

مقاله پژوهشی: تبیین شیوه و شگرد خرید و فروش سلاح گرم در فضای

مجازی

محمد اسدی فردا، محمد جوانمرد و حمید جونوشی^۳

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۱۲/۰۹

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۸/۰۵

چکیده

امروزه جرائم اینترنتی به صورت فزاینده‌ای در حال افزایش است و روزانه شگردها و جرائم جدیدی همچون خرید و فروش کالاهای ممنوعه در فضای مجازی رونمایی می‌شود. پژوهش حاضر با هدف تبیین شیوه و شگرد خرید و فروش سلاح گرم در فضای مجازی صورت گرفته که از نظر هدف، کاربردی و با رویکرد کیفی به روش تحلیل محتوا انجام شده و تجزیه و تحلیل داده‌ها از طریق فرآیند کدگذاری صورت گرفته است. جامعه آماری در این پژوهش شامل محتوای سایت‌های اینترنتی و شبکه‌های پرکاربرد اجتماعی اینستاگرام و نمونه‌ها به صورت تصادفی از محتوای سایت‌ها و کانال‌ها و شبکه‌های اینترنتی خرید و فروش سلاح در فضای مجازی انتخاب و مورد بررسی قرار گرفته است. یافته‌های پژوهش نشان داد؛ نحوه ثبت و سفارش برای تهیه سلاح گرم در فضای مجازی شگردهای مختلفی داشته و کانال‌های سفارش‌گیرنده خرید و فروش سلاح گرم در فضای مجازی بسیار زیاد می‌باشند. همچنین، نحوه پرداخت اینترنتی و شیوه‌های کلاهبرداری خرید و فروش سلاح گرم در فضای مجازی به صورت روش‌های پرداخت ناشناس، استفاده از حساب‌های جعلی، استفاده از ارز دیجیتال و غیره است. در همین راستا، تنظیم قوانین و اعمال محدودیت‌های لازم متناسب با وضعیت موجود از طریق مبادی مربوطه و همچنین اعمال نظارت و کنترل مؤثر بر اجرای مقررات، امری ضروری به نظر می‌رسد.

کلیدواژه‌ها: خرید و فروش، سلاح گرم، فضای مجازی، ثبت سفارش، پرداخت.

۱. استادیار مدیریت پیشگیری جرم دانشگاه علوم انتظامی امین، تهران، ایران، رایانامه:

m.fard919@gmail.com

۲. عضو هیئت علمی دانشگاه و دانشجوی مقطع دکترای دانشگاه عالی دفاع ملی، تهران، ایران (نویسنده

مسئول)، رایانامه: yaaang.man880@gmail.com

۳. دانش‌آموخته کارشناس ارشد اطلاعات انتظامی دانشگاه علوم انتظامی امین، تهران، ایران، رایانامه:

saraparzhad70@gmail.com

مقدمه و بیان مسئله

در دهه‌های اخیر، تغییر شکل منازعات مسلحانه از جنگ بین کشورها به منازعات داخلی، تأثیرات شگرفی را در تغییر الگوی خرید و فروش سلاح و مهمات داشته است. با تغییر الگوی منازعات و از آنجایی که معمولاً یک سوی منازعات مسلحانه در کشورها، گروه‌های شبه‌نظامی مخالف دولت‌ها یا گروهک‌های تروریستی (نظیر القاعده در افغانستان و پاکستان، بوکوحرام در نیجریه و شمال آفریقا، داعش در سوریه و عراق) بودند، امکان تأمین اسلحه و تجهیزات به صورت رسمی برای آن‌ها میسر نبوده است. از این رو، ایجاد و گسترش باندهای بزرگ قاچاق اسلحه و تجهیزات نظامی به تجارتي رایج در میان گروه‌های تبهکار بین‌المللی تبدیل شده است. با این وصف، امروزه قاچاق اسلحه از مهم‌ترین مسائل مرتبط با امنیت کشورهاست (غلامی، ۱۳۹۶) و به دلیل نتایج و پیامدهای فسادگونه، تهدیدزا و مخربی که دارد، یکی از مهم‌ترین مسائل و معضلات ضدامنیتی است که امنیت بشری را به مخاطره می‌اندازد.

امروزه از قاچاق غیرقانونی و سوء استفاده از سلاح گرم به عنوان یک مشکل جهانی و تهدیدی برای امنیت جهانی نام برده می‌شود؛ چراکه قاچاق سلاح گرم ذاتاً با انواع سازمان‌های جنایتکار و شبکه‌های جنایی فراملی و شبکه‌های جنایتکار مرتبط بوده و به عنوان تسهیل‌کننده جرائم خشونت‌آمیز، به عنوان ابزاری برای تحقق قدرت و کالاهای قاچاق سودآور که منجر به درگیری‌های مسلحانه، جرم و ناامنی می‌شود، ارتباط پیدا می‌کند و در اغلب اوقات با اشکال مختلف جرم و جنایت از جمله قاچاق انسان و قاچاق مواد مخدر به هم پیوسته است (دفترمقابله با مواد مخدر و جرم سازمان ملل، ۲۰۲۰) و در سنوات گذشته، بستر فضای مجازی بر شدت این پدیده شوم اثرگذار بوده است.

امروزه جرائم اینترنتی به صورت فزاینده‌ای در حال افزایش است و روزانه شگردها و جرائم جدیدی در فضای مجازی رونمایی می‌شود. در عصر شبکه‌ها، زندگی با شبکه‌های اجتماعی پیوند خورده است، شبکه‌های ارتباطاتی درهم‌تنیده و به هم پیوسته تمامی حوزه‌ها،

¹ United Nations Office On Drugs And Crime (UNODC)

معانی و مفاهیم و به طور کلی همه چیز را تحت تأثیر قرار داده‌اند. ارتباطات شبکه‌ای به مثابه «اساس فعالیت ارتباط انسان» در حال دگرگون ساختن همه ارتباطات انسانی است. جهان را بومی و بوم را جهانی می‌کند. فضای مجازی دنیای وسیع و پیچیده‌ای است که گروه‌ها و افراد مختلف با گرایش‌ها، باورها و اعتقادات گوناگون در آن زندگی می‌کنند. واژه «زندگی» در این فضا به اشتباه به کار نرفته است چراکه این دنیا توأمان و همگام با دنیای واقعی و شاید بیشتر بر وجود آدمی و باورهایش اثر می‌گذارد. فضای مجازی محیطی است که فرد می‌تواند فعالیت‌های دنیای واقعی خود را وارد کند. از خصوصیات بارز این فضا بی‌مکانی و بی‌زمانی است. از بین رفتن فاصله مکانی و افزایش بی‌سابقه توان انسان‌ها برای مبادله و مراد به با یکدیگر فرایند هویت‌یابی جمعی افراد را دگرگون کرده است (منتظر قائم، ۱۳۸۱: ۲۲۸).

فناوری‌های نوین و فناوری اطلاعات منجر به تغییرات و دگرگونی‌های بسیاری در زندگی بشر شده و از این طریق منشأ تحولات عمده‌ای در دانسته‌های بشری گردیده، در عصر ارتباطات الکترونیک، مفاهیم نیز دچار تغییر و تحول شده‌اند که یکی از این تغییرات تأثیری است که بر جرم و امنیت جامعه می‌گذارد. با توجه به اینکه خرید و فروش سلاح در کشور ایران غیرقانونی است و این عمل جرم و خریدار و فروشنده اسلحه مجرم محسوب می‌شوند، اما متأسفانه در برخی از مواقع، کشور شاهد جنایاتی مبنی بر تیراندازی و کشته شدن فرد یا افرادی است. وقوع جرائم اینترنتی دلایل مختلفی دارد که از جمله آن‌ها می‌توان به سطح پایین آگاهی مردم، مشکلات فرهنگی و اخلاقی برخی کاربران، سهولت ارتکاب جرم و پنهان ماندن مجرمین اشاره کرد. یکی از این جرائم خرید و فروش اسلحه در فضای مجازی است و اکثر افراد بدون اطلاع از قانون و به صرف این‌که می‌خواهند اسلحه بخرند، اقدام به ثبت سفارش برای تهیه این محصول خطرناک می‌کنند؛ کفایت تا در شبکه‌های اجتماعی مجازی، کلمه اسلحه جست‌وجو شود و در ادامه مشاهده خواهد شد که چه صفحات و کانال‌های متعددی مقابل مخاطب باز خواهد شد. طریقه سفارش خرید و فروش اسلحه و لوازم دفاع شخصی در صفحات فضای مجازی به

نحوی است که مدیران این کانال‌ها در پست‌های جداگانه عکس‌های سلاح‌ها با قیمت، مدل، سال ساخت و نوع کالیبر سلاح‌ها را به‌علاوه کد اسلحه به نمایش می‌گذارند و زیر هر پست و آیدی‌ای را به مخاطب خود معرفی می‌کنند به جهت اینکه مشتریان جهت سفارش آن محصول به آن آیدی مراجعه کرده و سفارش خود را با ارسال کد اسلحه ثبت کنند. ادمین‌های این کانال‌ها با انتشار پست‌های تحریک‌آمیز جهت فروش سلاح‌های خود و استفاده از عباراتی مانند فروش سلاح با تخفیف ویژه اقدام به جذب عضو و فروش تجهیزات خود می‌کنند که اکثر سلاح‌ها مانند کلاشینکف، ژ-۳، انواع کلت‌ها، سلاح‌های شکاری و غیر شکاری هستند. پس از مشاهده کاربران، آن‌ها برای تهیه سلاح به آیدی‌های موجود در صفحات مراجعه می‌کنند و پس از ثبت سفارش شماره حسابی از سوی ادمین‌های کانال‌های فروش اسلحه برایشان ارسال می‌شود و با وارد کردن اطلاعات بانکی در عرض کسری جیب این افراد پر از پول می‌شود.

