

*Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:*

<https://stuservis.ru/kursovaya-rabota/390044>

**Тип работы:** Курсовая работа

**Предмет:** Журналистика

ВВЕДЕНИЕ 3

ГЛАВА 1. ПРЕДПОСЫЛКИ ВОЗНИКНОВЕНИЯ ИНФОЦЫГАНСТВА КАК ВИДА МОШЕННИЧЕСТВА 5

1.1 История возникновения термина и самого понятия инфоцыганство 5

1.2 Кто такие инфоцыгане 9

1.3 «Торговля воздухом» как неотъемлемая часть блогосферы 13

ГЛАВА 2. ПОПУЛЯРИЗАЦИЯ ИНФОЦЫГАНСТВА 17

2.1 Анализ контента блогеров-мошенников 17

2.2 Агрессивный маркетинг 23

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 31

БИБЛИОГРАФИЯ 33

ВВЕДЕНИЕ

Сегодня отрасль образовательных услуг переживает новый виток развития за счет популяризации информационного бизнеса (инфобизнеса), который является продуктивным способом заработка для специалистов различных областей. Инфобизнес проникает во многие сферы деятельности человека, а спрос на получение информации напрямую от профессионалов стремительно растет вместе с количеством каналов продвижения и способов передачи знаний. В настоящее время информационный бизнес представляет собой проекты человека или группы людей, которые делятся контентом, своими знаниями в разнообразных форматах за денежное вознаграждение.

Одновременно со стремительным ростом инфобизнеса в России (по самым скромным оценкам, на конец 2022 года он достиг в совокупном объеме почти 100 млрд. рублей) в рамках сферы появляются различные мошеннические организации и частные предприниматели, деятельность которых породила отдельный феномен «инфоцыганство». Желание быстро стать богатым, недорого научиться «правильно желать желания», «разрешить себе хотеть» и, конечно, «заработать первый миллион», создав вокруг себя «ауру успеха», – это то, чем питаются так называемые «инфоцыгане».

В настоящее время инфоцыганство становится все более распространенным явлением, которое оказывает существенное влияние на различные сферы общественной жизни. Актуальность исследования феномена инфоцыганства в России также обусловлена тем, что инфоцыганство имеет негативное воздействие на экономику, правопорядок и социальную среду, что требует комплексного изучения его причин, механизмов и последствий. Изучение феномена инфоцыганства и его влияния на среду инфобизнеса может способствовать разработке эффективных мер борьбы с этим явлением и предотвращению его отрицательного влияния на общество.

Объект курсовой работы – инфоцыгане.

Предмет курсовой работы – способы мошенничества, которые используют инфоцыгане.

Цель курсовой работы – изучить понятие «инфоцыганство» в контексте развития информационного бизнеса и его влияние на современное медиа-пространство.

Задачи курсовой работы:

1. Изучить основные виды, сферы и ниши информационного бизнеса;
2. Охарактеризовать современное состояние российского рынка инфобизнеса;
3. Определить этапы зарождения понятия «инфоцыганство» в современном медиа-пространстве;
4. Охарактеризовать сущность методов инфоцыганства и провести этическую оценку инфоцыганства в современном социальном медиа-пространстве.

Методы исследования: методы теоретического исследования (анализ, синтез, описание, аргументирование), методы эмпирического исследования (анализ источников и сравнение).

Курсовая работа состоит из введения, двух глав с подпунктами, заключения и списка использованных источников. В первой главе исследуются предпосылки появления понятия «инфоцыганство» в медиа-пространстве. Вторая глава посвящена анализу инфоцыганства как феномена современного медиа-

## ГЛАВА 1. ПРЕДПОСЫЛКИ ВОЗНИКНОВЕНИЯ ИНФОЦЫГАНСТВА КАК ВИДА МОШЕННИЧЕСТВА

### 1.1. История возникновения термина и самого понятия инфоцыганство

Информационный бизнес (инфобизнес) является новой сферой социально-экономических отношений, данная отрасль включает в себя маркетинг, который реализует продажу какой-либо информации. За последние годы инфобизнес сыграл огромную роль в современном обществе, что связано, во-первых, с постоянным процессом развития экономики и появлением новых способов управления и влияния на общественное мнение, во-вторых, с возникновением у людей потребности в свежей и полезной информации, в-третьих, с развитием средств массовой информации и компьютерных технологий. Информацией называется конкретный набор сведений и знаний, поддающийся восприятию, преобразованию, передаче, хранению и использованию. Современный человек чувствует потребность в новых знаниях, но он не всегда имеет возможность и желание тратить своё время на поиск нужной информации. Гораздо легче заплатить в интернете за отфильтрованную информацию, существенно экономя своё время.

