

Научная статья
УДК 374.7:659.44
doi: 10.17223/26188422/11/4

Феномен «инфоцыганство» в современных медиа

Татьяна Леонидовна Каминская¹, Валерия Петровская²

^{1, 2} *Новгородский государственный университет им. Ярослава Мудрого, Великий Новгород, Россия*

¹ *tlkam1@mail.ru*

² *petrovskayaler@gmail.ru*

Аннотация. Рассматривается «инфоцыганство» как явление, получившее широкое распространение в российских онлайн-медиаформатах в последние 10 лет. На конкретных примерах изучены манипулятивные тактики, применяемые блогерами, чтобы продать курс аудитории, и «результаты» их обучающей деятельности. Авторы подчеркивают, что в отсутствие правового регулирования в России продажи онлайн-курсов «инфоцыганство» не только является обманом большого числа людей, но и дискредитирует образование в целом.

Ключевые слова: инфоцыганство, медиа, блогеры, манипулятивные тактики, образование

Для цитирования: Каминская Т. Л., Петровская В. Феномен «инфоцыганство» в современных медиа // Вопросы журналистики. 2022. № 11. С. 71–84. doi: 10.17223/26188422/11/4

Original article
doi: 10.17223/26188422/11/4

The “infogypsyism” phenomenon in the contemporary media

Tatiana L. Kaminskaya¹, Valeria Petrovskaya²

^{1, 2} *Yaroslav-the-Wise Novgorod State University, Veliky Novgorod, Russian Federation*

¹ *tlkam1@mail.ru*

² *petrovskayaler@gmail.ru*

Abstract. The authors use the methods of social networks content analysis to explore the “infogypsyism” phenomenon. This phenomenon includes the sale of low-quality content by bloggers and other media persons on various media platforms.

First of all, it is online training courses, in which success is guaranteed to the addressee in a short period of time and with minimal effort: gaining wealth, a noticeable improvement in health, mastering a profession. “Infogypsyism” has become widespread in the Russian media sphere over the past 10 years, but it especially scaled up during the pandemic. This phenomenon is actively discussed online by journalists and social network users, as well as by buyers of courses deceived in their expectations. It is interesting that bloggers themselves in interviews often engage in self-disclosure, talk about their manipulations and boast that they are “selling air”. At the same time, in the scientific community, “infogypsyism” is poorly understood, and there is no legislative practice to regulate this activity at all. Only in 2022, the State Duma of Russia raised the issue of the need to certify online courses and create a register of coaches. Despite numerous journalistic uncoverings of infogypsies, their courses continue to be in great demand among the population. The authors, using concrete examples of bloggers, examine the manipulative tactics bloggers use to sell the course to the audience and the “results” of their teaching activities. Bloggers’ manipulative tactics of communicating with the target audience include the following methods of deception: personal or someone else’s example; aggressive offer; big discounts in the first hours of sales; limited number of places; fake installment plan; artificial hype; artificial positive feedback; subscriber’s problem areas; manipulations with the topic of health, and others. When such courses are released on offline platforms, unscrupulous coaches use such methods of working with the audience as challenge attempts, “emotional buildup”, training without rest to reduce the audience’s criticality, and so on. The authors highlighted the signs of infogypsyism on the example of two bloggers successfully selling courses – Elena Blinovskaya and Lerchik. Both of them earned tens of millions of rubles on the trust of subscribers. The authors emphasize that, in the absence of a legal regulation of sales of online courses in Russia, “infogypsyism” not only deceives a large number of people, but also discredits education in general.

Keywords: infogypsyism, media, bloggers, manipulative tactics, education

For citation: Kaminskaya, T.L. & Petrovskaya, V. (2022) The “infogypsyism” phenomenon in the contemporary media. *Voprosy zhurnalistiki – Russian Journal of Media Studies*. 11. pp. 71–84. (In Russian). doi: 10.17223/26188422/11/4

В последние годы в современных медиа стал популярен термин «инфоцыгане». Артисты или блогеры массово запускают курсы по «успешному успеху», обещая людям исполнение их желаний и баснословный рост доходов за короткое время и с минимальными усилиями. Под красивой оберткой и с помощью манипуляций они успешно продают людям ненужную или общедоступную информацию, которую можно найти по первым же ссылкам в интернете.

