

года. – СПб. : Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики, 2016. – С. 24-40.

3. Бондаренко, Е. Справочно-библиографическое обслуживание в виртуальной среде [Текст] / Е. Бондаренко, А. Дикая // Наука и инновации. – 2020. – Т. 211. – № 9. – С. 82-83.

4. Жабко, Е. Д. Справочное обслуживание в сетевой среде – от локального обслуживания к национальным корпоративным службам [Текст] / Е. Д. Жабко // Библиотечные компьютерные сети: Россия и Запад. – М., 2003. – Вып. 2. – С. 147-158.

5. Разработка и внедрение виртуальных сервисов [Текст] : методическое пособие / Национальная библиотека Беларуси. – Мн. : НББ, 2010. – 64 с.

6. Сивуров, Д. В. Автоматизированная информационная система ГУ «Республиканская научная медицинская библиотека» в информационном обеспечении отрасли здравоохранения Республики Беларусь [Текст] / Д. В. Сивуров, О. А. Лаппо // Научные библиотеки в информационном обществе: характер деятельности и пути развития : Посвящается 95-летию Республиканского медицинского библиотечно-информационного центра Минздрава Республики Татарстан. – Казань : Медицина, 2016. – С. 86-94.

Гладырева Н.А., магистрант  
дневной формы обучения

Научный руководитель – Мотульский Р.С.,  
доктор педагогических наук, профессор

**ПРОТИВОДЕЙСТВУЮЩИЙ МАРКЕТИНГ:  
ТЕРРОРИЗМ И ЭКСТРЕМИЗМ В СЕТИ**

Основой функционирования маркетинга любого вида является тип спроса, который определяет характер последующих действий. Например, если говорить о развивающем маркетинге, то соответствующий ему тип спроса – скрытый. Конверсионный – отрицательный. Синхромаркетинг – колеблющийся. Демаркетинг – чрезмерный. В контексте данной работы, нас интересует именно противодействующий маркетинг, тип спроса для которого – иррациональный [8].

Его можно определить, как «ситуацию, когда удовлетворение потребностей одних групп потребителей, вызывает серьезное противодействие со стороны других граждан, общественных организаций и правительственных учреждений» [2]. Основой иррационального спроса являются «психологические механизмы, лишь косвенно связанные с трезвым расчётом». Товарами здесь могут выступать: алкоголь, табак, наркотики, оружие, порнография, терроризм, экстремизм, различные религиозные, политические и прочие идеи [6].

Некоторые из них находятся в свободной продаже (алкоголь и табак). Однако большинство из названных товаров распространяются нелегально, в современных условиях, прежде всего, с помощью Интернета. Кроме очевидной попытки обойти законодательство, многие особенности, которыми обладает Всемирная Сеть, становятся несомненными плюсами для нелегальной и преступной деятельности. Например, общение вне территориальных границ и временных рамок; возможность совершать покупки, проводить платежи, не выходя из дома; оперативность получения и передачи информации; невидимость субъекта коммуникации; анонимность; слабая регламентированность социальных норм поведения; разнообразие среды общения, различных видов деятельности, способов самопрезентации [1, с. 162-169].

А.Ю. Дроздов также выделяет следующие особенности Всемирной Сети: глобальность (предоставляет немедленный доступ к информации со

всего мира), децентрализованность (отсутствие контроля, который существует в других СМИ – телевидение, радио и др.), открытость (имеет низкие барьеры к доступу), безграничность (имеет неограниченную возможность держать информацию), интерактивность (позволяет осуществлять общение одного человека с другим, или же общение одного человека со многими людьми), подконтрольность пользователю (пользователь может контролировать, какая информация достигает его компьютера и какая информация выходит из его компьютера) [3].

Так образом, благодаря вышеперечисленным особенностям, Интернет становится весьма плодотворной и удобной площадкой для осуществления преступной деятельности. Кроме того, использование Всемирной Сети для экстремистских действий обусловлено следующими параметрами: простота регистрации на различных сайтах, а также в социальных сетях; низкая стоимость создания средств информационного противоборства; избавление от традиционных границ государства при подготовке и ведении информационных операций, затруднение в определении их начала [7].

