب رگرسیونی متغیرهای مستقل و وابسته

متغیر مستقل	B	Std.Error	Beta	T	Sig
مقدار ثابت	۵/۵۹۳	۰/۴۱۱	-	۱۳/۵۹۷	۰/۰۰۰
هموار کردن فاصله طبقاتی	۰/۱۵۳	۰/۰۵۸	۰/۱۵۴	۲/۶۳۹	۰/۰۰۹
مقدار ثابت	۵/۵۱۳	۰/۴۸۰	-	۱۱/۴۷۷	۰/۰۰۰

رضایت اجتماعی	۰/۱۵۸	۰/۰۳۶	۰/۲۵۱	۴/۳۹۶	۰/۰۰۰
مقدار ثابت	۸/۸۹۷	۰/۶۶۵	-	۱۳/۳۷۶	۰/۰۰۰
ارتباط با خانواده	۰/۶۰۸	۰/۰۹۵	۰/۳۵۳	۶/۴۰۳	۰/۰۰۰
مقدار ثابت	۱۱/۲۰۶	۰/۹۱۹	-	۱۲/۱۹۴	۰/۰۰۰
ارتباط با خانواده	۰/۵۲۵	۰/۰۹۶	۰/۳۰۵	۵/۴۶۵	۰/۰۰۰
احساس تبعیض	-۰/۳۵۶	۰/۱۰۰	-۰/۱۹۹	-۳/۵۶۵	۰/۰۰۰
مقدار ثابت	۴/۴۱۲	۰/۲۰۳	-	۲۱/۷۵۲	۰/۰۰۰
آشنائی با افراد عضو هرمی	۰/۱۴۲	۰/۰۵۴	۰/۱۵۳	۲/۶۳۲	۰/۰۰۹
مقدار ثابت	۲/۲۸۳	۰/۳۸۸	-	۵/۸۷۸	۰/۰۰۰
گرایش به استفاده از اینترنت	۰/۱۶۸	۰/۰۰۶	۰/۱۶۴	۲/۸۲۲	۰/۰۰۵

دیاگرام تحلیل مسیر

نمودار ۲- دیاگرام تحلیل مسیر



نتیجه گیری

در بخش آمار توصیفی ۴۹/۷ درصد از حجم نمونه را مردان و ۵۰/۳ درصد را زنان تشکیل داده‌اند که از نظر تأهل ۸۹/۳ درصد مجرد و ۱۱۰/۷ درصد متأهل‌اند. سطح تحصیلات پدران پاسخگویان ۲/۱ درصد بیسواد ۱۷/۲ درصد ابتدائی و ۴۱/۷ درصد دیپلم، ۳۱/۴ درصد لیسانس و ۷/۶ درصد فوق لیسانس و بالاتر بودند. سطح تحصیلات مادران

پاسخگویان ۴/۵ درصد بیسواد، ۲۲/۴ درصد ابتدایی، ۴۶/۹ درصد دیپلم، ۲۳/۱ درصد لیسانس و ۳/۱ فوق لیسانس را بالاتر بوده اند.

۵۷/۳ درصد پاسخگویان از لحاظ وضعیت اقتصادی در حد متوسط پائین و ۳۲/۷ درصد متوسط و ۴/۶ درصد متوسط بالا و ۵/۴ درصد در حد بالا درآمد داشته‌اند.

۵/۲ درصد پاسخگویان عضو شرکت‌های هرمی و ۹۴/۸ درصد عضویت نداشتند و از متغیرهای مختلف وضعیت اقتصادی و عضویت در شرکت‌های هرمی بر متغیر وابسته مؤثر بوده‌اند. پیشنهاد می‌گردد که در پژوهش‌های آینده غیر از دانشجویان سایر گروه‌های اجتماعی نیز مورد تحقیق قرار گیرد.

بیشتر پاسخگویان کمتر از مقدار میانگین رضایت اجتماعی داشتند و بیشتر پاسخگویان کمتر از مقدار میانگین احساس تبعیض می‌کردند. ارتباط با خانواده اکثر پاسخگویان بیشتر از مقدار میانگین بود و اکثر پاسخگویان بیشتر از مقدار میانگین رعایت مسایل شرعی می‌کردند. غالب پاسخگویان کمتر از مقدار میانگین با افراد عضو شرکت‌های هرمی آشنایی داشتند و اکثر پاسخگویان کمتر از مقدار میانگین با افراد عضو شرکت‌های هرمی آشنایی داشتند و اکثر پاسخگویان کمتر از مقدار میانگین با نظام ارزشی توافق داشتند و موافقت اکثر پاسخگویان با فعالیت‌های شرکت‌های هرمی کمتر از میانگین است. غالب پاسخگویان از اینترنت استفاده می‌کردند و گرایش به عضویت در شرکت‌های هرمی کمتر از مقدار میانگین است.

در بخش آمار استنباطی به صورت دو متغیری متغیرهای ارزش‌های سستی در جهت منفی و ایده داشتن زندگی لوکس در جهت مثبت رابطه معنی‌داری با میزان گرایش دانشجویان به عضویت در شرکت‌های هرمی داشتند. یافته فوق مؤید نظریه آنومی مرتن و دورکهم می‌باشد، علت آن تضاد طبقاتی زیاد و همچنین نابسامانی و بی‌هنجاری در نظام ارزشی جامعه می‌باشد، زیرا در این جامعه اساس نظام ارزشی بر مبنای پول و ثروت پایه ریزی شده است. افراد عضویت در شرکت‌های هرمی را راهی مناسب برای رسیدن به ثروت و پول می‌دانند.