اینکه افراد سلاح را برای انجام چه اموری می‌خواهند و اقدام به خرید این اقسام می‌کنند یک بحثی است و نکته دیگر این است که برخی از شیادان سایبری برای سودجویی از کاربران اقدام به تشکیل صفحات تبلیغ اسلحه در فضای مجازی می‌کنند و با جذب آن‌ها به سمت تبلیغ‌ها، کاربران را به صفحات جعلی بانکی و فیشینگ هدایت می‌کنند. سودجویان با راه‌اندازی سایت‌های خرید و فروش اسلحه در فضای مجازی، بدون اینکه سلاحی به فروش برسانند و در اقدامی جدید بدون تحویل کالا به خریدار، سعی در کلاهبرداری از کاربران دارند و متقاضیان تهیه سلاح پس از درج اطلاعات خود در سایت‌های خرید و فروش اسلحه و پرداخت اینترنتی وجه خرید، به‌جای تحویل اسلحه موردنظر، متوجه کلاهبرداری سودجویان از خود می‌شوند. اشخاصی که در این زمینه ضرر مالی دیدند و از آن‌ها کلاهبرداری شده است، با در نظر گرفتن قانون ممنوعیت خرید و فروش سلاح در کشور و مجرم شناخته شدن افراد متخلف در این حوزه، برای اعلام شکایت خود به مرجع قضایی مراجعه نمی‌کنند، چراکه می‌دانند در صورت مراجعه به دادسرا طبق قانون مجرم شناخته شده و با آن‌ها برخورد می‌شود. در نتیجه مالباختگان از انجام این کار خودداری

می‌کنند. از آنجایی که در کنار تمام اقدامات پلیس؛ خرید و فروش اسلحه و فعالیت قاچاقچیان در این حوزه در حال انجام است و باید سرمنشأ این اقدام غیرقانونی توسط دستگاه‌ها و مراجع بالاتر مورد رسیدگی قرار گیرد تا مشخص شود این سلاح‌ها و مهمات غیرمجاز چگونه وارد کشور شده و به دست کاربران غیرمجاز می‌افتد. این پژوهش به این سؤال پاسخ خواهد داد که شیوه‌ها و شگردهای خرید و فروش سلاح گرم در فضای مجازی چگونه است؟

۱- مبانی نظری

بررسی پیشینه و مطالعه ادبیات تحقیق نشان می‌دهد در ارتباط با پدیده قاچاق سلاح و خرید و فروش آن و همچنین، نقش و سهم فضای مجازی در ارتکاب جرائم، پژوهش‌های خوبی صورت گرفته است، لیکن در خصوص جرم قاچاق سلاح در بستر فضای مجازی و نقش فضای مجازی در خرید و فروش سلاح‌های غیرمجاز، مطالعه مستقلی صورت نگرفته است و پژوهش حاضر تا حدودی می‌تواند این خلأ پژوهشی و علمی را برطرف کرده باشد. در ادامه، بر برخی از مهم‌ترین مطالعات مرتبط با بحث اشاره خواهد شد.

جعفری در پایان‌نامه خود با عنوان «بررسی شیوه‌های نوین اطلاعاتی در مبارزه با قاچاق سلاح و مهمات شکاری به داخل کشور (مورد مطالعه؛ آذربایجان غربی)» به روش کیفی انجام داده است که براساس نتایج، استفاده بهینه از تجهیزات پایشی پیشرفته همچون پهپاد و حسگرهای بی‌سیم در کنار اشراف بر فضای مجازی در رفع برخی کاستی‌ها در حوزه مبارزه با قاچاق سلاح و مهمات شکاری در شمال غرب کشور مؤثر و توجه به شیوه‌های نوین اطلاعاتی در پایش مرز و فراهم‌سازی زمینه‌های تقویت آن یکی از اصلی‌ترین موضوعاتی است که بایستی در تهیه طرح‌ها و برنامه‌های راهبردی نیروهای مرزبانی مورد توجه متولیان امر قرار گیرد (۱۴۰۱). داودی دهقانی نیز در مطالعه‌ای به بررسی موانع

اساسی تحقق پیشگیری از جرائم سایبری پرداخته است. نتایج پژوهش حاکی است که برای پیشگیری از جرائم فضای سایبر، در دو سطح می‌توان نسبت به حذف موانع اقدام کرد: نخست، با تدابیر راهبردی و بلندمدت و دوم، به صورت مستقیم از طریق اقدامات ایجابی یا سلبی (۱۳۹۸). پناهی، قربانی، پورمنافی و قلی‌زادگان نیز پژوهشی با عنوان «بازی‌های رایانه‌ای و ارتکاب جرائم علیه امنیت داخلی» با هدف بررسی نقش بازی‌های رایانه‌ای در ارتکاب جرائم علیه امنیت داخلی با روش پژوهش ترکیبی (آمیخته) انجام داده‌اند. براساس یافته‌های پژوهش؛ بازی‌های رایانه‌ای می‌توانند از طریق چهار رویکرد: ۱- اسلام‌ستیزی و ایران‌هراسی، ۲- ترویج خشونت و بی‌قانونی، ۳- ترویج فرهنگ غربی و ۴- شیوع اعتیاد و گرایش به قاچاق مواد مخدر و روانگردان‌های نوظهور در تشویق بازیگردانان به ارتکاب جرائم علیه امنیت داخلی نقش قابل توجهی داشته باشند (۱۴۰۰).

نجاززاده در پژوهشی با عنوان «علل گرایش مجرمین به به‌کارگیری سلاح گرم (مطالعه موردی؛ جنوب استان کرمان)» معتقد است که عوامل فرهنگی، به‌عنوان مؤثرترین عامل در استفاده از سلاح گرم در جنوب استان کرمان مطرح است و پس از آن عوامل اقتصادی و اجتماعی قرار دارد که در این زمینه توجه به فرهنگ‌سازی به‌عنوان مؤلفه‌ای تأثیرگذار بر تمامی جنبه‌های اقتصادی و اجتماعی جوامع توصیه می‌گردد (۱۳۹۷). غلامی نیز پژوهشی با عنوان «سازوکارهای پیشگیری وضعی از قاچاق اسلحه در مناطق مرزی (مطالعه موردی مرز شیخ صله)» انجام داده که برابر نتایج آن؛ احداث پایگاه‌ها در فاصله دور نسبت به مرز و عدم وجود فاصله منطقی بین برخی از پایگاه‌ها با یکدیگر، باعث ایجاد مشکلاتی در راستای مقابله با پدیده قاچاق اسلحه در این مرز شده است (۱۳۹۶). همچنین، قربانی، جوانمرد و ابراهیمی در پژوهشی با عنوان «بررسی نقش فضای مجازی در افزایش ورود کالای قاچاق از مرزها (مورد مطالعه؛ شهرستان مرزی ارومیه)» انجام داده‌اند که نتایج

حاکمیت؛ عدم برخورد با فعالان به جهت نبود محل تجاری مشخص و ضعف در قوانین و مقررات جاری دارای بیشترین نقش و افزایش روزافزون کاربران شبکه‌های مجازی دارای کمترین نقش در افزایش ورود کالای قاچاق از مرزها داشته است. به‌طور کلی، فضای مجازی تأثیر و نقش به‌سزایی در گسترش ورود کالای قاچاق از مرزهای شهرستان ارومیه داشته است (۱۳۹۶). اله‌یاری و مجیدی‌پرست نیز در پژوهشی با عنوان «گونه‌شناسی باندهای جرم و فساد در فضای مجازی» با اشاره به اینکه توسعه پدیده جهانی فناوری اطلاعات و ارتباطات، تحولی شگرف در ابعاد گوناگون حیات اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، امنیتی و سیاسی ایجاد نموده است. گسترش رو به رشد فضای مجازی را با توجه به ناشناخته بودن بسیاری از اجزای آن برای عامه مردم به عاملی برای افزایش فرصت‌های جنایی بدل گشته عنوان نموده است. این ویژگی توسط مجرمان مجازی مورد سوءاستفاده قرار گرفته و شکل‌گیری گروه‌های فساد و جرم در این فضا را به‌دنبال داشته است (۱۳۹۳).

هارکین و مولنار^۱ (۲۰۲۳) پژوهشی با عنوان «بررسی پیامدهای اجتماعی در خرید و فروش کالا و امنیت سایبری» انجام دادند و بیان داشتند که بازارهای خرید و فروش کالا و امنیت سایبری باید در معرض بسیاری از همان پرس‌وجوهای حیاتی باشند، عدم توجه می‌تواند مسائلی مانند زیان‌هایی به دموکراسی، عدالت، حاکمیت، برساند و اثرات منفی برای جامعه دارد. بنابراین توجه و اهمیت به فضای مجازی در خرید و فروش باید مد نظر حاکمان باشد. دفتر مقابله با مواد مخدر و جرم سازمان ملل^۲ (۲۰۲۰) نیز در گزارش مطالعه جهانی در مورد قاچاق سلاح گرم، به پدیده قاچاق سلاح در سطح جهان اشاره کرده و به میزان متفاوت کشفیات به لحاظ کمی در کشورها می‌پردازد. همچنین، گزارش تحلیلی

^۱Harkin and Molnar

^۲UNODC

پلیس اینترپل^۱ با عنوان «شاخص‌های قاچاق سلاح گرم»، بر برنامه‌بخش سلاح‌های گرم سازمان پلیس بین‌الملل در رهگیری و ردیابی سلاح‌های گرم غیرقانونی به‌عنوان مؤلفه کلیدی در حوزه مبارزه با تروریسم اشاره کرده که از طریق متلاشی کردن گروه‌های سازمان‌یافته و خشن قاچاق سلاح، به‌عنوان یک اقدام پیشگیرانه عمل می‌کند (۲۰۱۹). چانگ، ژونگ و گرابوسکی^۲ نیز پژوهشی با موضوع «خودیاری، هوشیاری و جرائم سایبری» انجام دادند که نتایج آن نشان داد با توجه به منابع و توانایی‌های محدود ایالات برای حفظ امنیت سایبری، اقدامات مختلف هم‌زمانی توسط افراد یا جمعی با درجه‌های مختلف سازماندهی و هماهنگی انجام شده است (۲۰۱۸).