Важно отметить, что продажей курсов занимаются люди, у которых от нескольких сотен тысяч до десятков миллионов подписчиков.

Такие цифры уже заставляют думать и верить, что курс будет полезным и блогер не станет обманывать свою, такую многочисленную, аудиторию. В 2021 г. на YouTube-канале Ксении Собчак вышел документальный фильм, в котором автор разоблачает онлайн-курсы блогеров с многочисленными примерами и прямой речью авторов курсов, указывая, что блогеры, не являясь экспертами, по сути, продают воздух и обманывают своих подписчиков. В фильме подробно анализируется, как устроена схема продаж (начиная от «прогрева аудитории» и обязательно включая историю успеха, подобную «истории Золушки») [1]. Правда, вскоре Ксения в своем Instagram¹ выложила пост, в котором написала, что планирует свой собственный курс, но качественный, с проверенными экспертами. И некоторые заподозрили Собчак в хорошо спланированном «прогреве» своего будущего инфопродукта. Как оказалось, не зря: Ксения Собчак все-таки объявила о запуске своего курса, где самый дешевый его вариант стоил 11 тысяч рублей, а самый дорогой – 600 тысяч. Среди главных бонусов ее продукта, которые должны достаться далеко не всем, – возможность взять у телеведущей интервью и возможность получить работу в ее команде.

Начало инфоцыганства связывают обычно с проектом «Бизнес-Молодость», созданным в 2010 г. Петром Осиповым и Михаилом Дашкиевым, поскольку именно они поставили обучающий онлайн-бизнес в виде краткосрочных курсов на поток и вовлекли в свое сообщество большое число таких же молодых людей, как и они сами. Помимо данного проекта получили известность организации типа «Like Центра» [2] и клуба «Трансформаторов», из которых выходят профессиональные мошенники. В 2019 г. основатель Дмитрий Портнягин закрыл клуб «Трансформаторов» и открыл вместо него CLUB 500 [3]. До сих пор он проводит тренинги, на которые собираются тысячи людей.

Негласным основателем российского инфобизнеса, или инфоцыганства, считают Андрея Парабеллума, настоящая фамилия которого Косырин. Один из наиболее его популярных курсов по развитию бизнеса – «Коучинг на миллион». В 2012–2015 гг. он заведовал компанией «Инфобизнес2.РУ». Однако в 2015 г. обманутый участник его курсов подал на Парабеллума в суд, отсудил 900 тысяч рублей, и добился закрытия этой компании. В 2021 г. появилась новость, что Андрей

¹ Деятельность Instagram в России признана экстремистской и запрещена.

Парабеллум умер от коронавируса. Тем не менее он успел оставить после себя целое наследие коучей и бизнес-тренеров, которые зарабатывают на доверчивых людях миллионы. На YouTube-канале «Пограничник» есть видео, где Парабеллум рассказывает, как манипулировать людьми, заставляя их раз за разом возвращаться и покупать тренинги [4]. Все эти манипуляции уже давно придуманы, их подробно описал известный американский писатель, предприниматель, бизнес-тренер, коуч и инфоцыган – Тони Роббинс.

В тот же период в России начинают официально признавать бизнес-тренеров и коучей. ICF, МАС стали выдавать им сертификации, в 2011 г. в НИУ «Высшая школа экономики» открыли магистерскую программу «Психология в бизнесе». Тогда же появляется университет «Синергия».