در مورد متغیرهای ارتباط با خانواده، رضایت اجتماعی، احساس تبعیض، استفاده از اینترنت، آشنایی با افراد عضو و هموار کردن فاصله طبقاتی نیز بطور مستقیم تأثیر معناداری بر

میزان گرایش دانشجویان به عضویت در شرکت‌های هرمی داشتند که از پیامدهای نظام سرمایه‌داری است.

این یافته نشان می‌دهد که استفاده از اینترنت و همچنین سایر مجاری اطلاع‌رسانی باعث افزایش تعامل و پیوند با افرادی می‌شوند که سابقه عضویت در شرکت‌های هرمی را دارد و این امر مؤید نظریه پیوندهای افتراقی است.

نتایج رگرسیون چند متغیری نشان داد که از مجموع متغیرهای مستقل، دو متغیر با بیشترین سهم بتا متعلق به ارزش‌های سنتی با $0/288-$ و کمترین سهم متعلق به ایده داشتن زندگی لوکس با بتای $0/156$ بوده است، که در معادله رگرسیون باقی ماندند. و در نهایت رسیدن به رفاه و زندگی لوکس و دوری از ارزش‌های سنتی و استفاده از اینترنت و شکاف طبقاتی و احساس تبعیض اقتصادی مهم‌ترین دلایل گرایش به عضویت در شرکت‌های هرمی را می‌توان نام برد و پیامدهای منفی شرکت‌های هرمی را در ایجاد مشکلات فردی و هدر رفتن سرمایه افراد، تضعیف روابط اخلاقی، احتمال بروز آسیب‌های اجتماعی و تهدید اقتصاد و امنیت ملی را می‌توان ذکر کرد.

فهرست منابع

آبرکرامبی - نیکلاس و دیگران (۱۳۷۶)، فرهنگ جامعه‌شناسی، ترجمه حسن پویان، تهران، انتشارات چاپخش.

امیدوار، احمد (۱۳۸۱)، اعتیاد به اینترنت، مشهد، انتشارات تمرین.

بروکوتیز، لئونارد (۱۳۷۲)، روان‌شناسی اجتماعی، ترجمه محمدحسین فرجاد و عباس محمدی اصل، تهران، انتشارات اساطیر.

جعفری لنگرودی، جعفر (۱۳۷۰)، ترمینولوژی حقوق، تهران، انتشارات دانشگاه.

دواس ردی، ای (۱۳۷۶)، پیمایش در تحقیقات اجتماعی، ترجمه هوشنگ نایی، تهران، نشر نی

رابرتسون، یان (۱۳۷۲)، درآمدی بر جامعه، ترجمه حسین بهروان، مشهد، انتشارات آستان قدس رضوی.

- رابینز، استیفن بی (۱۳۷۴)، مدیریت رفتار سازمانی، ترجمه علی پارساییان و سید محمد اعرابی، تهران، مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی.
- ساروخانی، باقر (۱۳۷۰)، درآمدی بر دایره‌المعارف علوم اجتماعی، تهران، انتشارات دانشگاه.
- ساعتچی، محمود (۱۳۷۴)، روان‌شناسی کاربردی برای مدیران، تهران، انتشارات علمی.
- ستوده، هدایت الله (۱۳۷۶)، آسیب‌شناسی اجتماعی، تهران، انتشارات آوای نور.
- صفوی، امان الله (۱۳۶۹)، تئوریهای انحراف، مجله رشد آموزش علوم اجتماعی شماره شش و هفت، تهران، انتشارات رشد.
- کریمی، یوسف (۱۳۷۳)، روان‌شناسی اجتماعی، تهران، انتشارات بعثت
- کوئن، بروس (۱۳۷۲)، مبانی جامعه‌شناسی، ترجمه رضا فاضل و غلامعباس توسلی، تهران، انتشارات سمت.
- گولدو کولب (۱۳۷۶)، فرهنگ علوم اجتماعی، ترجمه گروه مترجمان، تهران، انتشارات آوای نور.
- گی روشه (۱۳۶۷)، کنش اجتماعی، ترجمه هما زنجانی زاده، مشهد، دانشگاه فردوسی.
- محسنی، منوچهر (۱۳۷۵)، بررسی آگاهی‌ها نگرش‌ها و رفتارهای اجتماعی و فرهنگی در ایران، تهران، معاونت پژوهشی و آموزشی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- مساواتی، مجید (۱۳۷۴)، آسیب‌شناسی اجتماعی ایران (جامعه‌شناسی انحرافات)، تهران، انتشارات نوبل.
- معدن کن، ایران‌دخت (۱۳۷۴)، نقش ورزش در جلوگیری از انحرافات اخلاقی جوانان، تهران، انتشارات نور.
- نصیری، احمد (۱۳۸۰)، بوم‌شناسی انحراف در مکتب شیکاگو، مجله رشد آموزش علوم اجتماعی شماره هشت، تهران، انتشارات رشد.
- هیلگارد و اتکینسون (۱۳۷۰)، زمینه روانشناسی، ترجمه محمدنقی برهانی و دیگران، تهران، انتشارات رشد.