Существует достаточно количество методов, посредством которых Всемирная Сеть может использоваться в террористических и экстремистских целях. Среди них: пропаганда (подстрекательство, агитация, реклама); вербовка (установления отношений с теми, кто подвергается пропаганде); радикализация; финансирование; обучение; планирование, а также кибератаки. Зачастую в преступной деятельности используется совокупность нескольких методов, где каждый является важным элементом в общей цепочке. Успех одного шага может зависеть от предыдущего. Радикализация относится прежде всего к идеологической обработке жертвы. Однако этот процесс может включать в себя также и пропаганду [4, с. 17-22].

В качестве примера можно привести одну из самых «нашумевших и удачных» пропаганд самоубийства в Интернете под названием «Синий Кит».

16 мая 2016 года в «Новой газете» была опубликована статья Галины Мурсалиевой «Группы смерти», которая за две недели собрала более чем 2 миллиона просмотров (по состоянию на 10 марта 2022 года количество просмотров составляет 3.587.002). В момент публикации количество совершённых самоубийств составляло более чем 130 летальных случаев.

«Синий Кит» – смертельно опасная игра, в финале которой дети / подростки совершают самоубийство. Вариаций названия достаточно количество. Самыми «громкими» из них являются: «Киты плывут вверх», «Разбуди меня в 4.20», «f 57» или «f 58», «Тихий дом», «Море китов», «Дом китов», «50 дней до моего...», «Беги или умри!», «Млечный путь» и прочие. Суть игры достаточно проста. Пользователь социальной сети должен добавить к себе на стену запись, которая бы содержала хештеги: #синийкит, #млечныйпут, #хочувигру, #хочуиграть, #тихийдом, #4:20. После чего ему пишет куратор «Синего Кита» и выясняет причину суицида и уверенность в принятом решении. Далее участнику игры начинают поступать задания (всего 50 штук). Их опасность и подтекст можно понять, если упомянуть одно из самых первых: вырезать лезвием на руке надпись «Синий Кит» либо же изображение самого кита. Финальное задание – совершить суицид. Конечно, не все участники соглашались на последний шаг, однако в этот момент детей начинали запугивать смертью его родных, ведь самые нужные данные (место жительства, состав семьи) кураторы выясняли ещё в самый первый день.

До того, как эта история приобрела известность, большой резонанс получил другой случай, который можно назвать предысторией «Синего Кита». В 2015 году в городе Уссурийск (Россия) под поезд бросилась 16-ти летняя девушка, страница которой была подписана как Рина Паленкова. Её

фотография, выложенная за день до смерти, набрала более чем 350 тысяч лайков, а также 11 тысяч репостов. На данный момент, фотография удалена из общего доступа социальной сети ВКонтакте, однако подпись под ней стала своеобразным лозунгом, который массово использовали группы смерти для привлечения внимания к себе, а именно: «Ня Пока». Несмотря на то, что на момент написания данной работы смерть Рины Паленковой произошла 7 лет назад, её имя и история до сих пор более чем активно существует в Сети. Например, при выполнении поиска с запросом «Рина Паленкова» в социальной сети ВКонтакте можно найти открытую группу, которая хоть и насчитывает всего 49 участников, однако последние записи на ней датируются 12/11 марта 2022 года.