Курсы инфоцыган множились в последние десять лет, а за время пандемии число желающих обучать и обучаться на различного рода онлайн-платформах росло по экспоненте. Это явление осмысливается прежде всего журналистами. Так, Екатерина Казьмина отмечает, что «пандемия и коронакризис, с одной стороны, перевернули рабочую повседневность с ног на голову, с другой – создали благодатную почву для появления массы курсов, вебинаров, мастер-классов и других обучающих программ, цель которых – дать полезную информацию. Одновременно активизировались создатели так называемых тренингов личностного роста и групп развития лидеров, а также авторы книг об “успешном успехе” и прочие псевдогуру, которых в народе окрестили “инфоцыганами”» [5]. Так, по опросам «Яндекс кассы» и «Нетологии», средний чек за 2021 г. на онлайн-курсы вырос на 20 % [6]. Лидируют курсы по иностранным языкам, психологии, эзотерике и личностному росту.

Проблема с регулированием образования в онлайн-среде стала обсуждаться на государственном уровне только в 2022 г., когда в российской Госдуме было предложено ввести обязательное лицензирование всех виртуальных курсов и создать реестр коучей [7]. С нашей точки зрения, проблема регулирования интернет-контента стоит остро: с одной стороны, в России существует жесткая правоприменительная практика в отношении любых минимальных ошибок СМИ, с другой – полная свобода для маркетинговой деятельности продавцов воздуха и авторов скрытой рекламы [8].

Вместе с тем серьезного научного осмысления с юридической и лингвистической точек зрения данная проблема не получила, в рус-

скоязычной базе научного цитирования не найти и десятка публикаций, связанных с инфоцыганством (хотя образование является стратегической задачей для любого государства). Давая этическую оценку инфоцыганства, Д. С. Петрова справедливо отмечает, что «инфоцыгане не стремятся чему-либо обучать, да и не имеют соответствующих компетенций, лишь «манипулируют своими подписчиками, рассказывая трогательные истории о своей жизни, давят на проблемы аудитории, создают искусственный ажиотаж» [9. С. 246].

Феномен инфоцыганства получил отражение в российской киноиндустрии. На фоне растущего негативного отношения к бизнесменам «Модульбанк» снял сериал «Миллионер из Балашихи». Сюжет строится вокруг 22-летнего Богдана Кондаурова, который решил стать предпринимателем и открыть секс-шоп. После выхода первых серий главный герой столкнулся с потоком хейта в интернете, потому что аудитория решила, что он – настоящий бизнес-тренер и коуч. С выходом последней серии стало понятно, что «Модульбанк» осуждает всех предпринимателей, которые зарабатывают нечестным путем. Главный герой противостоит инфобизнесменам, из-за которых он стал таким же.

В 2019 г. Д. А. Белоусова и Е. Ю Чертоляс из Открытого тренерского сообщества «Тренера Будущего» провели анализ восприятия профессий бизнес-тренера и коуча современными россиянами. Так, в ходе опроса они выяснили, что большинство респондентов относится к данным профессиям негативно, остальные же – нейтрально [10].

У российских медийных личностей интерес к инфобизнесу появился примерно в 2019 г. С тех пор уже невозможно сосчитать, сколько они выпустили курсов и написали книг. Как правило, темы одни и те же: фитнес, исполнение желаний, ЗОЖ, копирайтинг, SMM, как стать блогером, как заработать первый миллион за месяц и подобные. Курсы похожи между собой, в некоторых из них даже одинаковые формулировки. И это не удивительно, ведь есть агентства, которые и придумывают их для блогеров, например Gufusan.

Находятся блогеры, которые придумывают новые профессии и даже создают онлайн-школы. Например, Саша Митрошина запустила серию курсов «Инсталогия», где обещала рассказать о личном бренде, об основах блогинга, инструментах продвижения и продаж. Цены за курс варьируются от 65 до 500 тысяч рублей, при этом саму информацию курса можно найти в свободном, бесплатном, доступе. Другой

блогер, Надин Серовски, решила запустить курс, где людей обучат новой и очень востребованной профессии «распаковщика». Правда, даже из ее курса не понятно, где будут востребованы такие умения.