فضای مجازی: تعداد زیادی از کاربردهای امروز فناوری‌های جدید ارتباطی را دربر می‌گیرد. این نام بار نخست توسط ویلیام گیسون در رمان نورومانس^۳ طرح شد. برای فضای مجازی تعاریف گوناگونی ارائه شده و برخی حتی، آن را مترادف با اینترنت دانسته‌اند. نمی‌توان گفت فضای مجازی همان اینترنت است، اما اینترنت ابزار ورود به فضای مجازی می‌باشد. اینترنت سامانه‌ای جهانی از شبکه‌های رایانه‌ای به‌هم‌پیوسته می‌باشد که از «مجموعه پروتکل اینترنت» برای ارتباط با یکدیگر استفاده می‌نماید. به بیان دیگر، اینترنت شبکه‌ای است متشکل از میلیون‌ها شبکه در اندازه‌های محلی، کوچک و بزرگ که به‌صورت خصوصی، عمومی، دانشگاهی، تجاری و دولتی تشکیل شده که با آرایه وسیعی از فناوری‌های الکترونیکی و نوری به‌هم متصل گردیده‌اند (سیاح طاهری، ۱۳۹۵: ۷۱). در کتاب شبکه عنکبوتی تعریفی متفاوت و جامع از فضای مجازی ارائه شده است: «فضای مجازی عبارت است از محیطی که در آن برقراری ارتباطات، رؤیت و انتقال اطلاعات

^۱INTERPOL

^۲Chang, Zhong & Grabosky

^۳Neuromancer

به صورت غیرقابل لمس و با اشغال اندکی از محیط قابل لمس در ساختارها و قالب‌هایی به عنوان خدمات به انسان‌ها، طراحی و کنترل می‌شود. در نتیجه، کلیه محتواها، ارتباطات، خدمات، ابزارهای سخت و نرم و قالب‌های دنیای اطلاعات و ارتباطات، شامل فضای مجازی می‌شود.» (کهند، ۱۳۹۵: ۶۳). این تعریف شامل سه ویژگی فضای مجازی اشاره شده می‌باشد؛ محیط است و نامحدود نیست، در قالب خدمات ارائه می‌شود و خدمات و ارتباطات کنترل می‌شود. لفظ «مجازی» که صفت «فضا» در عبارت «فضای مجازی» قرار می‌گیرد، به معنای غیرحقیقی بودن فضای مجازی نیست، بلکه فضای «مجازی» کاملاً «حقیقی» بوده و به آثار و تبعات واقعی و ملموس آن بر زندگی تأکید می‌شود.

جرایم اینترنتی: در سال‌های اخیر با گسترش فناوری و با دیجیتالی شدن زندگی روزمره، دسترسی بسیاری از افراد به اینترنت و فضای مجازی بسیار زیاد شده که همین امر باعث به وجود آمدن انواع تخلفات اینترنتی، افزایش جرم و جنایت و تنوع آن در فضای مجازی شده است. جرایم اینترنتی یا جرائم سایبری که گاه‌به‌گاه به آن جرائم رایانه‌ای نیز گفته می‌شود، به کلیه جرائمی گفته می‌شود که با استفاده از رایانه و سیستم‌های دیجیتالی و در فضای سایبری اشخاص مرتکب می‌شوند. با توصیف دنیایی که فضای مجازی پدید می‌آورد، یکی از مطلوب‌ترین خصوصیات یک محیط برای مجرمان در این فضا موجود است و آن خصوصیت ناپیدایی افراد حاضر در این فضا است. برای مجرمان محیطی بهتر از فضای مجازی، پیدا نمی‌شود که بتوانند به سهولت هویت خود را پنهان نگاه داشته یا آن را تغییر دهند و با هویت پنهانی یا تغییر یافته با هر کس تماس گرفته و در هر زمان که نیاز بود، به راحتی از صحنه خارج شوند. این فضا می‌تواند بهشت مطلوب مجرمان باشد.

پدیده قاچاق: قاچاق عبارت است از نقل و انتقال مخفیانه کالایی از خارج به داخل یا از داخل به خارج از کشور بدون پرداخت عوارض گمرکی، سود بازرگانی و بدون توجه به

مقررات مربوط. در تعریفی دیگر قاچاق عبارت است از وارد کردن کالا به کشور یا صادر کردن آن، بدون رعایت تشریفات قانونی، به نحوی که منجر به فرار از پرداخت مالیات‌ها و عوارض مقرر دولت و یا فرار از نظارت‌های قانونی شود (افشار، ۱۳۹۸: ۵). در قوانین کیفری ایران تعریف صریح و شفافی از قاچاق یافت نمی‌شود و قانون‌گذاران، به جای ارائه تعریفی جامع از قاچاق و متمایزکننده آن از دیگر جرائم، ارتکاب دسته‌ای مشخص از اعمال مجرمانه را قاچاق تلقی و فعل قاچاق را با مصادیق آن بیان کرده‌اند. قاچاق در لغت به معنای: آنچه ورود آن به کشور یا معامله آن در کشور ممنوع اعلام شده، است (معین، ۱۳۷۳: ۲۶۷). به هر صورت، قاچاق فعلی انسانی است و باید تعریفی مشخص و شفاف از آن ارائه داد. در ترمینولوژی حقوق در باب قاچاق چنین آمده است: حمل و نقل هرگونه کالای ممنوعه، مواد مخدر و روان‌گردان‌ها از نقطه‌ای به نقطه‌ای خواه هر دو نقطه مزبور در داخل کشور باشد (قاچاق داخلی) خواه یک نقطه در داخل و یک نقطه در خارج باشند (قاچاق خارجی) برخلاف مقررات مربوط به حمل و نقل به طوری که این عمل ناقص ممنوعیت یا محدودیتی باشد که قانوناً مقرر شده است (خواه عمل مزبور ناقص) امتیازی یا انحصاری باشد خواه نباشد (جعفری لنگرودی، ۱۳۹۶: ۴۵). قانون‌گذار، قاچاق کالا را به چهار بخش مجزا از جمله قاچاق کالاهای مجاز، مجاز مشروط، یارانه‌ای و ممنوع تقسیم کرده که هر بخش مجازات‌های متنوع اعم از ضبط، حبس و جزای نقدی دارد. با توجه به ماده ۱ قانون مبارزه با قاچاق کالا و ارز، صرفاً کالایی ممنوع خواهند بود که ورود یا صدور آن به موجب قانون ممنوع شده باشد. در غیر این صورت، کالای مشمول با توجه به اهمیت آن یا لزوم و عدم لزوم اخذ موافقت مراجع ذی‌ربط ممکن است مجاز یا مجاز مشروط باشد.

کالای قاچاق: کالای اقتصادی که مورد قاچاق قرار می‌گیرد را کالای قاچاق و شخص یا اشخاصی که مبادرت به انجام قاچاق می‌کنند را قاچاقچی یا سوداگر می‌گویند. هنگامی که قیمت یک کالای در یک کشور با اجرای طرح‌های دستوری و با تمهیدات خاص کاهش می‌یابد، در نتیجه سوءاستفاده کنندگان به دنبال تهیه آن کالای ارزان قیمت برای قاچاق آن به بیرون از مرزها هستند. انواع کالای قاچاق را می‌توان به شکل زیر دسته‌بندی نمود؛ ۱- کالاهای مجاز مشروط که ورود و صدور آن مقید به انجام شرط باشد و ۲- کالاهای ممنوع که دو نوع هستند؛ الف) کالاهای ممنوعه در قانون، مانند مواد مخدر و اسلحه. ب) کالاهایی که از طرف هیئت دولت براساس اقتضای زمان و مشکلات اقتصادی ورود یا خروج آن‌ها از کشور برای مدت کوتاهی ممنوع می‌شود (افشار، ۱۳۹۸: ۲۵).

- نظریه نیازجویی یا استفاده و رضامندی: براساس این نظریه، مخاطب به نیاز خود آگاه است و برای تأمین نیازها و رضایت خود، آگاهانه روش‌ها و رسانه‌های مختلف را جستجو و انتخاب می‌کند. در این مسیر رقابت رسانه‌ها برای تأمین نیاز مخاطبان و رقابت رسانه‌ها با سایر پدیده‌ها برای تأمین نیاز مخاطبان نیز مهم است. میزان تمایل فرد به وسایل ارتباط جمعی و موضوع آن به میزان ابهام موضوع و مناسبت داشتن آن با کار و زندگی فرد بستگی دارد. اساساً رویکرد افراد به رسانه‌ها به دلیل کسب دوگونه پاداش است؛ ۱- پاداش آنی مانند حوادث و رویدادها: نیاز به داشتن اطلاعاتی که در زندگی جاری و روزمره مؤثر باشد و ۲- پاداش آتی مانند خدمات آموزشی: نیاز به یافتن شغل و جستجوی آگهی‌ها، استفاده‌های آموزشی (زارعیان، ۱۳۸۲: ۱۲۱). در استفاده و خشنودی، پرسش اساسی رویکرد بالا چنین است: چرا مردم از رسانه‌ها استفاده می‌کنند و آن‌ها را برای چه منظوری به کار می‌برند؟ جامعه‌شناسی کارکردگرایانه که نظریه استفاده و خشنودی زیرمجموعه این رویکرد است، رسانه را برآورنده نیازهای گوناگون جامعه می‌داند.

- **نظریه اقتناع:** کوشش آگاهانه یک فرد یا سازمان، برای تغییر نگرش، باور، ارزش‌ها یا دیدگاه‌های فرد یا گروهی دیگر را اقتناع می‌گویند (گیل و ادفر، ۱۳۸۴: ۵۱). اقتناع یکی از غایات هر ارتباط، اعم از انسانی یا رسانه‌ای است. در دستگاه‌های عظیم رسانه‌ای، هزینه‌ای بسیار صرف و در پایان، نتیجه‌ی نهایی با میزان اثرگذاری بر مخاطبان سنجیده می‌شود و آن‌گاه که این فرآیند در حد اعلا تحقق می‌پذیرد، می‌توان گفت اقتناع صورت گرفته است. اقتناع در زمره‌ی آثار زیرپوستی در حوزه‌ی ارتباطات است که ورای ظواهر قدرت و اقتدار صورت می‌گیرد. مخاطبان، چنانچه به اقتناع برسند، انگیزه‌های درونی می‌یابند و خود رسولان اندیشه یا هر پیام ارتباطی دیگر خواهند شد (ساروخانی، ۱۳۸۳: ۹۵).