Сегодня инфобизнес это часть маркетинга, которая занимается продажами какой-либо информации, главной составляющей которого является востребованная и актуальная информация, регулярно пользующаяся спросом. Подача информации также должна преподноситься качественно: в данное понятие входит минимум теории, передача информации простым и понятным языком, где использование наглядных примеров будет большим преимуществом. В итоге клиент получает полезные практические знания, которые незаменимы в решении определённых задач.

Соответственно, информационный бизнес (инфобизнес) – это такой вид деятельности, который основан на продаже информации в том или ином виде (продажа книг, курсов, семинаров, вебинаров, тренингов, воркшопов, конференций, коучинга, консалтинга, франшиз и т.д.), а также использование всего этого для увеличения продаж неинформационных продуктов. В широком смысле к инфобизнесу можно отнести как рынок онлайн-образования, так и рынок мотивационных тренингов, бизнес-школ и различных офлайн мероприятий – конференций, коуч-сессий и т.д.

В последние годы в сфере инфобизнеса стал популярен термин «инфоцыганство». В 2021 году термин «завирусился» после выхода на YouTube-канале Ксении Собчак документального фильма, в котором автор анализирует схему продаж онлайн-курсов медийных личностей и лидеров мнений (блогеров), указывая, что ведущие, не являясь экспертами, вводят в заблуждение своих подписчиков и продают бесполезную информацию.

Негласным основателем российского «инфоцыганства» в некоторых источниках считается Андрей Парабеллум (Косырин). Один из наиболее его популярных курсов по развитию бизнеса – «Коучинг на миллион» – можно назвать базой дальнейшего развития сомнительных инфопродуктов. На видеохостингах можно найти видео, где Андрей Парабеллум рассказывает, как манипулировать людьми, заставляя их раз за разом возвращаться и покупать тренинги. При этом данные манипуляции были подробно описаны известным американским предпринимателем и бизнес-тренером Тони Роббинсом, влияние деятельности которого также прослеживается в развитии инфоцыганства.

Активное развитие инфоцыганства связывают обычно с проектом «Бизнес-Молодость», созданным в 2010 году Петром Осиповым и Михаилом Дашкиевым. Данная организация поставила инфобизнес на поток в виде краткосрочных курсов и вовлекала в свое сообщество большое число таких же молодых людей, как и организаторы. Помимо данного проекта получили известность организации «Like Центр» Аяза Шабутдинова и клуб «Трансформатор» (CLUB 500) Дмитрия Портнягина, которые в свою очередь были выпускниками «Бизнес-Молодости». В тот же период в России начинают официально признавать бизнес-тренеров и коучей по международным системам сертификации ICF и MAC, в 2011 году в НИУ «Высшая школа экономики» открывается магистерская программа «Психология в бизнесе», и тогда же появляется университет «Синергия».

Курсы инфоцыган множились в последние десять лет, при этом интерес российских медийных личностей к инфобизнесу появился примерно в 2019 году и кратно возрос в 2020-2021 годах. За время пандемии коронавируса число желающих обучать и обучаться на различного рода онлайн-платформах росло в разы. Данное явление активно осмыслялось в журналистской среде: во многих статьях отмечается, что самоизоляция, с одной стороны, перевернула привычный ритм жизни с ног на голову, с другой – создала благоприятные условия для появления массы курсов, вебинаров, мастер-классов и других обучающих

программ. С профессионалами рынка онлайн-образования одновременно активизировались псевдопреподаватели, создатели тренингов личностного роста и достижения «успешного успеха». Если попробовать изучить вопрос об объяснительных научных теориях появления явления инфоцыганства, то можно определить, по крайней мере, два подхода: социологизаторский и биологизаторский. Суть первого подхода, согласно учениям К. Маркса, заключается в том, что господствующие социально-экономические отношения навязывают модель экономического поведения. В обществе, где главную ценность представляют деньги, его члены подчиняются императиву получения прибыли. Поэтому любой титул, любую общественную роль можно купить – не исключение и статус лидера мнений, который может обещать достигнуть такого же уровня своей аудитории в целях получения собственной выгоды. Некоторые, даже гипотетически даже квалифицированные эксперты могут пренебрегать этическими принципами, поскольку они иногда противоречат процессу получения прибыли.