После блокировки некоторых медийных ресурсов в марте 2022 г. блогеры массово перетекали в российские соцсети и мессенджеры ВК и Telegram. Основной способ «перегона» аудитории за собой из одной сети в другую – розыгрыши. Блогеры используют, казалось бы, примитивные способы манипуляций, но это работает, и люди продолжают подписываться на них. В целом можно сказать, что независимо от того, в какой социальной сети будут те или иные блогеры, – их продукты будут востребованы.

С одной стороны, есть блогеры, которые особенно преуспели в инфоцыганстве: Елена Блиновская, Лерчек, Оксана Самойлова, Александра Митрошина, Регина Тодоренко, Виктория Боня, Гоар Аветисян, Гусейн Гасанов и др. С другой стороны, появились блогеры, которые разоблачают инфоцыган и рассказывают о бесполезности большинства их курсов, например, Катя Конасова, Ютубная, Рындыч, Пограничник, Телек Телек. Нередко они не просто критикуют инфопродукты блогеров, но и проходят их сами, чтобы сделать обзор и показать наглядно, почему не стоит тратить на это деньги.

Тем не менее инфоцыганство продолжает процветать, перейдя после блокировки одних онлайн-площадок на другие. Блогеры и бизнес-тренеры применяют различные манипуляции и уловки для того, чтобы убедить как можно больше людей купить их продукт. Все эти приемы придуманы и используются уже давно, например в маркетинге. Они заставляют думать пользователей, что этот продукт им необходим. В действительности же это игра на слабостях потребителя и профессиональное психологическое внушение. Далее перечислим приемы, которые наиболее часто используют блогеры, и способы, к которым прибегают бизнес-тренеры и коучи. Сначала разберем так называемые прогревы блогеров, используемые онлайн, побуждающие записаться на курс:

1. **Личный или чужой пример.** Как правило, большинство «прогревов» написаны по одному и тому же сценарию. В инстаграм-историях блогер рассказывает, как его курс помог какому-то человеку. Он показывает на примере, как может измениться чья-то жизнь за короткий промежуток времени. Правда, ни о каком успехе и речи быть не может, ведь блогеры специально нанимают актеров, пригла-

шают верных подписчиков или своих друзей, которые играют определенные роли.

2. **«Только один-единственный поток», или агрессивное предложение.** Цель – напугать подписчиков, что другого такого курса больше не будет, поэтому не стоит терять свой шанс стать миллионером. В действительности же не успевает закончиться первый курс, как появляется информация о наборе второго потока.

3. **Большие скидки в первые часы продаж.** Блогеры постоянно напоминают, что цены скоро повысятся. На самом же деле, скидки никуда не исчезают, ведь курс изначально планировали продавать по «скидочной» цене. Это создает у подписчиков иллюзию, что им повезло и надо покупать.

4. **Ограниченное число мест.** Это постоянное напоминание, что только избранные попадут в список тех, кто будет проходить курс. Правда, места все равно будут продавать, даже если «ограниченное число» уже давно закончилось.

5. **Рассрочка.** Блогеры рассказывают, что специально ради своих подписчиков договорились с банками о рассрочках, чтобы те могли купить этот курс. Кто-то даже говорит, что проценты заплатит сам, а покупателям нужно будет вернуть банкам только стоимость курса.

6. **«Об этом попросили сами подписчики», или искусственный ажиотаж.** Создание иллюзии, что огромное количество людей просило о втором потоке, новом курсе или рассрочке. В реальности же всё это было задумано изначально.

7. **Искусственно созданные отзывы.** Блогеры нередко делают частью своего курса обязательное написание отзыва. Так появляются восторженные комментарии в первые дни курса, которые склоняют других пользователей купить ненужный им продукт.

8. **Боль подписчика.** Блогер находит боль подписчика (как правило, они самые примитивные – отсутствие денег, мечты не сбываются, сосед успешнее, каждый день грустно, но есть и серьезные – неизлечимая или тяжелая болезнь, бесплодие). Затем он начинает на нее давить, чтобы человек подумал, что этот курс может решить его проблемы здесь и сейчас.