نظریه ساخت‌یابی گیدنز: این نظریه نوعی تلفیق بین تعامل‌گرایی و ساختارگرایی است. گیدنز، تلفیق و سازگاری بین ساختار نهادی و عاملیت فردی در قالب یک الگوی ترکیبی نظریه اجتماعی است. او استدلال می‌کند نقطه تمرکز نظریه ساخت‌یابی، بر مفهوم جدایی زمان از مکان است. گیدنز چنین فرض می‌کند که تغییرات ساختاری در قدرت، به واسطه سطوح چندگانه جهانی شدن مانند مبادله پولی، پیشرفت‌های فناورانه و مردم‌سالاری سیاسی گسترده، باعث تغییر و دگرگونی حس ما از زمان و مکان شده است. براساس نظریه ساخت‌یابی گیدنز می‌توان استنباط کرد که شبکه‌های اجتماعی مجازی محصول و مخلوق کنش معنادار آدمیان است و افراد چنین محیطی را خلق کرده‌اند، اما این محیط پس از شکل گرفتن محدودیت‌هایی را بر عاملان اعمال می‌کند. ساختار شبکه‌های اجتماعی اینترنتی براساس بازتولید یا تکرار همان رفتار مداوم آدم‌ها دوام می‌یابد. افراد در رویارویی با اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی برخلاف سایر رسانه‌های متعارف، صرفاً در رده تولیدکننده یا مصرف‌کننده قرار نمی‌گیرند، بلکه می‌توانند در صورت تمایل به‌طور همزمان

این دو نقش را داشته باشند و در آن به تولید و بازتولید بپردازند، اما افراد در برخورد با این ساختار، میزان فعالیت و مشارکت متفاوتی دارند.

چارچوب مفهومی پژوهش: پیشرفت فناوری و جهانی شدن تجارت، علاوه بر ایجاد فرصت‌هایی برای توسعه اجتماعی، فرصت‌های زیادی را برای اشکال سنتی و نوین جرائم ایجاد کرده است. جرائمی که با استفاده از امکانات اینترنتی انجام می‌شود، مستلزم استفاده از منابع نسبی کمتری است و ارتکاب این جرائم در فضایی رخ می‌دهد که افراد در آن حضور فیزیکی ندارند. همچنین در بسیاری از کشورها اینگونه جرائم تعریف نشده‌اند یا به درستی ارائه نشده‌اند؛ بنابراین خطرات درگیر شدن در این دسته از جرائم بیشتر و احتمال ردیابی و دستگیری مجرمان بسیار کم است (علیوردی نیا، ۱۳۸۷: ۹۱). اطلاعات قابل دسترسی در اینترنت درباره انواع کالاهای قاچاق (پوشاک، مواد غذایی، الکترونیک، تجهیزات صنایع مختلف و غیره) توسط افراد و گروه‌های مختلف با اهداف و انگیزه‌های متفاوت تولید می‌شوند. برخی از آن‌ها از اینترنت جهت گسترش دامنه فروش کالاهای قاچاق ضد فرهنگی خود و درگیر شدن جوانان در رفتارهای غیرقانونی، استفاده می‌کنند. بسیاری از وبسایت‌ها با فراهم نمودن طیف وسیعی از اطلاعات مربوط به کالاهای مختلف و ملزومات آن، مروج فرهنگ مصرف آن‌ها می‌باشند و به‌طور غیرمستقیم باعث ترویج و مصرف این‌گونه اقلام می‌شوند. این دسته از متخلفان به‌طور فزاینده‌ای از فناوری‌های نوین و پیچیده‌تر برای مخفی کردن فعالیت‌ها و هویتشان استفاده می‌کنند. می‌توان اذعان نمود که علاوه بر تبلیغات گسترده کالای قاچاق در فضای مجازی و فروش اینترنتی آن، با پیشرفت علوم و افزایش کاربران و مدت زمان بهره‌برداری از فضای مجازی، برخی از کاربران نیز ناخواسته با فروشگاه‌های مجازی آشنا و نسبت به خرید کالاهای

غیرمجاز اقدام نموده که در نهایت جهت ترغیب فروشندگان به گسترش دامنه فعالیت‌ها و در نتیجه وارد نمودن کالای قاچاق از آن‌سوی مرزها خواهد بود.

ظاهراً نظریه «انتقال فضا»، اولین و شاید تنها نظریه‌ای است که در خصوص دلیل ارتکاب جرم در فضای مجازی مطرح شده است. جیشانکار در خصوص طرح این نظریه اذعان می‌کند: «من نظریه‌ای را برای پیش‌برد شاخه جرم‌شناسی فضای مجازی مطرح کرده‌ام این نظریه، نظریه انتقال فضا نامیده می‌شود» (جیشانکار، ۱۳۹۴: ۱۸). طبق این نظریه، انسان‌ها وقتی از یک فضا به فضای دیگر وارد می‌شوند، رفتار متفاوتی در پیش می‌گیرند. ایشان در نظریه خود فرضیه‌های هفت‌گانه‌ای جهت توجیه جرائم اینترنتی ارائه نموده است؛ ۱. اشخاص که گرایش‌های مجرمانه خود را در فضای حقیقی مهار کرده‌اند، تمایل به ارتکاب جرم یا جرائمی در فضای مجازی دارند که چه‌بسا به دلیل موقعیت خویش، نتوانسته‌اند در محیط حقیقی مرتکب شوند. ۲. ناشناختگی و تغییر هویت در فضای مجازی وعدم وجود عوامل بازدارنده در این فضا، فرصتی جهت ارتکاب جرم سایبری در اختیار مجرمین قرار می‌دهد. ۳. رفتار مجرمانه مرتکبان ممکن است از فضای مجازی به فضای واقعی سرایت کند و جرائم فضای واقعی نیز ممکن است به فضای مجازی وارد گردد. ویژگی نامستمر رفتار مجرمانه مجرمان در فضای سایبر و ماهیت سیال و موقتی این فضا به مرتکبان آن، شانس فرار از قانون می‌دهد. ۴. افرادی که همدیگر را نمی‌شناسند ممکن است از طریق فضای مجازی دورهم گرد آیند تا جرائمی در فضای واقعی مرتکب گردند. ۵. همچنین افرادی که در فضای واقعی با همدیگر آشنا هستند، ممکن است برای ارتکاب جرم در فضای مجازی متحد شوند. ۶. در جوامع بسته نسبت به جوامع باز، احتمال بیشتری

جهت ارتکاب جرم در فضای مجازی وجود دارد. ۷. تعاریف هنجارها و ارزش‌های فضای واقعی با فضای حقیقی، ممکن است منجر به وقوع جرائم سایبری شود (همان).

۲- روش شناسی تحقیق

روش تحقیق مورد استفاده، از نظر هدف کاربردی و با ماهیت کیفی از نوع تحلیل محتوا می‌باشد. روش تحلیل محتوا به‌عنوان یکی از روش‌هایی است که برای تحلیل متون نوشتاری و متون دیداری مثل تصویر و متون شنیداری مثل رادیو و مواد دیداری-شنیداری انجام می‌گیرد. در این پژوهش، دو تکنیک مقوله‌ای و ارزیابی به‌کار گرفته شده است؛ تکنیک مقوله‌ای مبتنی بر مقوله‌های ساخته‌شده از محتوا صورت می‌گیرد و تحلیل انجام‌شده پیام، شرحی از محتوا براساس مقوله است. مقوله‌ها، واحدهای بررسی هستند که باتوجه به هدف تحقیق برگزیده می‌شوند. تکنیک ارزیابی نیز برقراری ارتباط بین ساختار توصیف‌شده از محتوا مبتنی بر تکنیک مقوله‌ها با مبانی جمع‌آوری‌شده در تألیفات و تحقیقات گذشته است. واحدهای تحلیل در این تحقیق به دو دسته واحد تحقیق و واحد ثبت تقسیم می‌گردد. واحد تحقیق عبارت است از تحلیل محتوای سایت‌های اینترنتی و شبکه‌های اجتماعی که به‌عنوان یک واحد مستقل در نظر گرفته شده است و واحد ثبت در این پژوهش خصوصیات و ویژگی‌های مطرح در هر کانال و سایت و شبکه‌های اینترنتی برحسب مقوله‌های موردنظر به‌عنوان ثبت محسوب می‌شود. جامعه آماری؛ محتوای سایت‌های اینترنتی و شبکه‌هایی اجتماعی مانند اینستاگرام و غیره را در بر دارد. نمونه به‌صورت تصادفی از محتوای این سایت‌ها همچنین، کانال‌ها و شبکه‌های اینترنتی خرید و فروش سلاح در فضای مجازی انتخاب شده است. حجم نمونه در پژوهش به‌صورت هدفمند تا حد اشباع نظری است. پس از جمع‌آوری اطلاعات به تحلیل و تفسیر مطرح‌شده پرداخته شده است. تجزیه و تحلیل داده‌ها از طریق فرآیند کدگذاری داده‌های کیفی انجام شد که در این راستا تحلیل محتوای کانال‌ها و شبکه‌های اینترنتی صورت پذیرفته است.

۳- تجزیه و تحلیل و یافته‌های تحقیق

بررسی‌های انجام‌شده پیرامون محتوای کیفی سایت‌ها، شبکه‌های اجتماعی و پلتفرم‌های برخط درباره فروش سلاح گرم نشان می‌دهد که روش‌ها و شگردهای متنوعی برای جلب مشتریان و انجام تبلیغات غیرقانونی وجود دارد که در جدول ۱ اشاره شده است.

