

کلاهبرداری در بستر رایانه از طریق بازاریابی اینترنتی و شبکه‌ای

علی پایدارفرد^۱، جواد نادری عوج بغزی^۲ احمدرضا امتحانی^۳

^۱ دانش‌آموخته کارشناسی ارشد حقوق جزا و جرم‌شناسی، دانشگاه مفید، قم، ایران

^۲ دانش‌آموخته سطوح عالی حوزه علمیه قم و دانش‌آموخته کارشناسی ارشد حقوق جزا و جرم‌شناسی، دانشگاه مفید، قم، ایران

^۳ دانش‌آموخته کارشناسی ارشد حقوق جزا و جرم‌شناسی، دانشگاه مفید، قم، ایران

چکیده

جرائم کلاهبرداری در بستر رایانه، جرائمی هستند که در حال فزونی و همگام با تکنولوژی می‌باشند. بازاریابی اینترنتی و شبکه‌ای (شبکه‌های هرمی و طرح‌های پانزی)، بسترهای مهمی از آن بزه‌ها هستند که افراد خرده‌پا و حرفه‌ای، مرتکب آن می‌شوند. سؤال اصلی پژوهش حاضر، این است که شرایط تحقق جرائم کلاهبرداری رایانه‌ای و سنتی از طریق رایانه به شکل‌های یادشده، چیست؟ بازاریابی اینترنتی و شبکه‌ای به شکل مجرمانه، شباهت و تفاوت‌هایی با یکدیگر دارند؛ از جهت فقد قانونی خاص، اصل وجود بستری برای تحقق و نوع جرم، مشابه اما از حیث نحوه و شرایط تشکیل، متفاوت هستند. اصولاً حضور در شبکه‌های غیرمجاز هرمی و طرح‌های پانزی به‌عنوان بخش‌هایی از بازاریابی شبکه‌ای و با وجود شرایطی، در دیجیتال مارکتینگ آنلاین در بحث‌های آموزش و فروش محصولات، سبب ارتکاب بزه‌های فوق می‌گردد و ارتباط زیادی با دیگر بزه‌های کلاهبرداری خصوصاً از طریق سایت‌های شرط‌بندی و قمار و شرکت‌های تجاری دارد. این مقاله، بر آن است که با تبیین رکن مادی جرائم یادشده به‌صورت بازاریابی اینترنتی و شبکه‌ای (با روش تحقیق کتابخانه‌ای)، به تعیین ضابطه، نقد و بررسی زوایای پنهان و چالش‌های پیرامون آن‌ها بپردازد.

واژه‌های کلیدی: جرم، کلاهبرداری رایانه‌ای، بازاریابی اینترنتی، شبکه‌های هرمی، طرح‌های پانزی

مطالعات علوم سیاسی، حقوق و فقه

دوره ۷، شماره ۲، تابستان ۱۴۰۰، صفحات ۲۴۲-۲۵۸