9. **Манипуляции на теме здоровья.** Елена Блиновская нередко обещает подписчикам, что ее курсы излечат от тяжёлых болезней, помогут забеременеть, даже если человек бесплоден или ему нужно проходить медицинское лечение. Это игра на чувствах людей, которые уже потеряли надежду и ищут альтернативное решение проблемы.

Нередко онлайн-тренинги переходят в офлайн-среду, и тогда применяются следующие тактики:

1. **Попытка взять «на слабо».** Бизнес-тренеры и коучи на своих тренингах пытаются побудить человека к покупке их продукта. Для этого они театрально внушают с помощью выдуманного примера, что сосед человека в зале уже купил курс и стал успешным, а он все еще думает и сомневается. Они раз за разом повторяют одну и ту же фразу – есть люди, которые принимают решения, а есть наблюдатели.

2. **Эмоциональная раскачка.** На тренингах заставляют танцевать, прыгать, делать различные активные движения, которые сбивают с толку и усыпляют бдительность.

3. **«Говорящие головы».** Бизнес-тренеры рассаживают в зале подставных людей. В нужное время они встают и рассказывают о том, как курс или продукт бизнесмена им помог.

4. **Поднятие уровня неудовлетворенности в аудитории.** На таких тренингах специально создаются тяжелые для людей условия: недосыпание, недоедание, холод в аудитории, переизбыток сахара и кофеина. Кофе, чай и сладости плохо влияют на способность критически мыслить и не позволяют оценивать ситуацию рационально. У Тони Роббинса тренинги начинаются рано утром и заканчиваются глубокой ночью: в условиях, когда он не может есть и спать, невозможно анализировать и критически относиться к нескончаемому потоку информации.

5. **Работа в группах.** На таких мероприятиях людей всегда объединяют в группы. Это повышает уровень ответственности не только за себя, но и за других. В таком случае человек сильнее погружается в то, что происходит вокруг.

6. **«Показать все пробелы человека».** В большинстве своем люди, которые посетили один тренинг, начинают ходить и на другие. Это связано с тем, что человек, закрыв один свой пробел в знаниях, начинает понимать, что у него их еще много. Спикеры искусственно подчеркивают пробелы, тем самым подводя обучаемых к мысли, что после тренинга они не знают больше, чем до него.

Все вышеизложенное можно проследить на конкретных примерах. Так, Елена Блиновская – одна из самых известных инфоцыганок в медиа-пространстве. Она не скрывает, что деньги ей даются легко и зарабатывает она много, не стесняется называть себя Богом. Первый курс Блиновская запустила еще в 2010 г., находясь в декретном от-

пуске. Тогда онлайн-марафоны приобретали свою популярность. Самый известный ее проект – «Марафон желаний», запущенный в 2015 г. С тех пор в нем участвовало свыше 150 тысяч человек, что принесло ей несколько сотен миллионов рублей. Затем она запустила еще несколько проектов на темы отношений, финансового благополучия и своего предназначения. В апреле 2022 г. у нее прошел очередной «Онлайн-марафон личностного роста от Елены Блиновской» [11]. На сайте «Отзовик» из 174 отзывов на ее «Марафон желаний» только 47 – положительные, единицу поставил 81 человек, а негативные отзывы собирают больше лайков и рекомендаций, чем позитивные. Пользователи отмечают, что отношение Елены Блиновской было хамским, речь безграмотная, информация хаотичная и не структурированная, отсутствовала обратная связь и не было понятно, как этот марафон может помочь исполнить желания. Все вышеперечисленное ставит под сомнение качество предложений Елены Блиновской.