جدول ۱ - شیوه و شگرد خرید و فروش سلاح گرم در فضای مجازی

مقوله	زیر مقوله	محتوا
فناوری‌های مبتنی بر رمزنگاری و امنیت	استفاده از ارزهای دیجیتال	استفاده از ارزهای دیجیتال مانند بیت کوین، اتریوم و سایر ارزهای رمزنگاری شده، به فروشندگان و خریداران این امکان را می‌دهد تا پرداخت‌ها را به صورت ناشناس و بدون دخالت بانک‌ها و موسسات مالی انجام دهند.
	استفاده از ارتباطات رمز شده	استفاده از ابزارها و برنامه‌های رمز شده برای ارتباطات، از جمله ارسال پیام‌های رمزگذاری شده و استفاده از شبکه‌های مجازی خصوصی (VPN) برای مخفی کردن مکان فیزیکی فروشنده و خریدار، به منظور جلوگیری از ردیابی توسط مقامات قانونی می‌باشد.
	استفاده از کدنویسی و رمزگشایی	استفاده از ابزارها و برنامه‌های رمز شده برای ارتباطات، از جمله ارسال پیام‌های رمزگذاری شده و استفاده از شبکه‌های مجازی خصوصی (VPN) برای مخفی کردن مکان فیزیکی فروشنده و خریدار، به منظور جلوگیری از ردیابی توسط مقامات قانونی می‌باشد.
	شناسایی روش‌های عدم شناسایی	یکی از جنبه‌های مهم در خرید و فروش سلاح گرم در فضای مجازی، استفاده از روش‌های عدم شناسایی است. با تحلیل محتوای مربوط به این روش‌ها، می‌توان به شیوه‌هایی مانند استفاده از تور، شبکه‌های مجازی خصوصی (VPN)، استفاده از حساب‌های جعلی و رمزگشایی و کدنویسی دسترسی داشت.
	شناسایی روش‌های پرداخت ناشناس	یکی دیگر از جوانب مهم در فروش سلاح گرم استفاده از روش‌های پرداخت ناشناس است. با تحلیل محتوای مربوط به این روش‌ها، می‌توان به شیوه‌هایی مانند استفاده از ارزهای دیجیتال (مانند بیت‌کوین)، استفاده از پلتفرم‌های پرداخت آنلاین و انتقال پول ناشناس پی‌برد.
	استفاده از آدرس‌های IP ناشناس	از شبکه‌های خصوصی مجازی (VPN) یا سرویس‌های پنهان‌سازی IP استفاده تا آدرس IP خود را مخفی کنند. این

روش باعث می‌شود که مکان و هویت فروشنده به راحتی قابل شناسایی نباشد.		
از تکنولوژی‌های مبتکرانه برای فروش سلاح گرم استفاده کنند. به عنوان مثال، استفاده از تکنولوژی بلاک چین ^۱ برای ایجاد بازارهای آنلاین مبتنی بر ارزهای دیجیتال که امکان پرداخت‌های ناشناس و غیرقابل ردیابی را فراهم می‌کند.	استفاده از تکنولوژی‌های مبتکرانه	
استفاده از هویت مجازی، مثلاً ممکن است از شناسایی مجازی، مانند نام و تصویر مجهول، ایمیل‌های مجهول و شماره‌های تلفن مجهول استفاده شود.	استفاده از هویت شناسایی مجازی	
استفاده از شبکه‌های غیرقابل ردیابی یکی از شیوه‌هایی است که در فروش سلاح گرم در فضای مجازی استفاده می‌شود. این شبکه‌ها به عنوان یک زیرساخت مخفی و پنهان برای ارتباط و تبادل اطلاعات بین فروشندگان و خریداران سلاح گرم عمل می‌کنند.	استفاده از شبکه‌های غیرقابل ردیابی	
این نوع از شبکه‌های اجتماعی به نام شبکه‌های اجتماعی مخفی هستند که به فروشندگان و خریداران امکان پنهان نمودن هویت را می‌دهد تا ناشناس فعالیت کنند. این شبکه مخفی از طریق رمزنگاری اطلاعات، ارتباطات را از طریق چندین سرور در سراسر جهان مسیریابی می‌کند.	استفاده از شبکه‌های اجتماعی مخفی	
ارسال پیام‌های خصوصی به مخاطبان خاص توسط اشخاص به صورت مستقیم جهت فروش کالاهای ممنوعه. استفاده از پیام‌های خصوصی نیز یکی از شیوه‌های فروش سلاح گرم در فضای مجازی است. این روش شامل ارسال پیام‌های شخصی و مستقیم به افراد به منظور تبلیغ و فروش سلاح گرم می‌شود. در زیر، برخی از موارد و استراتژی‌های مرتبط با استفاده از پیام‌های خصوصی معرفی می‌شود: انتخاب هدف: انتخاب با دقت افرادی که به احتمال زیاد علاقه‌مند به خرید سلاح گرم هستند و ارسال پیام به آنها. می‌توانید از داده‌های جمع‌آوری شده از فعالیت‌های قبلی و تحقیقات بازار استفاده کنید. شخصی‌سازی پیام: سعی کنید پیام خود را شخصی‌سازی کنید و به نیازها و علایق هر فرد بپردازید. ارائه ارزش افزوده برای فرد و جذب توجه او می‌تواند به فروش شما کمک کند.	استفاده از پیام‌های خصوصی	استفاده از منابع و پلتفرم‌های آنلاین

<p>رویکرد هدفمند: به جای ارسال پیام‌های تصادفی به افراد، از رویکرد هدفمند استفاده کنید. مطالعه و تحلیل اطلاعات فردی افراد، تاریخچه خرید یا علاقه‌مندی‌هایشان می‌تواند راهنمایی خوبی برای این کار باشد.</p>		
<p>برقراری ارتباط و همکاری با پلتفرم‌های آنلاین برای جلوگیری از شناسایی و حذف صفحات و حساب‌هایی که خرید و فروش سلاح گرم. این شامل عدم گزارش دادن از فعالیت‌های پیچ و یا کانال به تیم‌های امنیتی و تحلیل محتوا می‌شود.</p>	<p>همکاری با پلتفرم‌های آنلاین</p>	
<p>استفاده از پروفایل‌های جعلی تا به‌نظر برسد که فروشنده معتبری هستند. آنها ممکن است عکس‌ها و اطلاعات شخصی جعلی را در پروفایل خود استفاده کنند.</p>	<p>استفاده از پروفایل‌های جعلی</p>	
<p>برخی از فروشندگان سلاح گرم ممکن است از فروشندگان واسط برای فروش کالاهای خود استفاده کنند. این واسطه‌گران بین فروشنده و خریدار قرار می‌گیرند و هویت فروشنده را پنهان می‌کنند تا امکان شناسایی و پیگیری کمتری وجود داشته باشد.</p>	<p>استفاده از فروشندگان واسط</p>	
<p>استفاده از کانال‌های ارتباطی غیرمترعارف. می‌تواند شامل استفاده از ارتباطات صوتی، تصویری، پیامک، ایمیل و سایر روش‌های ارتباطی مخفی باشد که به‌طور معمول در فروش کالاهای قانونی استفاده نمی‌شود.</p>	<p>استفاده از کانال‌های ارتباطی غیرمترعارف</p>	
<p>ایجاد حساب‌های جعلی در شبکه‌های اجتماعی یا بازارهای آنلاین تا با یکدیگر ارتباط بگیرند. با استفاده از این حساب‌ها، ممکن است آنها نقشه‌ای مختلفی بازی کنند، از جمله پیشنهاد قیمت مناسب، ارائه اطلاعات نادرست یا تصاویر جعلی کالا.</p>	<p>استفاده از حساب‌های جعلی</p>	
<p>استفاده از فیلترینگ محتوا برای پنهان کردن محتوای ممنوعه. آنها ممکن است از تکنیک‌های مختلفی مانند تغییر الگوریتم‌ها و استفاده از تکنولوژی‌های پنهان‌کننده استفاده کنند.</p>	<p>استفاده از روش‌های فیلترینگ محتوا</p>	
<p>استفاده از تصاویر گمراه‌کننده با محصولات خود. آنها ممکن است از تصاویر جذاب، آرایشی و جاذبه‌ای استفاده کنند تا تمایل مشتریان به خرید سلاح گرم را افزایش دهند.</p>	<p>استفاده از تصاویر گمراه‌کننده</p>	

<p>استفاده از شبکه‌های زیرزمینی مانند دارکوب که بخشی از اینترنت عمیق است و به راحتی قابل دسترسی نیست، جهت فروش و خرید سلاح گرم استفاده می‌شود. در این بازارها، فعالیت‌ها به صورت ناشناس و پرداخت‌ها بیشتر به وسیله ارزهای دیجیتال انجام می‌شود.</p>	<p>استفاده از بازارهای زیرزمینی</p>	<p>فروشگاه‌های مجازی و تبادلات زیرزمینی</p>
<p>استفاده از تحقیق و توسعه فناوری‌های جدید برای مقابله با شناسایی خرید و فروش سلاح گرم در فضای مجازی. این شامل استفاده از هوش مصنوعی، یادگیری ماشین، تحلیل داده‌ها و روش‌های رمزنگاری است.</p>	<p>استفاده از تحقیق و توسعه فناوری</p>	
<p>استفاده از روش‌های تبلیغاتی ناشناس. آنها ممکن است از اکانت‌ها و پروفایل‌های جعلی در شبکه‌های اجتماعی استفاده کنند و تبلیغات خود را با استفاده از محتواهای جذاب و تأثیرگذار انجام دهند. این روش باعث جلب توجه خریداران و افزایش امکان خرید آنها می‌شود.</p>	<p>استفاده از تبلیغات ناشناس</p>	
<p>فعالیت در انجمن‌ها و گروه‌های مخفی در فضای مجازی. آنها در این انجمن‌ها با خریداران ارتباط برقرار کرده و تبادل اطلاعات مورد نیاز را انجام می‌دهند. این روش به آنها امکان ایجاد شبکه‌های محرمانه و گسترده را می‌دهد و برای خریداران امکان دسترسی به سلاح گرم را ساده‌تر می‌کند.</p>	<p>استفاده از انجمن‌ها و گروه‌های مخفی</p>	
<p>فروشنده‌گان سلاح گرم ممکن است جزئیات کالاهای خود را تغییر دهند و توصیف محصول را به گونه‌ای تغییر دهند که برای مقامات قانونی سخت‌تر باشد تا آن را شناسایی کنند. این شامل تغییر نام، تغییر توصیف و اضافه کردن جزئیات غیرمرتبط به کالا است.</p>	<p>تغییر جزئیات کالا و توصیف محصول</p>	
<p>استفاده از کلمات کلیدی و عبارات مشابه در متن‌ها و توضیحات خود تا جستجوهای مربوط به سلاح گرم را جذب کنند. این روش باعث می‌شود که مشتریان ممکن است به طور ناخودآگاه به سمت فروشگاه‌های ممنوعه هدایت شوند.</p>	<p>استفاده از کلمات کلیدی و عبارات مشابه</p>	
<p>استفاده از روش‌های تقلبی در ارسال کالا به خریداران. آنها می‌توانند از نام و آدرس مجهول استفاده کنند یا به طور ناصحیح جزئیات کالا را درج کنند تا از تشخیص محتوای ممنوعه درون بسته جلوگیری کنند.</p>	<p>استفاده از روش‌های تقلبی در ارسال کالا</p>	
<p>فروشنده‌گان سلاح گرم ممکن است فروشگاه‌های مجازی متقلب را ایجاد کنند تا به طور مخفیانه فروش سلاح گرم را</p>	<p>استفاده از فروشگاه‌های مجازی متقلب</p>	

