

УДК 316

М.В. Курдакова

Социальный феномен «инфоцыганства»: новые риски в эпоху «цифры»

Аннотация:

В современной социокультурной реальности, где интернет и социальные сети играют ключевую роль в распространении информации, возникает социальный феномен инфоцыганства. В статье рассмотрены основные параметры инфоцыганства, выделены стратегические приемы и практики инфоцыган, причиняющие серьезный ущерб отдельным потребителям информационного контента и несущие угрозы для общества в целом. Сделан вывод о необходимости выработки методов борьбы с инфоцыганами, потребности в формировании более прозрачной и этичной информационной среды.

Ключевые слова: инфоцыганство, интернет-мошенничество, социальные сети, интернет, инфобизнес, манипулятивные практики, цифровизация, цифровое общество.

Об авторе: Курдакова Мария Валерьевна, Государственный университет «Дубна», студент кафедры социологии и гуманитарных наук; эл. почта: maryakurdakova173@gmail.com

Научный руководитель: Король Марина Петровна, Государственный университет «Дубна», кандидат философских наук, доцент кафедры социологии и гуманитарных наук; эл. почта: marina.koro14@gmail.com

Современное общество характеризуется распространением цифровых технологий, изменением способов хранения, передачи и обработки данных. Значимую роль начинают играть интернет, технологии больших данных и искусственного интеллекта. Эти достижения затрагивают каждую сферу общественной жизни, включая образование и бизнес [12, с. 3]. Однако воздействие этих инноваций имеет диалектический характер. К позитивным сторонам процесса цифровизации следует отнести формирование новых инструментов для самовыражения и коммуникации в киберпространстве [21].

Современные технологии изменили способы общения – теперь люди могут видеть друг друга в режиме видеосвязи, находясь на разных континентах. Это разрушает географические границы и делает общение более доступным и разнообразным. Социальные сети и интернет-контент предоставляют платформу для массовой публикации идей, однако анонимность в этом пространстве существенно изменила роль традиционных СМИ, которые утратили монополию на распространение информации [1].

Цифровизация облегчила процесс обмена файлами, позволяя пользователям передавать данные на большие расстояния с минимальными усилиями. Это открывает новые горизонты для совместной работы и обмена знаниями. В экономическом плане компьютеризация способствовала росту многих стран, где внедрение робототехники, искусственного интеллекта и самообучающихся нейросетей существенно сократило временные затраты и повысило эффективность производства [16].

Интернет стал важной частью бизнеса, что дало возможность каждой корпорации иметь собственный сайт и осуществлять продажи в режиме онлайн. Это привело к удобству совершения покупок, где потребители могут оплачивать товары безналичным способом [2]. Расширение пространства удаленной работы стало важным аспектом, позволяющим сэкономить время и исключить транспортные расходы, что положительно сказывается как на личной жизни работников, так и на экономике в целом. Таким образом, внедрение цифровых технологий приносит множество выгод, трансформируя общество и создавая новые возможности для взаимодействия и осуществления деловых процессов [5].

Помимо этого, в последние годы наблюдается значительный рост числа фрилансеров – самозанятых работников, оказывающих услуги в сети Интернет [22, с. 131]. Развитие цифровых технологий и интернет-платформ предоставляет много возможностей для специалистов, работающих в таких областях, как журналистика, копирайтинг, видеопроизводство, графический дизайн и др. [15]. Однако наряду с преимуществами цифровизации возникают и серьезные негативные последствия, требующие внимания и осознания.

В этой связи современное российское общество сталкивается с рядом вызовов, связанных с «цифрой». Во-первых, важной проблемой оказывается кибербуллинг – агрессивное поведение одного интернет-пользователя по отношению к другому. Эта форма агрессии представляет собой умышленное использование интернет-технологий с целью навредить конкретному человеку [3, с. 61]. Отсутствие четких правовых норм,

регламентирующих понятие «кибербуллинг», делает проблему актуальной в контексте сетевой этики. Стоит отметить, что кибербуллинг затрагивает не только молодежь: по данным совместного исследования, проведенного платформой VK и компанией UXSSR, 57% российских пользователей социальных сетей старше 18 лет сталкивались с кибербуллингом [23].

Основной угрозой, возникающей из-за цифровизации, становится рост киберпреступности, проявляющей себя в различных формах интернет-мошенничества, краж личных данных и хакерских атак [9]. Современные технологии позволяют злоумышленникам получать доступ к конфиденциальной информации, включая логины, пароли, банковские реквизиты, и к другим пользовательским данным, что представляет серьезную угрозу безопасности пользователей [5]. Это усугубляется и разницей в уровне компьютерной грамотности среди различных социальных групп, из-за чего менее подготовленные пользователи становятся более уязвимы к киберугрозам [4].