1. Акулич М.В. Интернет-маркетинг: учебник для бакалавров / М.В. Акулич. – 2-е изд., переем. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2021. – 346 с.
2. Горбачев Д.А. Инфоцыганство как новое отрицательное последствие цифровизации рынка / Д.А. Горбачев // Теоретические и практические аспекты цифровизации российской экономики: Сборник трудов V Международной научно-практической конференции, Ярославль, 08 декабря 2022 года. – Ярославль: Ярославский государственный технический университет, 2022. – С. 171-175.
3. Гречушкина Н.В. Онлайн-курс: определение и классификация / Н.В. Гречушкина // Высшее образование в России. – 2018. – Т. 27, № 6. – С. 125-134.
4. Интернет-маркетинг и digital-стратегии. Принципы эффективного использования: учебное пособие / О.А. Кожушко, И. Чуркин, А. Агеев и др.; Новосибирский государственный университет, Компания «Интелсиб». – 2-е изд. – Новосибирск: РИЦ НГУ, 2018. – 327 с.
5. Интернет-маркетинг: учебник для академического бакалавриата / под общ. ред. О.Н. Романенковой. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 288 с.
6. Инфоцыгане в интернете // Социальный инжиниринг. URL: <https://socioengineering.ru/2022/07/14/infocyganstvo-kak-yavlenie-v-internet-prostranstve/> (дата обращения: 02.11.2023).
7. Инфоцыгане: кто это и как распознать псевдотренеров по красивой жизни // РБК. URL: <https://trends.rbc.ru/trends/social/64ae5d079a794759d8f28a60> (дата обращения: 02.11.2023).
8. Как отличить настоящих экспертов от инфоцыган и не потерять деньги // МТС Медиа. URL: <https://media.mts.ru/technologies/198373-kak-raspoznat-infotsygan/> (дата обращения: 02.11.2023).
9. Каминская Т.Л., Петровская В. Феномен «инфоцыганство» в современных медиа // Вопросы журналистики. – 2022. – № 11. – С. 71-84.
10. Катаев А.В. Интернет-маркетинг: учебное пособие / А.В. Катаев, Т.М. Катаева; Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону – Таганрог: Издательство Южного федерального университета, 2018. – 170 с.
11. Носова Д.А. Инфоцыганство и перспективы развития рынка дополнительного онлайн-образования / Д.А. Носова // Сборник трудов по проблемам дополнительного профессионального образования. – 2022. – № 43. – С. 24-33.
12. Олефирова А.В. Инфоцыганство как явление в интернет-пространстве / А.В. Олефирова, Е.А. Рокутова // Вестник науки. – 2022. – Т. 3, № 6 (51). – С. 169-174.
13. Перова Д.С. Этическая оценка инфоцыганства / Д.С. Перова // Информация-Коммуникация-Общество. – 2022. – Т. 1. – С. 246-250.
14. Разводка на миллион: полная история инфоцыганства от заряженной воды до марафонов Блиновской // «Рамблер». URL: <https://finance.rambler.ru/markets/50514880-razvodka-na-million-polnaya-istoriya-infotsyganstva-ot-zaryazhennoy-vody-do-marafonov-blinovskoy/> (дата обращения: 02.11.2023).
15. Сивкова О.М. Образовательный процесс и инфоцыганство: антагонизм и точки соприкосновения / О.М. Сивкова // Стратегии межкультурного взаимодействия в контексте мирового образовательного пространства: Опыт и перспективы: Материалы IX Международной научно-практической конференции, Ижевск, 28 ноября 2022 года / Сост. Л.А. Юшкова. – Ижевск: Удмуртский государственный университет, 2022. – С. 134-138.
16. Сломали голову: как не попасть в ловушку инфобизнеса // Известия. URL: <https://iz.ru/922775/aigul-khabibullina/slomali-golovu-kak-ne-popast-vlovushku-infobiznesa> (дата обращение: 02.11.2023).
17. Якимчук А.А. «Инфоцыганство» – информационный вирус XXI века / А.А. Якимчук // Взаимодействие вузов, научных организаций и учреждений культуры в сфере защиты информации и технологий

безопасности: Сборник статей по материалам международной конференции, посвящённой памяти доктора технических наук, профессора А.А. Тарасова и доктора технических наук, старшего научного сотрудника О.В. Казарина, Москва, 19-20 апреля 2022 года. – Москва: Российский государственный гуманитарный университет, 2022. – С. 69-83.

*Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:*

<https://stuservis.ru/kursovaya-rabota/390044>