انجام دهند. آنها ممکن است از طراحی واقعی و قالب‌بندی مشابه با فروشگاه‌های قانونی استفاده کنند تا اعتماد خریداران را جلب کنند.		
عضویت در گروه‌های اجتماعی، انجمن‌ها یا انجمن‌های بحث و تبادل نظر مرتبط با سلاح گرم. با طرح پرسش‌ها و مباحثات مرتبط، کالاها را تبلیغ کنند	استفاده از فرصت‌های گروهی	
استفاده از عنوان فروشگاه پوشاک یا محصولات غیرممنوع تا ردیابی آنها را سخت‌تر کنند و به طور ناخودآگاه مشتریان را به خرید سلاح گرم ترغیب کنند.	استفاده از فروشندگان محصولات عمومی برای فروش سلاح گرم	
استفاده از کلمات کلیدی مبهم تا محتوای ممنوعه پنهان شود. آنها ممکن است از اصطلاحات تعمیمی و کلمات کلیدی قانونی برای جلب توجه خریداران استفاده کنند	استفاده از کلمات کلیدی مبهم	
استفاده از فروشگاه‌های آنلاین موقتی و متناوب با نام‌های متفاوت و آدرس‌های مختلف به منظور جلوگیری از تشخیص و ردیابی فروشنده	استفاده از فروشگاه‌های آنلاین متناوب	
ایجاد یک سایت یا فروشگاه آنلاین در یک کشور همسایه که قوانین مربوط به سلاح گرم در آن کشور کمتر سختگیرانه است، به فروشنده امکان می‌دهد که به راحتی سلاح گرم را به مشتریان در آن کشور ارائه دهد.	ایجاد سایت یا فروشگاه آنلاین در کشورهای همسایه	
به‌عنوان یک شیوه جذاب در فروش سلاح گرم در فضای مجازی می‌تواند به فروشنده امکان دسترسی به بازارهای جدید و نیز بهره‌برداری از محدودیت‌های کمتر در قوانین و مقررات مربوط به سلاح گرم را می‌دهد. این روش فروشنده را قادر سازد تا به مشتریان کشورهای همسایه خود نزدیک‌تر شود و محصولات را به آنها عرضه کند.	استفاده از کشورهای همسایه	

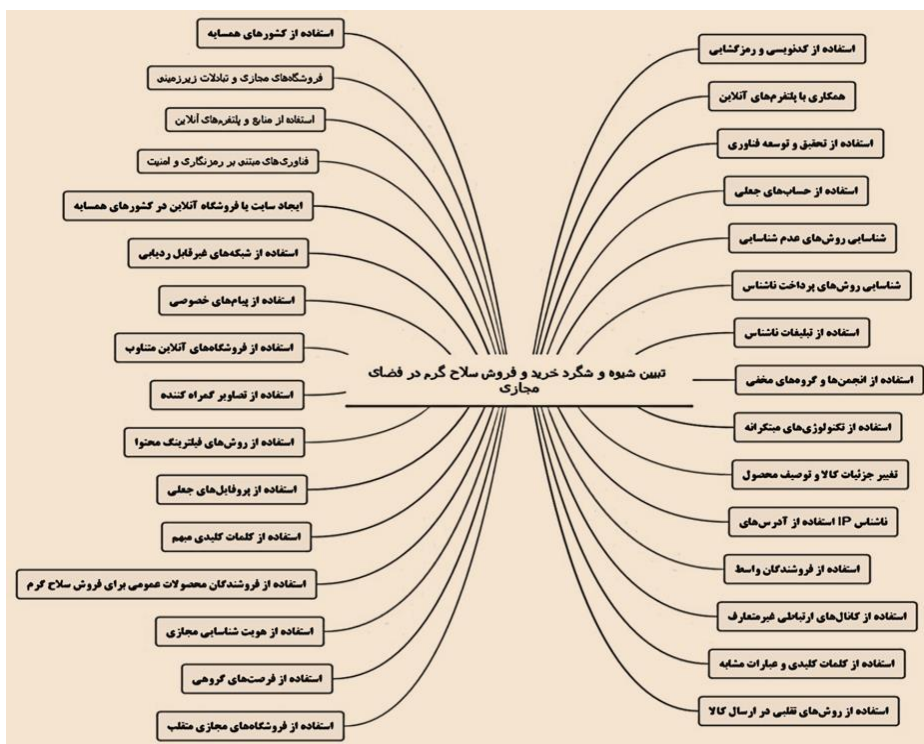
با توجه به یافته‌های این پژوهش که از فرآیند کدگذاری حاصل شده است، در نهایت شگردها و روش‌های خرید و فروش سلاح در فضای مجازی به شرح جدول ۲ تلخیص شده است.

جدول ۲ - شیوه و شگرد خرید و فروش سلاح گرم در فضای مجازی

مقوله	زیر مقوله
فناوری‌های مبتنی بر رمزنگاری و امنیت	استفاده از ارزهای دیجیتال
	استفاده از ارتباطات رمز شده
	استفاده از کدنویسی و رمزگشایی
	روش‌های عدم شناسایی
	روش‌های پرداخت ناشناس
	استفاده از آدرس‌های IP ناشناس
	استفاده از تکنولوژی‌های مبتکرانه
	استفاده از هویت شناسایی مجازی
	استفاده از شبکه‌های غیرقابل ردیابی
استفاده از منابع و پلتفرم‌های آنلاین	استفاده از شبکه‌های اجتماعی مخفی
	استفاده از پیام‌های خصوصی
	همکاری با پلتفرم‌های آنلاین
	استفاده از پروفایل‌های جعلی
	استفاده از فروشندگان واسط
	استفاده از کانال‌های ارتباطی غیرمتعارف
	استفاده از حساب‌های جعلی
	استفاده از روش‌های فیلترینگ محتوا
	استفاده از تصاویر گمراه کننده
	استفاده از بازارهای زیرزمینی
	استفاده از تحقیق و توسعه فناوری
فروشگاه‌های مجازی و تبادلات زیرزمینی	استفاده از تبلیغات ناشناس
	استفاده از انجمن‌ها و گروه‌های مخفی
	تغییر جزئیات کالا و توصیف محصول
	استفاده از کلمات کلیدی و عبارات مشابه
	استفاده از روش‌های تقلبی در ارسال کالا
	استفاده از فروشگاه‌های مجازی متقلب
	استفاده از فرصت‌های گروهی
	استفاده از فروشندگان محصولات عمومی برای فروش سلاح گرم

استفاده از کلمات کلیدی مبهم	
استفاده از فروشگاه‌های آنلاین متناوب	
ایجاد سایت یا فروشگاه آنلاین در کشورهای همسایه	
استفاده از کشورهای همسایه	

شاخص‌های پژوهش پالایش، گاه برخی از آنها ترکیب یا تجزیه و بعد از شناسایی مجموعه ای از شاخص و پالایش آن‌ها، مولفه‌های پژوهش شناسایی شدند که منبع اصلی تشکیل مدل مفهومی بودند. برای گردآوری اطلاعات و داده‌های پژوهش، از اینترنت به صورت وبگردی و از شبکه‌های مجازی به صورت صفحه‌گردی و جستجو استفاده شده است. در نهایت، پس از بررسی‌های کامل وبسایت‌ها، شبکه‌های اجتماعی و غیره، شگردها و روش‌های خرید و فروش سلاح گرم در فضای مجازی به شرح نمودار ۱ دسته‌بندی شده است.



۴- نتیجه گیری

در دنیای امروز با پیشرفت فناوری و ارتباطات، فضای مجازی به عنوان یک زمینه بسیار مهم و پررونق برای ارتباطات و تعاملات انسانی شناخته می شود. این فضا، امکان خرید و فروش اجناس و محصولات را به روش های مختلفی فراهم کرده است. همچنین، این فضا مشکلاتی نیز در بردارد که ممکن است نیاز به تنظیم قوانین و محدودیت ها داشته باشد. یکی از مواردی که قابلیت محدودیت یا ممنوعیت در فضای مجازی را دارد، خرید و فروش برخی از سلاح گرم است. بحث پیرامون خرید و فروش سلاح گرم در فضای مجازی به چالش ها و دغدغه های مختلفی مربوط می شود. یکی از دلایل اصلی برای ممنوعیت یا محدودیت خرید و فروش برخی سلاح گرم در فضای مجازی، حفظ امنیت و عدالت است. به دلیل ناشناس بودن فعالان در فضای مجازی، امکان خرید و فروش سلاح ها و مهمات نظامی و حتی اطلاعات شخصی مسروقه به سادگی فراهم می شود. این امر می تواند منجر به تهدید امنیت عمومی و حقوق افراد گردد؛ بنابراین، قوانین و محدودیت هایی برای خرید و فروش برخی سلاح گرم در فضای مجازی تصویب شده است. در همین راستا، پژوهش حاضر با هدف شناسایی شیوه و شگرد خرید و فروش سلاح گرم در بستر فضای مجازی انجام شد.