Наконец, сегодня актуализируется угроза манипуляции сознанием интернет-пользователей. Распространение ложной информации и дезинформации через интернет-каналы создает серьезные риски для общества, подрывая доверие и нарушая информационное поле [8]. Так, особенно заметным социальным феноменом современности стало инфоцыганство¹. Оно активно эксплуатирует доверие пользователей и порождает новые волны дезинформации. Термином обычно обозначают «лица или компании, которые продвигают и продают информационные продукты (курсы, тренинги, вебинары и т. д.) сомнительного качества или актуальности» [20, с. 38]. Информация или курсы, приобретенные у инфоцыган, как правило, бесполезны, нерезультативны – покупатель «выбрасывает деньги на ветер».

К характерным признакам инфоцыган можно отнести:

1. **Обещания мгновенных результатов.** Инфоцыгане предлагают «волшебные» решения для сложных проблем, обещая быстрое достижение желаемых результатов. Это может быть похудение за неделю или заработок миллиона рублей за считанные дни.

¹ Использование термина «инфоцыганство» в настоящее время воспринимается в общественном контексте исключительно как метафора и не направлено на разжигание межнациональной ненависти или оскорбление чести и достоинства людей.

2. **Показная значимость и успех.** Инфоцыгане активно подчеркивают свои достижения, стаж работы, приводят примеры кейсов успешных клиентов и ведут активную медийную жизнь. В этой связи нередко можно увидеть утверждения о том, что их консультируют высокопрофильные специалисты.

3. **Создание образа роскошной жизни («успешный успех»).** Инфоцыгане используют социальные сети для демонстрации своей «успешной» жизни: дорогие автомобили, отдых в экзотических странах, брендовые вещи и статусные удовольствия. Все это создает впечатление, что методики, которые они предлагают, приводят к подобным результатам.

4. **Харизматичность и убедительность.** Инфоцыгане часто обладают развитыми речевыми навыками и умением представлять информацию, что помогает им завоевывать доверие аудитории.

5. **Следование за трендами.** Инфоцыгане быстро адаптируются под текущие тренды, предлагая свои услуги в соответствии с актуальными запросами.

6. **Разнообразие предложений.** Инфоцыгане могут одновременно предлагать курсы по совершенно разным тематикам – от психологии до фитнеса и фотографий, что создает впечатление широты их знаний и навыков.

7. **Создание сообщества последователей.** У инфоцыган есть преданные поклонники, которые активно их поддерживают, что создает иллюзию авторитетности и спроса на их услуги.

8. **Использование манипулятивных техник («заброс якоря»).** Для продвижения своих курсов инфоцыгане используют психологические приемы, искусственно создающие дефицит (ограниченные предложения: «осталось 10 мест, скорее записывайся на курс, чтобы заработать свой миллион») или формирующие у пользователей ощущение уникальности предлагаемого инфотовара (эксклюзивное «секретное» знание) [11].

Конечно, обозначенные признаки не всегда свидетельствуют о мошенничестве, а среди предложений на рынке инфотоваров можно встретить качественные и полезные образовательные продукты. Как разновидность мошеннического инфобизнеса в России инфоцыганство появилось еще в 2010-х гг., однако сам термин в российское общество вошел через несколько лет после некоторых ярких эпизодов [17, с. 43].

Так, одним из нашумевших случаев стало дело Елены Блиновской и ее курс «Марафон желаний». Он предлагал участникам погрузиться в процесс самоосознания и работы с собственными желаниями. Концепция заключалась в том, чтобы стать честным с самим собой и формулировать желания, исходящие из внутренних потребностей, а не из ожиданий окружающих. Важный аспект «марафона» – это понимание «экологичности» желания, что предполагает уважение к свободной воле других людей и моральным нормам общества. Например, желая что-то для себя, необходимо избегать достижений за счет других, что может включать в себя нежелание вмешиваться в чужие жизни или желать того, что может причинить вред окружающим. Однако идея о том, что для достижения целей достаточно лишь довериться «высшим силам» и внутреннему голосу может вызывать разные мнения. Некоторые участники могут воспринимать это как освобождение от стресса и стремление к результатам, в то время как критики могут утверждать, что для достижения желаемого необходимы и активные усилия [10].

Важно помнить, что подобные курсы чаще всего не имеют научной базы, а их результативность сомнительна. Индивидуальный опыт участия в таких марафонах может быть весьма субъективным, вместе с тем для некоторых людей это может оказаться полезным и вдохновляющим, а для других – лишь популярным трендом без реального результата.