Валерия Чекалина, или Лерчек, – блогерша и подруга Елены Блиновской. В 2020 г. попала в рейтинг самых высокооплачиваемых знаменитостей РФ, по версии Forbes. Блогером стала случайно, когда выложила фотографию во время беременности и написала пост с размышлениями. Затем Лерчек решила продолжать писать посты, так появился блог о еде для похудения, детях, средствах по уходу за телом и волосами. Спустя некоторое время Лерчек из обычной блогерши превратилась в бизнесвумен – создала свой бренд косметики Letique, а затем решила выпустить собственную линию спортивной одежды. Правда, пользователи быстро заметили, что костюмы – плагиат на другой отечественный бренд Fluide.fit. Лерчек преуспела и в создании своих курсов и марафонов. Темы не отличаются от тех, что продают другие блогеры: фитнес, заработок в социальных сетях, марафон похудения.

В марафонах и конкурсах Лерчек не раз побеждали подставные люди. Например, победительница одного из марафонов Валерии Чекалиной – мастер по перманентному макияжу. Она сказала, что марафон помог ей привлечь первых клиентов. Однако, как оказалось, эта женщина с 2015 г. занимается перманентным макияжем и у нее уже есть база клиентов. А в отзывах обучавшиеся пишут, что ничего полезного в курсе не было, вся информация есть в свободном доступе и способы мотивации были примитивные. Например, в «Денежном марафоне» блогерша обещала рассказать о секретах успеха и о том, как

выйти на стабильных доход от 50 тысяч рублей в месяц. Во всех подобных курсах участников учат элементарным вещам, вроде постановки целей по SMART.

Один из способов манипуляций, к которому Лерчек часто прибегает, чтобы подтолкнуть купить ее курс, – рассказ о своей предыдущей бедности. Она говорит, что у них с мужем не было денег ни на что и они всего добились сами. При этом пара не раз признавалась в различных медиаформатах, что родители Артема Чекалина, мужа Лерчек, – обеспеченные люди и жил он всегда в достатке.

В своем интервью каналу «Ходят слухи» [12] Лерчек сама признается, что она инфоцыганка и «торгует воздухом». Блогера не раз разоблачали и рассказывали о ее плагиате, неуважительном отношении к чужому труду, отсутствии своего производства косметики и о регулярном обмане подписчиков.

В таблице сопоставляются особенности курсов обеих упомянутых персон.

**Анализ полезности инфопродуктов медийных личностей
Елены Блиновской и Лерчек**

Медийная личность	Манипуляции	Полезность	Признаки инфоцыганства
Елена Блиновская	Приглашенные актеры, обязательное задание на курсах – написать отзыв, давит на боль подписчиков, искусственно создает ажиотаж, агрессивно продвигает свой продукт	Темы курсов расплывчатые, не понятно, чему конкретно предлагается научиться. При этом блогер не стесняется давать ложные надежды тяжело-больным людям или женщинам, которые бесплодны. Единственный плюс ее курсов – работа аудитории в команде. Это может помочь тем людям, которые ищут поддержки и общения. Однако в таком случае им нужно обра-	1) Темы курсов расплывчатые (вроде «исполнения мечты»); 2) утверждает, что ее курс может вылечить от бесплодия; 3) использует все способы манипуляций, которые приведены выше; 4) не раз уличена слушателями в обмане, постановках, отсутствии компетентности; 5) регулярно была разоблачена блогерами

Медийная личность	Манипуляции	Полезность	Признаки инфоцыганства
		<p>щаться к психологу и ходить на специальные групповые занятия, а не тратить последние сбережения на ложные надежды. В остальном – это воздух, за который просят деньги</p>	
Лерчек	<p>Приглашенные актеры, подставные победители, искусственно создает ажиотаж, выдуманная история о бедной жизни, гиперболизированные достижения</p>	<p>Курсы ничем не отличаются от курсов других блогеров. Лерчек не учит ничему новому, потому что информацию о таргетинге, профиле в социальных сетях и SMART можно найти бесплатно в свободном доступе. Курсы могут быть полезны только совсем новичкам, которые не умеют пользоваться поисковиками</p>	<p>1) За большие деньги продает примитивную информацию; 2) не раз уличена в обмане, плагиате и постановках; 3) использует примитивные манипуляции, которые описаны выше; 4) сама признается, что является инфоцыганкой и «торгует воздухом»; 5) искусственно создает образ образованной женщины «с несколькими красными дипломами»; 6) регулярно была разоблачена блогерами</p>