در پاسخ به این سؤال که «شیوه ها و شگردهای خرید و فروش سلاح گرم در فضای مجازی چگونه است؟»، نتایج پژوهش نشان داد که در خصوص شیوه ها و شگردهای خرید و فروش سلاح گرم در فضای مجازی، تعداد ۲۸ کد شناسایی و دسته بندی شدند که مهم ترین آن ها عبارت اند از: ارتباطات رمز شده، استفاده از کدنویسی و رمزگشایی، شناسایی روش های عدم شناسایی، استفاده از آدرس های IP ناشناس، استفاده از فناوری های مبتکرانه، استفاده از هویت شناسایی مجازی، استفاده از شبکه های غیرقابل ردیابی، استفاده از شبکه های اجتماعی مخفی، استفاده از پیام های خصوصی، همکاری با پلتفرم های آنلاین، استفاده از پروفایل های جعلی، استفاده از فروشندگان واسط، استفاده از کانال های ارتباطی غیرمتعارف، استفاده از روش های فیلترینگ محتوا، استفاده از تصاویر گمراه کننده، استفاده

از بازارهای زیرزمینی، استفاده از تحقیق و توسعه فناوری، استفاده از تبلیغات ناشناس، استفاده از انجمن‌ها و گروه‌های مخفی، تغییر جزئیات کالا و توصیف محصول، استفاده از کلمات کلیدی و عبارات مشابه، استفاده از روش‌های تقلبی در ارسال کالا، استفاده از فروشگاه‌های مجازی متقلب، استفاده از فرصت‌های گروهی، استفاده از فروشندگان محصولات عمومی برای فروش سلاح گرم، استفاده از کلمات کلیدی مبهم، استفاده از فروشگاه‌های آنلاین متناوب، ایجاد سایت یا فروشگاه آنلاین در کشورهای همسایه.

در خصوص سؤال دوم پژوهش مبنی بر چگونگی نحوه ثبت و سفارش برای تهیه سلاح گرم در فضای مجازی، یافته‌های تحقیق نشان داد که نحوه ثبت و سفارش برای تهیه سلاح گرم در فضای مجازی انواع زیادی دارد و کانال‌های سفارش‌گیرنده خرید و فروش سلاح گرم در فضای مجازی بسیار زیاد می‌باشند. فقط کافی است که در هر یک از این فضاها واژه سلاح به صورت پیوسته و یا مستقل جست‌وجو شود تا نتایج نمایان گردد. همچنین نحوه پرداخت اینترنتی و شیوه‌های کلاهبرداری خرید و فروش سلاح گرم در فضای مجازی به صورت روش‌های پرداخت ناشناس، استفاده از حساب‌های جعلی، استفاده از ارز دیجیتال و غیره است.

در کنار حفظ امنیت، محدودیت خرید و فروش سلاح گرم در فضای مجازی نیز به منظور حفظ حقوق مصرف‌کنندگان و جلوگیری از تقلب و خرید اقلام جعلی و نقص‌دار به وجود آمده است. بدون وجود محدودیت‌های مناسب، افراد ممکن است قربانی تقلب و کلاهبرداری شوند و محصولات بی‌کیفیت و غیراصولی را به دست بیاورند. در اینجا نقش قوانین و مقررات به منظور ایجاد اطمینان در معاملات و حفظ حقوق مصرف‌کنندگان بسیار حائز اهمیت است. با توجه به نقاط قوت و ضعف خرید و فروش سلاح گرم در فضای مجازی، می‌توان نتیجه گرفت که تنظیم قوانین و محدودیت‌های متناسب با نیازهای جامعه و همچنین اعمال نظارت و کنترل مؤثر، امری ضروری است. هدف اصلی این تدابیر، حفظ امنیت، عدالت و حقوق مصرف‌کنندگان است. با تعیین قوانین مناسب و اجرای مؤثر آن‌ها، امکان خرید و فروش سلاح‌های شکاری دارای مجوز در فضای مجازی به شیوه‌ای قانونی

و مطمئن فراهم می‌شود و مشکلات احتمالی را کاهش می‌دهد. البته، در تدابیر قانونی باید به حفظ حقوق شخصیت و آزادی عمومی نیز توجه کرد تا جامعه بهره‌وری مطلوب را از فضای مجازی داشته باشد. خرید و فروش سلاح گرم در فضای مجازی یکی از فعالیت‌های رایج که با پیشرفت فناوری و ارتباطات، رونق بیشتری پیدا کرده است، اما برخی کشورها و سازمان‌ها قوانینی را برای ممنوعیت یا محدودیت خرید و فروش برخی از سلاح گرم در فضای مجازی تصویب کرده‌اند. این قوانین ممکن است برای محافظت از حقوق مصرف‌کنندگان، کنترل قاچاق کالاها یا حفظ امنیت عمومی به‌وجود آمده باشند.

پیشنهاد

در راستای محدودیت و کنترل خرید و فروش در فضای مجازی، می‌توان پیشنهادهای کاربردی زیر را در جلوگیری از نحوه ثبت و سفارش سلاح، پیشگیری از فعالیت کانال‌های ارتباطی و جلوگیری از کلاهبرداری مطرح کرد:

- همکاری بین نهادها: برای موفقیت در کنترل خرید و فروش وسایل ممنوع در فضای مجازی، همکاری و هماهنگی بین نهادها و سازمان‌های مختلف ضروری که شامل نهادهای امنیتی، مراجع قضایی، سازمان‌های مربوط به حمایت از مصرف‌کنندگان و سایر نهادهای ذی‌صلاح است.

- افزایش همکاری بین کشورها: معمولاً فعالیت‌های غیرقانونی در فضای مجازی از سراسر جهان انجام می‌شود. بنابراین، افزایش همکاری بین کشورها به‌منظور تبادل اطلاعات، تجربیات و همچنین تعقیب فعالیت‌های مشکوک بین‌المللی اهمیت دارد.

- تشویق به گزارش‌دهی: افراد می‌توانند در تشخیص فعالیت‌های غیرمجاز کمک کنند. بنابراین، تشویق به گزارش‌دهی از فعالیت‌های مشکوک و ممنوع به اجرای اقدامات قانونی کمک می‌کند و نقض‌کنندگان را ترغیب به ترک این عملکرد ناقض می‌کند.

- تعیین مسئولیت‌های قانونی: وضوح مسئولیت‌های قانونی مربوط به خریداران، فروشندگان و پلتفرم‌های آنلاین در مورد وسایل ممنوع اهمیت دارد. این تدابیر می‌توانند به افزایش اعتماد مصرف‌کنندگان و کاهش فعالیت‌های غیرقانونی کمک کنند.

- تقویت نظارت و کنترل: برای جلوگیری از فعالیت‌های غیرقانونی و خرید و فروش وسایل ممنوع در فضای مجازی، نیاز به تقویت نظارت و کنترل از سوی مراجع ذیصلاح است. این اقدام می‌تواند شامل بررسی و تعقیب فعالیت‌های مشکوک، ایجاد مراکز گزارش‌دهی و مشارکت جامعه و اعمال تنبیهات قانونی برای نقض‌کنندگان قوانین باشد.

- توسعه فناوری‌های تشخیصی: استفاده از فناوری‌های تشخیصی مانند هوش مصنوعی و الگوریتم‌های هوشمند در فضای مجازی می‌تواند به شناسایی و سانسور خودکار فعالیت‌های غیرقانونی کمک کند. با ایجاد سیستم‌های خودکار برای تشخیص وسایل ممنوع و مشکوک، میزان تقلب و سوءاستفاده کاهش می‌یابد.

- همکاری با پلتفرم‌های آنلاین: همکاری با پلتفرم‌های آنلاین و وبسایت‌های فروشگاهی نیز اهمیت بالایی دارد. تنظیم قوانین دقیق‌تر و همکاری با این پلتفرم‌ها به منظور جلوگیری از فروش وسایل ممنوع و بی‌کیفیت در فضای مجازی از اهمیت بالایی برخوردار است.

- روشن نمودن تبلیغات مشکوک: تبلیغات نامناسب و مشکوک در فضای مجازی می‌تواند به فروش وسایل ممنوع کمک کند. تعیین قوانین صریح و مدیریت تبلیغات به گونه‌ای که تبلیغ‌های مشکوک و مغلوب بر قوانین از محیط‌ها و پلتفرم‌ها حذف شوند، اهمیت دارد.

- ایجاد سامانه‌های اعتبارسنجی: ایجاد سامانه‌های اعتبارسنجی در پلتفرم‌های آنلاین و بازارهای مجازی می‌تواند به تأیید هویت و معتبر بودن فروشندگان و خریداران کمک کند. این اقدام می‌تواند در ایجاد اعتماد و جلوگیری از کلاهبرداری و تقلب مؤثر باشد.

- آموزش و افزایش آگاهی عمومی: افزایش آگاهی عمومی درباره خطرات خرید و فروش وسایل غیرقانونی و ممنوع در فضای مجازی می‌تواند مؤثر باشد. با اطلاع‌رسانی مناسب، ضمن آگاهی مردم به خطرات احتمالی، از انجام فعالیت‌های غیرمجاز خودداری می‌ورزند.

- ترویج استفاده از پلتفرم‌های معتبر: ترویج استفاده از پلتفرم‌های معتبر و قانونی برای خرید و فروش محصولات در فضای مجازی می‌تواند ضمن کاهش خطرات فروش وسایل ممنوع، این اطمینان حاصل شود که کاربران با اعتماد به پلتفرم‌های امن و قابل اعتماد معامله می‌کنند.

