

Инфоцыганство: анализ феномена

Научный руководитель – Левкович Валерия Александровна

Плохих Дарья Романовна

Студент (бакалавр)

Донецкий государственный университет, Филологический факультет, Кафедра журналистики, Донецк, Россия
E-mail: dariaplohih26@gmail.com

Термин «инфоцыгане» возник в русскоязычном интернете как уничижительное обозначение людей, которые занимаются распространением недостоверной информации с целью получения выгоды (денег, популярности). В основе лежит игра слов, где «цыгане» ассоциируются с обманщиками, а приставка «инфо-» указывает на сферу деятельности – информацию.

Термин стал популярным в 2010-х годах, когда увеличилось количество блогеров, инфлюенсеров и различных интернет-персонажей, предлагающих своим подписчикам сомнительные товары, курсы, тренинги или псевдоэкспертные советы. Часто подобные компании используют агрессивный маркетинг, манипулятивные техники для привлечения аудитории другие методы, которые ниже кратко рассмотрим.

«В 2022 году только российский сегмент 9 самых популярных коучей-инфоцыган оценивался в 4,2 млрд (рост по сравнению с 2021 годом составил 24 %). В 2021 году каждый пятый опрошенный россиянин (23%) верил, что различные тренинги и марафоны желаний могут помочь добиться осуществления желаемого».

1. Агрессивный маркетинг заключается в обещании легкой и быстрой выгоды. Этому явлению присущи яркие заголовки и упор на скорость, то есть «только сегодня и только сейчас закажите со скидкой», «молниеносный результат без усилий», «способ только для избранных».

2. Мотивационный аспект выше опыта. Преобладание историй успеха совершенно незнакомых немедийных людей, которые в кратких видеовизитках в рамках рекламного ролика делятся своими «волшебными результатами». Подобные истории нередко оказываются выдуманными, так как аудитория не желает перепроверять информацию из-за отсутствия критического мышления или слепой веры только лишь в мотивацию.

3. Создание эффекта дефицита у аудитории. Чтобы не было возможности задействовать полноценно критическое мышление, инфоцыгане добавляют фразы срочности, то есть «в течение часа действует скидка», «только сейчас закажи один и получи два по цене одного», «количество мест ограничено».

4. Завышение цены на бесплатную информацию. Сообщения, за которые приходится платить, воспринимаются более серьезно, значимо. Однако если обратить внимание на содержательный компонент инфоцыганских курсов и других мероприятий, то заметим, что вся подобная информация есть в открытом доступе в Сети. Таким образом, ценность близка к нулю. Специалисты в области агрессивного продвижения умело переупаковывают бесплатные знания и выдают их за «секретный эликсир счастья».

5. Культ личности лидера. Лицо данной компании зачастую представляет из себя гуру или просветленного человека, избранного, которому открылся какой-то секрет или методика и он готов делиться ею с другими только на обозначенном курсе. Они могут активно демонстрировать свой «успешный» образ жизни, чтобы убедить потенциальных клиентов в своей компетентности.

6. Манипулятивные техники. Использование манипулятивных составляющих можно наблюдать не только в процессе рекламного продвижения, когда происходит набор на курс, но и в период «обучения». Сюда относят техники, направленные на вызывание эмоционального компонента у человека, чтобы отвлечь от рационального.

Критики этого явления указывают на то, что инфоцыгане эксплуатируют неосведомленность своих подписчиков, предлагая им неэффективные продукты или услуги под видом решения их проблем. Например, это могут быть псевдонаучные методики похудения, финансовые пирамиды, обещания быстрого обогащения без усилий и т.д.

Результаты исследования в материале А.В. Лапшина, указывают, что молодежная аудитория понимает угрозу со стороны инфоцыганства, но не всегда может её различить.

«Краткий вывод исследователей: респонденты имеют представление о данном феномене и воспринимают его негативно. По мнению опрошенных, он крайне распространен и никак не регулируется со стороны государства. В качестве основного примера приводились всевозможные онлайн-курсы, не дающие реальных знаний, умений, навыков, не подкрепленные официальными документами и стандартами. При этом опрошенные подчеркивают положительное значение дистанционного образования, когда оно служит целям формирования компетенций, а не выманивания денег» [1].

В современном информационном обществе термин продолжает оставаться актуальным, так как количество недобросовестных инфобизнесменов растет вместе с развитием интернета и социальных сетей. Инфоцыганство становится одной из форм мошенничества, которая требует осознания со стороны потребителей контента.

«Депутат Государственной Думы Б. Чернышев предложил определить порядок лицензирования бизнес-тренингов и курсов личностного развития, чтобы оградить от аферистов в этой сфере. Для получения лицензии, предполагает Чернышев, нужно не только наличие личных заявлений, но и достоверные данные (о посещении образовательных организаций) и документы (диплом об образовании, документ, свидетельствующий о прохождении аттестации, удостоверение о повышении квалификации), которые подтверждали бы компетентность человека в образовательной сфере. Если это личная, самостоятельно разработанная методика, то она должна быть утверждённой, апробированной Министерством образования» [3].

Проблема инфоцыганства заключается не только в финансовых потерях пользователей, но и в разрушении доверия к экспертам и специалистам в разных областях. Это может привести к тому, что люди перестанут обращаться за помощью к профессионалам, предпочитая следовать советам сомнительных источников. Регулирование сферы остается сложным из-за анонимности в Сети и трансграничного характера интернета.

Источники и литература

- 1) Лапшин А.В. Культурно-ценностный потенциал студенческой молодежи как фактор отказа или принятия девиантных и (или) маргинальных стратегий жизненного развития // Знание. Понимание. Умение. 2024. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kulturno-tsennostnyy-potentsial-studencheskoy-molodezhi-kak-faktor-otkaza-ili-prinyatiya-deviantnyh-i-ili-marginalnyh-strategiy> (дата обращения: 11.02.2025).
- 2) Маркеева А.В. Программы эмоционального благополучия сотрудников через призму трансформаций современного капитализма // Теория и практика общественного развития. 2023. №8 (184). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/programmy-emotionalnogo-blagopoluchiya-sotrudnikov-cherez-prizmu-transformatsiy-sovremennogo-kapitalizma> (дата обращения: 11.02.2025).

- 3) Олефирова А.В., Рокутова Е.А. Инфоцыганство как явление в интернет-пространстве // Вестник науки. 2022. №6 (51). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/infotsyganstvo-kak-yavlenie-v-internet-prostranstve> (дата обращения: 11.02.2025).