Анализ таблицы показывает, что Елена Блиновская и Лерчек, как и многие другие блогеры, искусственно создают себе имидж образованных людей, внушают своим подписчикам, что могут решить все их проблемы, демонстрируют свои успехи и говорят, что подписчики смогут жить так же, если пройдут обучение на их курсе. На деле же

блогеры просто используют проблемы людей в целях собственного обогащения. Их деятельность не вредит напрямую, кроме обещаний вылечить от рака или бесплодия. Но это продажа общедоступной и не полезной информации и как следствие – обман аудитории. До тех пор, пока подобный бизнес в онлайн-среде не будет контролироваться властями, а артисты и блогеры не начнут заботиться о своей репутации, зарабатывая деньги на доверчивых подписчиках, продолжится дискредитация фундаментального образования.

Список источников

1. *Инфоцыгане*: большой разбор // Осторожно: Собчак. 2021. 15 дек. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=o13xmfynkdy>

2. *Like* Центр. Технологическая образовательная компания для предпринимателей. URL: <https://likecentre.ru/>

3. *Club 500*. Международный закрытый бизнес-клуб премиального уровня. URL: <https://www.club500.com/>

4. *Развод* лохов // Пограничник. 2019. 7 янв. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=g7TesTreELI>

5. *Казьмина Е.* Инфоцыгане: почему о том, как быть успешными и счастливыми, нам рассказывают «сапожники без сапог» // Московский космолец. Санкт-Петербург. 2021. 30 нояб. URL: <https://spb.mk.ru/social/2021/11/30/info-cygane-pochemu-o-tom-kak-byt-uspeshnymi-i-schastlivymi-nam-rasskazyvayut-sapozhniki-bez-sapog.html>

6. «*Яндекс. Касса*»: средний чек россиян на онлайн-курсы и мастер-классы вырос на 20 % // Sostav. 2019. 3 окт. URL: <https://www.sostav.ru/publication/yan-deks-kassa-srednij-chek-rossiyan-na-onlajn-kursy-i-master-klassy-vyros-na-20-39600.html>

7. *Мухаметишина Е.* Депутаты Госдумы начали обсуждать регулирование так называемых инфоцыган // Ведомости. 2022. 18 февр. URL: <https://www.vedomosti.ru/society/articles/2022/02/17/909867-gosduma-regulirovat-infotsigan>

8. *Каминская Т. Л.* Ответственность за медиаконтент и проблема цензурирования коммуникативного пространства России // Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета. 2021. Т. 11, № 2. С. 96–101.

9. *Перова Д. С.* Этическая оценка инфоцыганства // Информация – Коммуникация – Общество. 2022. Т. 1. С. 246–250.

10. *Белюсова Д. А., Чертоляс Е. Ю.* Восприятие профессий бизнес-тренера и коуча современными россиянами // Вестник науки. 2019. Т. 1, № 8 (17). С. 6–10.

11. Онлайн-марафон от Елены Блиновской. Научите мечты сбываться! URL: <https://dream.blinovskaya.com/>

12. Валерия Чекалина // Ходят слухи. 2021. 12 авг. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=d0EptR5nhjc>

References

1. Ostorozhno: Sobchak. (2021) *Infotsygame: bol'shoy razbor* [Infogypsies: a big analysis]. [Online video]. 15 December. Available from: <https://www.youtube.com/watch?v=o13xmfynkdy>

2. Like Centre. (2022) *Tekhnologicheskaya obrazovatel'naya kompaniya dlya predprinimateley* [Technological educational company for entrepreneurs]. [Online] Available from: <https://likecentre.ru/>

3. Club 500. (n.d.) *Mezhdunarodnyy zakrytyy biznes-klub premial'nogo urovnya* [International private premium business club]. Available from: <https://www.club500.com/>