- تعیین مسئولیت‌های قانونی: تعیین وضوح درباره مسئولیت‌های قانونی مربوط به خریداران، فروشندگان و پلتفرم‌های آنلاین در مورد وسایل ممنوع اهمیت دارد. این تدابیر می‌تواند به افزایش اعتماد مصرف‌کنندگان و کاهش فعالیت‌های غیرقانونی کمک کند.
- تشدید جرم‌شناسی دیجیتال: تشدید جرم‌شناسی دیجیتال به‌منظور شناسایی، تعقیب و مجازات فردانی که در خرید و فروش وسایل ممنوع در فضای مجازی دخیل هستند، اهمیت دارد. تقویت قوانین و سیستم قضایی برای مقابله با جرائم دیجیتال می‌تواند ترسیم خطوط قانونی و جلوگیری از فعالیت‌های غیرمجاز را ترویج کند.
- توسعه راهکارهای پرداخت امن: ایجاد راهکارهای پرداخت امن و رمزنگاری قوی برای تراکنش‌های مالی در فضای مجازی می‌تواند از حملات سایبری و سرقت اطلاعات حساس جلوگیری کند. توسعه راهکارهایی مانند پرداخت امن با استفاده از فناوری بلاکچین می‌تواند امنیت تراکنش‌ها را تضمین کند.
- تحریم‌ها و جریمه‌های سخت: تحریم‌ها و جریمه‌های سخت برای فروشندگان و خریدارانی که در خرید و فروش وسایل ممنوع در فضای مجازی مشارکت می‌کنند، اهمیت دارد. این تدابیر قانونی می‌تواند از انگیزه‌های اقتصادی برای انجام فعالیت‌های غیرمجاز منعش کنند.
- بررسی روش‌های شناسایی خودکار وسایل ممنوع: پژوهش‌ها می‌توانند به بررسی روش‌ها و الگوریتم‌هایی که با استفاده از هوش مصنوعی، یادگیری ماشین و تحلیل داده‌ها، قادر به شناسایی خودکار وسایل ممنوع در فضای مجازی باشند، متمرکز شوند.
- بررسی الگوها و رویکردهای جدید کلاهبرداری: پژوهش‌ها می‌توانند به بررسی الگوها و روش‌های جدیدی که در فعالیت‌های کلاهبرداری در فضای مجازی استفاده می‌شوند، پردازند. این پژوهش‌ها می‌توانند با تحلیل دقیق رویکردها و شناسایی نقاط ضعف، راهکارهایی برای جلوگیری از این کلاهبرداری‌ها ارائه دهند.
- بررسی تأثیر استفاده از فناوری بلاک‌چین: پژوهش‌ها می‌توانند تأثیر استفاده از فناوری بلاک‌چین در کنترل و فیلتر کردن فروش وسایل ممنوع را بررسی کنند. بررسی امکان

استفاده از بلاک چین برای اعتبارسنجی و ثبت تراکنش‌های مجاز و ناشایست می‌تواند ایده‌های جدیدی را برای جلوگیری از فعالیت‌های غیرمجاز ارائه دهد.

- مطالعه تحولات قوانین و مقررات: پژوهش‌ها می‌توانند به مطالعه تحولات قوانین و مقررات مرتبط با خرید و فروش وسایل ممنوع در فضای مجازی بپردازند. این تحقیقات می‌توانند با بررسی اثربخشی و عواقب احتمالی قوانین و مقررات مختلف، راهکارهای بهبود و اصلاح آن‌ها را تدوین کنند.

- بررسی نقش فناوری‌های امنیتی: پژوهش‌ها می‌توانند به بررسی نقش واقعی و کارآمدی فناوری‌های امنیتی مانند تشخیص تقلب، ردیابی رفتارهای مشکوک و رمزنگاری در مقابل فعالیت‌های غیرمجاز در فضای مجازی بپردازند. این پژوهش‌ها می‌توانند بهبود و توسعه فناوری‌های امنیتی موجود را هدف قرار داده و راهکارهای نوینی را برای شناسایی و مقابله با تهدیدهای جدید ارائه دهند.

با اجرای پیشنهادهای کاربردی ارائه‌شده، می‌توان در جهت محدود کردن و کنترل خرید و فروش وسایل ممنوع در فضای مجازی تلاش کرد و بهبود امنیت و حقوق مصرف‌کنندگان را تضمین کرد، البته این تدابیر نیازمند همکاری مستمر بین نهادها، سازمان‌ها، توسعه‌دهندگان فناوری و به‌طورکلی جامعه است.

فهرست منابع و مآخذ

الف. منابع فارسی

- افشار، اکبر (۱۳۹۸). *قاجاق کالا در جهان*. تهران: انتشار خرد پژوهان.
- - اله یاری؛ طلعت و مجیدی پرست، سجاد (۱۳۹۳). *گونه شناسی باندهای جرم و فساد در فضای مجازی*. پژوهشنامه مددکاری اجتماعی، سال اول، شماره ۲، ۱۴۵-۱۶۵.
- https://rjsw.atu.ac.ir/article_1526.html
- پناهی، حمید؛ قربانی، ابراهیم؛ پورمنافی، ابوالفضل و قلیزادگان، فرزین (تابستان ۱۴۰۰). *بازی های رایانه ای و ارتکاب جرائم علیه امنیت داخلی*. فصلنامه علمی امنیت ملی. سال ۱۱، شماره ۳۹، ۳۷۶-۳۴۵.
- https://ns.sndu.ac.ir/article_1397.html
- - جعفری لنگرودی، محمد جعفر (۱۳۹۶). *ترمینولوژی حقوق*. تهران: انتشارات گنج دانش، چاپ دوم.
- - جعفری، قدرت (۱۴۰۱). *بررسی شیوه های نوین اطلاعاتی در مبارزه با قاجاق سلاح و مهمات شکاری به داخل کشور (مورد مطالعه: آذربایجان غربی)*. پایان نامه کارشناسی ارشد دانشکده علوم و فنون اطلاعات و آگاهی دانشگاه علوم انتظامی امین.
- - جیشانکار، کی (۱۳۹۴). *جرم شناسی فضای مجازی* (حمیدرضا ملک محمدی، مترجم). چاپ اول. تهران: میزان.
- - داودی دهقانی، ابراهیم (۱۳۹۸). *موانع اساسی تحقق پیشگیری از جرائم سایبر، پژوهشنامه نظم و امنیت انتظامی*، سال ۱۲، شماره ۴۶، ۸۲-۵۳. <https://www.sid.ir/paper/358115/fa>
- - زارعیان، عباس (۱۳۸۲). *تحلیل جامعه شناسی پیامدهای اینترنت بر هویت اجتماعی دانشجویان*. اصفهان: دانشگاه اصفهان.
- - ساروخانی، باقر (۱۳۸۳). *اقناع، غایت ارتباطات، نامه علوم اجتماعی*، شماره ۲۳، ۹۳-۱۱۵.
- - سیاح طاهری، محمدحسین (۱۳۹۵). *حقیقت مجازی (درباره فضای مجازی چه بدانیم و چه بگوییم؟)*. قم: موسسه فرهنگی و اطلاع رسانی تبیان.
- - علیوردی نیا، فرزانه (۱۳۸۷). *نقش اینترنت در ایجاد جرم در جوانان شهر همدان*، پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد تهران مرکز.
- - غلامی، نبی اله (تابستان ۱۳۹۶). *سازوکارهای پیشگیری وضعی از قاجاق اسلحه در مناطق مرزی (مطالعه موردی؛ مرز شیخ صله)*. پژوهشنامه مطالعات مرزی، دوره ۶، شماره ۲، ۱-۲۰. قابل بازیابی از: <https://www.sid.ir/paper/507810/fa>

- قربانی، ابراهیم؛ جوانمرد، محمد و ابراهیمی، علی (پاییز ۱۳۹۶). بررسی نقش فضای مجازی در افزایش ورود کالای قاچاق از مرزها (مورد مطالعه: شهرستان مرزی ارومیه). فصلنامه علوم و فنون مرزی. سال ۶، شماره ۳، ۳۱-۵۶. http://bst.jrl.police.ir/article_18510.html
- کهنوند، محمد (۱۳۹۵). شبکه عنکبوتی، قم: انتشارات ذکری،
- گیل، دیوید و ادفر بریجت (۱۳۸۴)، الفبای ارتباطات (رامین کریمیان و همکاران، مترجمان). تهران: مرکز تحقیقات و مطالعات رسانه‌ها.
- معین، محمد (۱۳۷۳). فرهنگ فارسی معین. جلد دوم. تهران: موسسه انتشارات امیرکبیر (چاپ پنجم).
- منتظر قائم، مهدی (۱۳۸۱). دموکراسی دیجیتال و حکومت الکترونیکی: سیاست و حکومت در عصر تکنولوژی های اطلاعاتی و ارتباطی، نامه علوم اجتماعی، دوره ۱۹، شماره ۴۴۶، ۲۲۷-۲۵۹. https://jnoe.ut.ac.ir/article_10529.html
- نجارزاده، محمدرضا (۱۳۹۷). علل گرایش مجرمین به به‌کارگیری سلاح گرم (مطالعه موردی: جنوب استان کرمان). پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته کشف جرائم. دانشکده علوم و فنون اطلاعات و آگاهی دانشگاه علوم انتظامی امین.

ب. منابع انگلیسی

- Chang, Lennon YC, Zhong, Lena Y, & Grabosky, Peter N. (2018). **Citizen co- production of cyber security: Self-help, vigilantes, and cybercrime.** Regulation & Governance, 12(1), 101-114.
- - Harkin, Diarmaid & Molnar, Adam (2023). **Exploring the social implications of buying and selling cyber security**, Crime, Law and Social Change volume 79, pages83-100.
- - INTERPOL (2019). **Education For Justice University, Module Series Fire Arms.** United Nation's Office On Drugs And Crime. <https://www.unodc.org/e4j/en/tertiary/firearms.html>
- - United Nations Office On Drugs And Crime (UNODC) (2020). **Global Study on Firearms Trafficking**