Як запускають інформаційні віруси в Україні та скільки це коштує



А чи знаєте ви, як запускають інформаційні віруси і і перетворюють українців на націю овочів? Є цілий арсенал інструментів і ціла індустрія вірусмейкерства. Що відбувається по той бік цієї індустрії, скільки коштує запустити інформаційний вірус, як за допомогою інфовірусів когось „вбивають“, відбілюють і створюють громадську думку. Нам вдалося взяти ексклюзивне інтерв’ю в Oksana Moroz, яка майже 20 років працювала з інформаційними кампаніями та запускала інформаційні віруси. Заварюйте чай і вмощуйтеся

зручніше – буде цікаво! http://bit.ly/2uHXasx

Ну і трішки спойлерів:

Є різні ціни на запуск інфовірусів:
– до 1000 доларів – мертвонароджені або сміттєві інфовіруси
– 5-10 тисяч доларів – віруси, які уже можуть нашкодити (в тексті цікавий приклад із відставкою Гончарука)
– 50-100 тисяч доларів – під час виборчих кампаній, для зміни іміджу і тд.

І ще трохи цін на основні інструменти:

– Стаття – залежно від ЗМІ – 500-1000-2000 доларів
– Новина – 100-200-300 доларів
– Лідери думок – 100-300 доларів
– Ботрум (більш-менш якісний) – 1000-2000 доларів

Отже, є інформаційний вірус – він має цільову аудиторію, стріляє в неї. Під впливом цього вірусу людина повинна змінити своє мислення і поведінку. Яка задача індустрії? Досягнути цілі. Для того, щоб її досягнути, людині потрібно дати меседж, в який вона вірить. Найпростіший і примітивний спосіб – запустити фейк.

Більш складний – обробляти людей протягом довгого періоду часу і глобально міняти те, про що вони думають. В процесі такої обробки ми знаходимося протягом останніх 20 років існування України, коли з кінця 90-х нас почали обробляти і отупляти. Це відбувалося на всіх рівнях – від банальних серіалів, музики і до того, що ми звикли називати політичними фейками та маніпуляціями.

Індустрія вірусмейкерства – це, в першу чергу, інструменти, за допомогою яких досягається ціль. Спочатку – точки вкиду. Розміщення фейкової новини, проведення мітингу чи створення події, яка є початком чогось.

Далі – інструменти масштабування цієї точки вкиду. Це можуть

бути або ботруми, або лідери думок, або розганяння по сітці сайтів. Як правило, цілять в активну частину аудиторії: ломи (лідери думок – ред.), активісти. Це також можуть бути вузькі і персональні канали комунікації, коли пишуться запити, атакують месенджери людини, яка є цільовою аудиторією, журналісти підходять і тролять якимись активними запитаннями.

Фактично, відбувається легалізація інформації, завдяки чому люди починають відгукуватися і, відповідно, йде уже народна хвиля.
Коли йде народна хвиля, ціль досягнута. Ось так виглядає спрощена модель індустрії вірусмейкерства.

Як же функціонує вся ця індустрія і що робити нам, простим користувачам – читайте тут http://bit.ly/2uHXasx