4. Pogranichnik. (2019) *Razvod lokhov* [Deceiving dummies]. [Video]. 7 January. [Online Available from: <https://www.youtube.com/watch?v=r7TesTreELI>

5. Kaz'mina, E. (2021) Infotsygame: pochemu o tom, kak byt' uspešnymi i schastlivymi, nam rasskazyvayut "sapozhniki bez sapog" [Infogypsies: why "shoemakers without boots" tell us how to be successful and happy]. *Moskovskiy kosmomolet*. 30 November. Saint Petersburg. [Online] Available from: <https://spb.mk.ru/social/2021/11/30/infocygane-pochemu-o-tom-kak-byt-uspešnymi-i-schastlivymi-nam-rasskazyvayut-sapozhniki-bez-sapog.html>

6. Sostav. (2019) "Yandeks. Kassa": sredniy chek rossiyan na onlayn-kursy i master-klassy vyros na 20% [YooKassa: the average bill of Russians for online courses and master classes increased by 20%]. 3 October. [Online] Available from: <https://www.sostav.ru/publication/yandeks-kassa-srednij-chek-rossiyan-na-onlajn-kursy-i-master-klassy-vyros-na-20-39600.html>

7. Mukhametshina, E. (2022) Deputaty Gosdumy nachali obsuzhdat' regulirovanie tak nazyvaemykh infotsygan [State Duma deputies began to discuss the regulation of the so-called infogypsies]. *Vedomosti*. 18 February. [Online] Available from: <https://www.vedomosti.ru/society/articles/2022/02/17/909867-gosduma-regulirovat-infotsigan>

8. Kaminskaya, T.L. (2021) Responsibility for media content and the problem of censoring the communication space of Russia. *Gumanit. nauki. Vestn. Finansovogo un-ta – Humanities and Social Sciences. Bulletin of the Financial University*. 11 (2). pp. 96–101. (In Russian).

9. Perova, D.S. (2022) Ethical assessment of infocyanism. *Informatsiya – Kommunikatsiya – Obshchestvo – Information – Communication – Society*. 1. pp. 246–250. (In Russian).

10. Belousova, D.A. & Chertolyas, E.Yu. (2019) Vospriyatie professiy biznes-trenera i koucha sovremennymi rossiyanami [Perception of the professions of a business coach and coach by modern Russians]. *Vestnik nauki*. 1:8 (17). pp. 6–10.

11. Blinovskaya, E. (2022) *Onlayn-marafon ot Eleny Blinovskoy. Nauchite mechty sbyvat'sya!* [Online marathon from Elena Blinovskaya. Learn to make dreams come true!] [Online] Available from: <https://dream.blinovskaya.com/>

12. Khodyat slukhi. (2021) *Valeriya Chekalina*. [Video]. 12 August. [Online] Available from: <https://www.youtube.com/watch?v=d0EptR5nhjc>

Информация об авторах:

Каминская Т. Л. – д-р филол. наук, зав. кафедрой журналистики Новгородского государственного университета им. Ярослава Мудрого (Великий Новгород, Россия). E-mail: tlkam1@mail.ru

Петровская В. – студент направления подготовки «Журналистика» Новгородского государственного университета им. Ярослава Мудрого (Великий Новгород, Россия). E-mail: petrovskayaler@gmail.ru

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Information about the authors:

T. L. Kaminskaya, Dr. Sci. (Philology), head of the department, Yaroslav-the-Wise Novgorod State University (Veliky Novgorod, Russian Federation). E-mail: tlkam1@mail.ru

V. Petrovskaya, student, Yaroslav-the-Wise Novgorod State University (Veliky Novgorod, Russian Federation). E-mail: petrovskayaler@gmail.ru

The authors declare no conflicts of interests.

*Статья поступила в редакцию 04.05.2022;
одобрена после рецензирования 16.05.2022; принята к публикации 16.05.2022*

*The article was submitted 04.05.2022;
approved after reviewing 16.05.2022; accepted for publication 16.05.2022.*