В качестве других популярных примеров инфоцыганства можно выделить курс «Мышление миллионера», обещающее за шесть недель сделать из обычного человека богатейшего; курс «Люби, делай, мечтай», направленный на быстрый личностный рост и реализацию желаний через «позитивное мышление»; «Стратегия на миллион», формирующая у потребителя «правильное сознание», помогающее получить знания и навыки «для заработка первого миллиона», включающая «составление карты желаний, чистку зубов по три минуты, контрастный душ, регулярное чтение аффирмаций, вежливость в общении, отказ от жалоб и др. [21].

Отметим, что в России существует проблема регулирования инфобизнеса, поскольку многие его представители фактически находятся в серой правовой зоне. Инфобизнес, включающий в себя продажу информации, курсов, тренингов и других материалов, часто не имеет четких правил и стандартов, что создает предпосылки для мошенничества. В этой связи наиболее распространенными основаниями для привлечения инфоцыган к ответственности выступают их налоговые правонарушения и обман потребителей

(мошенничество), однако вопросы качества и прозрачности предлагаемых ими услуг остаются открытыми [14].

Продукты инфоцыган представляют собой продажу неоправданных обещаний успеха, зачастую без надлежащих знаний и навыков. В эпоху социальных медиа блогеры и онлайн-коучи могут легко манипулировать аудиторией, создавая иллюзию быстрого и легкого успеха [13, с. 202]. Основная опасность заключается в том, что такие подходы не только вводят в заблуждение людей, но и формируют у них ложные ожидания, что в дальнейшем может привести к разочарованию, потере времени и денег. Люди, доверяющие таким рекомендациям, могут отказаться от традиционных методов обучения и развития, что в долгосрочной перспективе снижает общий уровень квалификации и профессиональных навыков.

Существует и ряд иных угроз манипулятивных практик инфоцыган. Во-первых, изобилие ложной информации и манипуляций делает пользователей более скептическими и недоверчивыми к информации в интернете [7]. Во-вторых, инфоцыганство чревато потерей доверия потребителей к брендам, которые используют маркетинговые стратегии, схожие с «инфоцыганскими», или оказываются вовлеченными в скандалы с дезинформацией. Это может повредить репутации компании, снизить ее продажи [19]. Кроме того, инфоцыганство можно считать одной из причин инфантилизации личности, поскольку пользователями часто манипулируют простыми и эмоциональными посланиями, лишая их возможности критически мыслить и принимать взвешенные решения – это накладывает отпечаток на формирование взрослой, ответственной личности, снижает способности к самостоятельному анализу [18; 6].

Одной из наиболее ощутимых угроз, связанных с инфоцыганством, становятся финансовые убытки. Многие жертвы надеются на быструю окупаемость инвестиций, не задумываясь о реальной ценности предлагаемых продуктов. Используя манипулятивные техники, злоумышленники убеждают людей действовать против своей воли. Нередко жертвы подвергаются психологическому давлению, что приводит к снижению уверенности в себе и чувству изоляции.

Погружение в мир инфоцыганства отвлекает от реальных, более ценных возможностей. Вместо того, чтобы сосредоточиться на развитии своих навыков или карьерном росте, человек рискует сократить свое время и ресурсы на «пустышки», которые

не принесут видимого результата. Все это формирует чувство упущенных возможностей, когда реальный прогресс остается недостигнутым.

Обозначенные негативные последствия показывают, что инфоцыганство представляет собой серьезную угрозу и для отдельных пользователей, и для общества в целом, подрывая основы информационной культуры и доверия. В условиях избытка информации важно уметь анализировать источники и отделять достоверные данные от манипулятивных и обманных практик. Феномен инфоцыганства вызывает много критики и обсуждений, особенно в контексте этики, качества образования и воздействия на уязвимые группы населения. Критическое мышление и медиаграмотность становятся необходимыми навыками для того, чтобы не поддаваться на уловки инфоцыган. Следует развивать инициативы по повышению уровня образования в области медиа и информации, поддерживать проекты, направленные на разоблачение и осуждение мошеннических схем. Ответственность за распространение информации лежит не только на отдельных пользователях, но и на платформах, которым необходимо осуществлять надзор за контентом и предотвращать распространение лжи и манипуляций. В противном случае проблемы инфоцыганства будут только расширяться, негативно влияя на общественное сознание и доверие к информации.

Библиографический список:

1. Амирханова П.М. Эпоха «цифры» и человеческий капитал // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2021. № 3(53). С. 5-9.
2. Андреев Г.О. Интернет-бизнес в России // Экономика и социум. 2021. №4-1 (83). С. 637-640.
3. Барышева К.А. Определение понятия и общественно-опасной природы киберсталкинга // Адвокат. 2016. №10. С. 60-66.
4. Баскакова М.Е. Новые грани функциональной неграмотности в условиях цифровой экономики / М.Е. Баскакова, И.В. Соболева // Вопросы образования. 2019. №1. С. 244-263.
5. Бацоев К.Т. Цифровизация: достоинства и опасность // Вестник магистратуры. 2022. №3-1 (126). С. 34-37.
6. Демиденко А.С. Виртуализация социальной коммуникации в контексте проблемы инфантилизации личности // Гуманитарий Юга России. 2024. Т. 13. № 6 (70). С. 64-71.

