

## Инфоцыгане как номинация современного предпринимательства

Научный руководитель – Прокофьева Наталья Анатольевна

*Бобров Дмитрий Владимирович*

*Студент (бакалавр)*

Санкт-Петербургский государственный университет, Институт "Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций Кафедра международной журналистики,  
Санкт-Петербург, Россия  
E-mail: mitya743@gmail.com

Согласно исследованиям «Интерфакс академии», рынок онлайн образования по итогам 2020 года может достичь оборота в 60 миллиардов рублей [5]. Наряду с онлайн-обучением перспективным интернет-профессиям, программированию и иностранным языкам, которые проводят сертифицированные организации и онлайн-курсам ведущих вузов страны, в интернете и социальных сетях активно продаются курсы по личностному росту, достижению целей и даже «прокачке женской энергии» [6] и зачатую [4]. Людей, занимающихся распространением данной продукции, в современном медиадискурсе стали называть «инфоцыганами». Посредством контент-анализа 30 медиаматериалов нами было установлено, что инфоцыганами считают людей, которые продают информационные продукты, не несущие в себе какой-либо полезной информации и не обладающие какой-либо практической ценностью. «Опасность инфоцыган в том, что они заставляют клиентов тратить время и деньги впустую. Более того, выдавая себя за экспертов, инфоцыгане могут скормить аудитории не соответствующую действительности и даже вредоносную информацию» [7]. Не имея необходимых компетенций, профильного образования, практического опыта, современные инфобизнесмены учат других людей тому, в чем сами не разбираются. Например, Инна Тлиашинова, не имея высшего психологического образования, успешно продаёт техники управления конфликтами. Интервью с ней вышло на ютуб-канале «Super» и набрало 484 285 просмотров [10]. Сегодня при запросе «инфоцыгане» крупнейшая поисковая система Google выдает «примерно 130 000 результатов», а «инфоцыганам» посвящают ролики известные журналисты и инфлюэнсеры, что свидетельствует об актуальности изучения данной номинации. Фильм-расследование Ксении Собчак «Как инфоцыгане продают воздух: разбираем схемы продаж и их курсы» в настоящий момент набрал 8 645 027 просмотров. В ролике журналистка анализирует информационные продукты известных российских блогеров, а также способы продажи блогеров [9].

Почему некачественные, а порой опасные услуги стали называть «инфоцыганством»? Национальные стереотипы до сих пор остаются актуальными. Согласно исследованиям ученых, цыгане в современных средствах массовой информации и медиа позиционируются как люди малообразованные, склонные к незаконной деятельности, мошенники. А журналисты при упоминании цыган проводят ассоциации с духовными и ведическими практиками, наркотическим бизнесом [1]. То есть репрезентация цыган в медиа, как правило, сохраняет пейоративную коннотацию, поэтому у рядового россиянина создается стереотип, что любой цыган - человек, склонный к противоправным действиям и девиантному поведению [3]. В негативном ключе цыган демонстрируют не только в СМИ, но и в документальных фильмах, работа Бориса Соболева «Бремя Цыган», которую на youtube посмотрело 5,8 миллиона человек, в аналогичном свете представляет целую нацию [8]. У населения есть стереотип восприятия цыган, именно поэтому формально законная и

не попадающая под понятие мошенничество деятельность современных онлайн-предпринимателей стала называться инфоцыганством, а сами бизнесмены - инфоцыганами, так как благодаря медиа и фильмам цыгане ассоциируются с криминалом. Также необходимо обратить внимание на то, что инфоцыгане, по классификации Н.В. Поповой является словообразовательным неологизмом [2]. Безусловно, исследованный нами неологизм обладает пейоративной коннотацией, так как обозначает некомпетентных предпринимателей, продающих некачественные и даже бесполезные продукты, заполонившие интернет-пространство.

Подводя итоги нашего исследования, необходимо обратить внимание на то, что в 2021 году рынок образовательных онлайн-услуг стал стремительно развиваться, в результате чего в доступе появились как качественные и полезные продукты, так и совершенно бесполезные и не несущие никакой пользы. Поэтому у общества возникла потребность в лексической единице, наиболее точно характеризующей содержание и практическую пользу от данных информационных продуктов, а также их создателей. Словом для обозначения стали, соответственно, термины «инфоцыгане» и «инфоцыганство», эти слова обладают пейоративной коннотативной оценочностью, поскольку в современном обществе стереотип восприятия цыган предполагает их восприятие как людей, склонных к занятию криминальной деятельностью.

### Источники и литература

- 1) Кирей Н. И. Образ цыган в СМИ Краснодарского края // Теория и практика общественного развития. 2012. №3.
- 2) Попова Т. В. Русская Неология и неография. Екатеринбург. 2005
- 3) Черняк М. В. Социально-культурные условия формирования толерантности средствами масс-медиа в городской среде // Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств. 2010. №13
- 4) Блокнот: <https://bloknot.ru/kul-tura/vozomnila-sebya-bogom-blinovskaya-zapustit-marafon-dlya-zhenshhin-kotory-e-ne-mogut-zaberemenet-831051.html>
- 5) Коммерсант: <https://www.kommersant.ru/doc/4275439>
- 6) Комсомольская правда: <https://www.kp.ru/daily/28364/4512556/>
- 7) Секрет фирмы: <https://secretmag.ru/enciklopediya/kto-takie-infocygane-obyasnyajem-rostymi-slovami.htm>
- 8) Youtube: [https://www.youtube.com/watch?v=5pE7U9N5gSc&t=1s&ab\\_channel=%D0%92%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%B8.%D0%94%D0%B5%D0%B6%D1%83%D1%80%D0%BD%D0%B0%D1%8F%D1%87%D0%B0%D1%81%D1%82%D1%8C](https://www.youtube.com/watch?v=5pE7U9N5gSc&t=1s&ab_channel=%D0%92%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%B8.%D0%94%D0%B5%D0%B6%D1%83%D1%80%D0%BD%D0%B0%D1%8F%D1%87%D0%B0%D1%81%D1%82%D1%8C)
- 9) Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=o13xmfYNKDY>
- 10) Youtube: [https://www.youtube.com/watch?v=QTMnt0IbPGk&ab\\_channel=Super](https://www.youtube.com/watch?v=QTMnt0IbPGk&ab_channel=Super)