

5 ZÚFALÝCH TRIKOV, KTORÝMI SA VÁS POLITICI - ZLOČINCI SNAŽIA NALÁKAŤ NA OČKOVANIE PROTI KOVIDU

- CZ24 News | 26. března 2021



Vakcinácia je momentálne v plnom prúde, počítadlá každodenne pridávajú do svojich červených políčok „zaočkovaných ľudí“ a nepravdepodobne vysoké číslo každým dňom ešte nepravdepodobnejšie rastie.

Do veľkej miery prebieha výpredaj storočia. Vyššie miesta chcú, aby bol zaočkovaný každý jeden človek a robia všetko, čo je v ich silách, aby sa tak stalo.

Toto je päť hlavných spôsobov, ktorými sa establišmenmt snaží dosiahnuť váš súhlas.

1. Podplácanie

Uvádza sa, že jedinou cestou „návratu do normálu“ je, že sa dajú všetci zaočkovať.

„Vy už nechcete ísť znova do krčmy? Alebo do posilňovne? Alebo navštíviť starú mamu? Či objímať ľudí?“

Nuž, tak sa dajte zaočkovať. Dajte sa zaočkovať a celý tento lockdown a dodržiavanie sociálneho odstupu, ekonomický kolaps a narastajúca chudoba jednoducho pominú.“

Je to bežný refrén, ktorý dosť rinčí „novým normálom“, o ktorom už vyše roka počúvame.

Vlastne sa zdá, že „návrat do normálu“ sa môže označovať aj klasifikačnou hviezdíčkou. Napríklad, nabudený guvernér štátu New York Andrew Cuomo povedal, že vakcíny pomôžu štátu „vrátiť sa do normálu“.*

*... kde k „normálu“ patrí „Excelsior Pass“ (*Excelsior*, teda *Vyššie*, je motto štátu New York).

Na vysvetlenie zložitostí tejto techniky ma nepotrebujete. Je to jednoducho nátlak: „*Robte, čo hovoríme a dostanete maskrtu.*“

Čo je dôležité mať na pamäti:

„Návrat do normálu“ je lož. Pokým ľudia opakujú túto mantru vo zvukových úryvkoch a postoch na sociálnych sieťach, „experti“ sa vyjadrujú jasnejšie.

Mnohí povedali, že do normálu sa už NIKDY nevrátíme a ďalší zasa, že opatrenia proti ochoreniu Covid potrebujeme zachovať najmenej do roku 2022. Samotná „vakcína“ ani len netvrdí, že obmedzuje prenos; ešte aj zaočkovaným naďalej prikazujú dodržiavať zákazy.

Aj zaočkovaní musia naďalej nosiť rúška, dodržiavať zákazy vychádzania a dokonca posledne musia ísť po návrate zo zahraničia do karantény. Takže aká je toto „sloboda“?!

V rámci mediálnej propagandy všetkých zaočkovaných v tomto jednoducho a sprostoklamali.

2. Odporúčanie celebritami

Jeden z najstarších a najpoužívanejších marketingových trikov. Sčasti preto, lebo funguje, no zväčša kvôli tomu, že je lacný a ľahký: nájdi sadu nástrojov a použi ich.

Úrady sa týmto prístupom ani netaja, tvrdiac, že majú v pláne získať pre boj s anti-očkovacou náladou „múdre celebrity“, ktoré sú „známe a obľúbené“.

Na Slovensku tými celebritami boli Čaputová, Krčméry, Kandrác, Banášová, Hamšík a ďalší.

Čo je dôležité mať na pamäti:

Celebrity - najmä herci a televízne osobnosti - sú za opakovanie textov skrátka platené.

Aj keby ich zámery boli správne, nie je žiadny dôvod domnievať sa, že by ktokoľvek z nich rozumel tomu, o čom hovorí. A žiadny z týchto ľudí nemá čo stratiť, keď vy alebo váš blízky utrpíte nejaké poškodenie po podaní netestovanej vakcíny.

3. Klamný „nedostatok“

Už celé týždne vídame titulky o „nedostatku“ vakcín. O tom, ako zúfalo túžia po dávkach ľudia v Európe, či o tom, ako sú niektoré štáty uprednostňované pred inými. A stále to pokračuje.

Tento trik pozná každý, kto bol niekedy v nejakom obchode. „*Do vypredania zásob*“, „*časovo obmedzená ponuka*“, či tisíc ďalších variantov určených na vytvorenie predstavy, že ak produkt X nezískate práve teraz, premeškáte šancu.

Z toho logicky vyplýva predstieraná exkluzivita, spôsob, akým spoločnosti vydávajú kreditné karty

hovorí absolútne všetkým, ktorým volajú, že „splnili podmienky pre našu exkluzívnu úvodnú úrokovú mieru“.

Vytváraním predstavy, že k vakcíne je ťažké sa dostať, tiež vytvárajú predstavu, že každý kto sa k dávke dostane, má šťastie, alebo nejakým spôsobom de facto členom nejakého exkluzívneho klubu.

Čo je dôležité mať na pamäti:

Celé je to úplný nezmysel. Nehrozí žiadne nebezpečenstvo, že vakcíny „nebudú“ alebo nebodajú „dôjdu“.

A keby aj, nedostatok je iba marketingový trik, nie argument.

4. Falošná „oblúbenosť“

Predstavu samotného tlaku nemôžete podceňovať, keď ide o marketing. Jedným z najstarších trikov je pestovanie popularity prostredníctvom predstavy, že popularita už existuje.