7. Иванова А.П. Дезинформация в Интернете: неизбежная реальность? (Обзор) // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература: ИАЖ. Серия 4: Государство и право. 2023. № 3. С. 177-188.
8. Иванова А.П. Дезинформация в интернете: поиск баланса в борьбе с фальшивыми новостями // Образование и право. 2023. №2. С. 342-347.
9. Идрисов И.К. Киберпреступность как угроза современному информационному обществу / И.К. Идрисов, М.А. Вердиев // StudNet. 2022. №3. С. 1341-1352.
10. Карасева О. Мечты не сбываются: что не так с марафонами желаний. Почему они не помогут изменить жизнь [Электронный ресурс] // Журнал Т-Ж. Режим доступа: https://t-j.ru/wish-marathon/?pulse_traffic=1 (дата обращения: 18.03.2025).
11. Колосова Т. Инфоцыгане: кто это и как распознать псевдотренеров по красивой жизни [Электронный ресурс] // РБК. Режим доступа: <https://trends.rbc.ru/trends/social/64ae5d079a794759d8f28a60#character> (дата обращения: 18.03.2025).
12. Король М.П. SMM-продвижение некоммерческих организаций в социальных сетях: поиск новых возможностей / М.П. Король, Е.С. Маньжова // Вестник государственного университета «Дубна». Серия «Науки о человеке и обществе». 2023. №3. С. 3-9.
13. Москальков А.В. О способах совершения преступлений против собственности в сети Интернет // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: История и право. 2023. Т. 13, № 6. С. 199-208.
14. Мухаметшина Е. Депутаты Госдумы начали обсуждать регулирование так называемых инфоцыган [Электронный ресурс] // Ведомости. Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/society/articles/2022/02/17/909867-gosduma-regulirovat-infotsigan> (дата обращения: 18.03.2025).
15. Мухина О.С. Экономические аспекты медиафриланса цифровой эпохи // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2023. №5. С. 40-60.
16. Открытость, прозрачность, цифровизация [Электронный ресурс] // Центр компетенций по взаимодействию с международными организациями ВШЭ. Режим доступа: <https://globalcentre.hse.ru/nletter11.1> (дата обращения: 18.03.2025).
17. Пруссова Е. Почему феномен «инфоцыганства» развился до ощутимых для общественной рефлексии в интернетсреде размеров именно в 2020-х годах? // Техники исследовательского чтения и письма. 2023-2024. Т. 2, № 1. С. 42-45.

18. Сабельникова Е.В. Инфантилизм как норма [Электронный ресурс] // Институт статистических исследований и экономики знаний. Режим доступа: <https://issek.hse.ru/news/219393181.html> (дата обращения: 18.03.2025).
19. Тарханова М.Е. Гудвилл-коэффициент – фундамент построения личного бренда и инструмент защиты репутации [Электронный ресурс] // Academy. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/gudvill-koeffitsient-fundament-postroeniya-lichnogo-brenda-i-instrument-zaschity-reputatsii> (дата обращения: 18.03.2025).
20. Форер А. Онлайн-образование: почему эта ниша оказалась паразитированной «инфоцыганами»? // Техники исследовательского чтения и письма. 2023-2024. Т. 2, № 1. С. 37-41.
21. Ямщиков С.В. Социальный феномен фриланса / С.В. Ямщиков, А.Л. Кравченко // Социосфера. 2019. № 2. С. 130-135.
22. Чернядьева Н.А. Цифровые технологии и права человека: эпоха взаимозависимости или кризис международной системы защиты прав человека? // Правопорядок: история, теория, практика. 2023. № 2(37). С. 164-172.
23. 57% россиян сталкивались с кибербуллинг. Почему это проблема. Как люди ведут себя и что может помочь [Электронный ресурс] // РБК. Режим доступа: <https://www.rbc.ru/life/news/654dfdeb9a79472d91e62168> (дата обращения: 18.03.2025).

Kurdakova M.V. The social phenomenon of «info-gypsies»: new risks in the digital era

In the modern socio-cultural reality, where the Internet and social networks play a key role in the dissemination of information, the social phenomenon of info-gypsies is emerging. The article examines the main parameters of info-gypsies, highlights the strategic techniques and practices of info-gypsies that cause serious damage to individual consumers of information content and pose threats to society as a whole. The conclusion is made about the need to develop methods to combat info-gypsies, the need to create a more transparent and ethical information environment.

Keywords: info-gypsies, Internet fraud, social networks, Internet, information business, manipulative practices, digitalization, digital society.