

Криминалистическая диагностика признаков мошенничества на основе комплексного анализа рекламного сообщения

Бесолова Мадина Георгиевна

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Юридический факультет, Кафедра криминалистики, Москва, Россия

E-mail: madina.besolova2016@yandex.ru

Реклама в современных условиях становится не просто способом информирования потенциальных потребителей, а эффективным инструментом манипулятивного воздействия, используемым мошенниками для поиска жертв, а также формирования у них необходимого эмоционального состояния, побуждающего к передаче имущества или денежных средств. Особую актуальность данное направление приобретает в контексте противодействия мошенничеству, поскольку данная категория преступлений в настоящих условиях все чаще совершается с использованием инструментов массовой коммуникации.

Доклад посвящен исследованию возможностей криминалистической диагностики мошенничества на основе анализа признаков рекламного сообщения. Отмечается, что рекламная коммуникация, выступая первичным элементом большинства мошеннических схем, содержит совокупность криминалистически значимых признаков, позволяющих диагностировать противоправный характер деятельности. В работе рассматриваются лингвистические, визуальные, технические, экономические и коммуникативные признаки рекламных сообщений, указывающие на вероятное мошенничество, а также предлагается алгоритм их комплексного анализа. Особое внимание уделяется проблеме отсутствия единой методики диагностики мошеннических рекламных сообщений в современной криминалистике и обосновывается необходимость ее разработки для повышения эффективности выявления и пресечения преступлений данной категории.

Актуальность темы обусловлена: во-первых, неблагоприятной динамикой преступлений в сфере мошенничества. По данным верификатора Fraudscore, доля мошеннического трафика в интернет-рекламе (fraud) в России и странах СНГ составила 41,5% в 2024 году, что подтверждает значительный прирост преступлений в данной сфере[1]. Во-вторых, несмотря на активное развитие криминалистической диагностики как научного направления, ее теоретические основания до настоящего времени нельзя признать окончательно сформированными. Как справедливо отмечают К.И. Бринев и М.Г. Куликова, в современной практике наблюдается несоответствие диагностических комплексов теории криминалистической диагностики, которая основана на научном принципе получения знания об одних фактах на основании знаний о других[2]. И.В. Латышов, исследуя методологическую природу криминалистической диагностики, указывает на необходимость «консолидации» положений теории криминалистической диагностики с иными областями знания для создания фундамента научных основ диагностических исследований[3]. Это значимо в том числе применительно к диагностике мошенничества, где объектом анализа выступают сложные семиотические системы, например рекламные сообщения.

Объектом исследования выступают закономерности отражения признаков мошеннической деятельности в рекламных коммуникациях. Предметом – система криминалистически значимых признаков рекламного сообщения, указывающих на вероятный мошеннический характер деятельности рекламодателя, и методы их комплексного анализа в целях диагностики преступления.

Цель настоящего исследования – проанализировать систему криминалистически значимых признаков рекламного сообщения для разработки алгоритма диагностики мошеннической деятельности.

Для достижения поставленной цели необходимо выполнить следующие задачи:

- 1) Выявить систему признаков рекламного сообщения, указывающую на их потенциальный мошеннический характер;
- 2) Классифицировать указанные признаки по группам (лингвистические, визуальные, технические, экономические, коммуникативные);
- 3) Предложить алгоритм комплексного анализа рекламного сообщения для выявления признаков мошенничества.

Источники и литература

- 1) 1. Бордюг Т., Хилько В. Россия в фродовых муках: кипрская Fraudscore посчитала, что почти половина российской интернет-рекламы тонет в невалидном трафике [Электронный ресурс] // ADPASS. 2025. URL: <https://adpass.ru/moshennicheskij-trafik-v-internet-reklame-v-rossii-i-sng/> (дата обращения: 02.03.2026).
- 2) 2. Бринев К. И., Куликова М. Г. О криминалистических диагностических комплексах в судебной лингвистической экспертизе //Юрислингвистика. – 2024. – №. 34 (45). – С. 63-70.
- 3) 3. Латышов И. В. Понятие судебно-баллистической диагностики //Юридическая наука и правоохранительная практика. – 2015. – №. 1 (31). – С. 160-169.