Исходя из рассмотренных случаев, можно сделать вывод о том, что экстремистские и террористические действия в Интернете рассчитаны в большинстве случаев именно на подростков, воздействие на которых происходит значительно проще в силу возрастных психологических особенностей (личностная тревожность, фрустрация, агрессия, ригидность и пр.). Пропаганда, вербовка, подстрекательство происходит в социальных сетях, которые являются «мощнейшим интегративным ядром для молодого поколения, так и крупнейшими площадками в мире по распространению экстремизма» [5]. Профилактика терроризма и экстремизма в Сети может стать одним из важных направлений работы в области противодействующего маркетинга с учётом массовой глобализации и информатизации. Одним из эффективных инструментов в данной борьбе может стать библиотека, направления работы которой могут быть такие как, активное информирование населения об опасностях действий в Сети, обучение сетевой этике, проведение бесед с родителями.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Авдулова, Т.П. Психология подросткового возраста: учеб, пособие для студ. учреждений высшего образования / Т.П. Авдулова. — 2-е изд., стер. — М.: Издательский центр «Академия», 2014. — 240 с. — (Сер. Бакалавриат).
2. Бизнес. Толковый словарь / ред. С. Уильямс и др. 1998. — М.: «ИНФРА-М», Издательство «Весь Мир». — С. 134.
3. Дроздов, А.Ю. Социально-психологические аспекты влияния телевидения / Б.А. Грушин // Психологическая газета. — 1998. — № 10.
4. Использование Интернета в террористических целях [Электронный ресурс] / Управление Организации Объединённых Наций по наркотикам и преступности (Вена). — Нью-Йорк, 2013. — 164 с. — Режим доступа: [https://www.unodc.org/documents/terrorism/Publications/Use\\_of\\_Internet\\_for\\_Terrorist\\_Purposes/Use\\_of\\_the\\_internet\\_for\\_terrorist\\_purposes\\_Russian.pdf](https://www.unodc.org/documents/terrorism/Publications/Use_of_Internet_for_Terrorist_Purposes/Use_of_the_internet_for_terrorist_purposes_Russian.pdf). — Дата доступа: 12.03.2021.
5. Молодёжный экстремизм в социальных сетях: анализ основных трендов и мер противодействия [Электронный ресурс] / Е.В. Болдырев, Н.Н. Гонтаренко // Молодёжный экстремизм в социальных сетях. — № 2 (21). — 2020. — Режим доступа: <http://surl.li/bowfq>. — Дата доступа: 13.03.2021.
6. Рябикова, С.С. Значение стратегического управления для товаров иррационального спроса [Электронный ресурс] / С.С. Рябикова // Матер. конф. «Стратегия социально-ориентированного управления в рыночной экономике». — Брянск, 2009. — С. 82-85. — Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=23459006>. — Дата доступа: 03.01.2022.
7. Трубникова, А.М. Шепелев, О.Ю. Интернет как поле для информационного противоборства [Электронный ресурс] / А.М. Трубникова, О.Ю. Шепелев // ФГАОУ ВПО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина». — Режим

доступа: <https://scienceforum.ru/2015/article/2015009106>. – Дата доступа: 10.03.2021.

8. Федорова. О.Ю., Шустова, Я.И. современные виды маркетинга и их характеристика / О.Ю. Федорова, Я.И. Шустова // Научный форум с международным участием «Неделя науки СПбПУ». – Санкт-Петербург, 2015. – С. 252-255.

Глазкина О.А., студент 402 группы  
дневной формы обучения  
Научный руководитель – Гурченко А.И.,  
кандидат искусствоведения, доцент

## **ФЕСТИВАЛЬ КАК ИНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ ТЕРРИТОРИАЛЬНОГО БРЕНДИНГА (НА ПРИМЕРЕ Г. БОБРУЙСКА)**

На сегодняшний день мировое искусство довольно разнообразно и дифференцировано, направления которого приобрели аспект массовизации в различных сегментах арт-индустрии. Субъектам творческой деятельности предоставляется возможность самоактуализации задатков и талантов в различных массовых формах культурно-зрелищных программ: ярмарках, концертах, спектаклях, конкурсах, фестивалях и др. Фестиваль выступает наиболее популярной формой событийного маркетинга, кроме того, является эффективным инструментом брендинга территории.

Территориальный брендинг является наиболее актуальной частью маркетинга, способствующей повышению конкурентоспособности, привлечению потока туристов и новых жителей, созданию положительного образа города, региона, области и страны в целом. В