To je dôvod, prečo si ľudia nakupujú falošné lajky či zhliadnutia na YouTube a prečo majú koncerty obsadzovačov prázdnych sedadiel.

A to je dôvod, prečo napríklad britský minister zdravotníctva Matt Hancock údajne povedal toto:

„Neuveriteľné! Vakcínu už dostalo, alebo tak urobí, keď im bude ponúknutá, 94% Britov.“

Je to pravda? Necituje sa žiadny zdroj, preto to ťažko povedať. Mohlo by to byť úplne vymyslené, ako veľa štatistík.

Hoci cifra je technicky reálna, pravdepodobne pochádza len z nejakého prieskumu verejnej mienky. A, ako nás učili, že: „Dôverovať môžete len tej štatistike, ktorú si sami sfalšujete“.

Aby sme (dost ironicky) citovali Petra Hitchensa:

„Prieskumy verejnej mienky sú nástrojom na ovplyvňovanie verejnej mienky, nie nástrojom na jej meranie.“

Veľká Británia uvádza, že polovica jej populácie je už zaočkovaná aspoň jednou dávkou vakcíny, čo je číslo, ktoré sa zdá byť dosť vysoké.

Od podania prvej injekcie 8. decembra to predstavuje zhruba 250 000 očkovaní denne, čo je v súlade s prvými správami o tom, že očkovanie vakcínou ide „lepšie než sa čakalo“.

Aj keby to tak bolo - a uplynulý rok dokázal, že nikdy nie je žiadny dôvod veriť vládnym číslam.

Spomínaných „94%“ nemá pravdepodobne žiadny súvis s realitou, vzhľadom na početné správy o nízkej zaočkovanosti - najmä v chudobnejších oblastiach, medzi etnickými menšinami a pracovníkmi NHS (britského zdravotníctva).

Čo je dôležité mať na pamäti:

Prieskum verejnej mienky nie je meradlom reality, oblúbenosť nie je meradlom kvality a v záujme vlády je vzbudiť vo všetkých odporcoch pocit, že sú drobnou menšinou.

5. „Odpor je zbytočný“

Tento je zaujímavý. V poslednom čase sa veľa hovorí o očkovacích preukazoch (Covid pasoch) a možno sa stanú dôležité, no veľká väčšina verejných autorít šíri predstavu, že sú „nevyhnutné“.

Nuž, predstava nevyhnutnosti je mocný nástroj. Iste, môžete k nej nabádať ako k spôsobu prípravy pôdy na zavedenie nejakej politickej roly, ale tiež ju môžete využiť na vytvorenie pocitu porážky u vašich odporcov a získať tak bez nátlaku ich súhlas.

Môžete vidieť, ako sa tento porazenecký jazyk udomácňuje u niektorých až doposiaľ neochvejných odporcov Covidu.

Nedávno svoje zaočkovanie oznámil známy britský odporca očkovania Peter Hitchens, tvrdiac, že bol porazený a očkovacie pasy sú nevyhnutné: *„Mám silný pocit, že akýkoľvek druh cestovania a veľa iných vecí bude nemožných, keď nebudem mať ten nevyhnutný certifikát o zaočkovaní.“*

Práve pred pár dňami vo Veľkej Británii kapitulovali presne v tej istej záležitosti aj Lord Sumption či Desmond Swayne, ďalší dlhodobý lockdownový skeptik.

Jeho odkaz je: *„Dajte sa zaočkovať teraz, pretože nakoniec pravdepodobne aj tak budete musieť.“*

Z čisto logického hľadiska je prinútiť ľudí *myslieť si*, že budú očkovacie pasy, oveľa, oveľa ľahšie (a lacnejšie), než pasy naozaj zaviesť.

Ako nám povedal jeden sledovateľ na Twitteri: *„Vydajú nakoniec očkovacie pasy? Možno.“*

A možno všetky tieto triky zlyhajú a oni budú nútení použiť menej medu a viac biču. Rovnako sa však zdá byť možné – aspoň nateraz – že sa hompálajú nad ľuďmi, aby nabádali k porazeneckej nálade tých z nás, ktorí vzdorujeme a zvýšili tým zaočkovanosť.

Čo je dôležité mať na pamäti:

Očkovacie pasy sa stanú „nevyhnutné“ iba vtedy, keď bude mať vakcínu veľká väčšina ľudí. Ak sa dostatok ľudí odmietne očkovania zúčastniť, program nebude nikdy fungovať.

Záver

Toto je teda prehľad všetkých rámcových marketingových kategórií, používaných k pretláčaniu kovidových vakcín. Aké je však záverečné poučenie?

Úprimne povedané, nie je nepozitívne. Pretože všetky tieto stratégie majú jedno spoločné a to čoraz hysterickejší nádych zúfalstva.

Keby bola ochota zaočkovať sa vo Veľkej Británii vakcínou naozaj 94%, nebola by žiadna potreba toľkého predaja vakcíny.

Keby bola ochota zaočkovať sa na Slovensku tiež vysoká, nemuseli by nedávno znižovať vek na očkovanie už na 55 rokov za situácie, keď vraj je zaočkovaných iba 30% ľudí nad 80 rokov.

Keby im vakcíny naozaj dochádzali, neboli by na ne v televízii či novinách reklamy. Naopak, hovorili by ľuďom, nech nerobia paniku.

Pre túto kampanž získali niekoľko dôležitých protilockdownových hlasov, sú to hlavné karty, ktoré vyložili všetky naraz. To je zúfalý ťah.

Stručne povedané, existuje dobrý dôvod domnievať sa, že odpor voči „novému normálu“ je ďaleko rozšírenejší, než establišment kedy očakával.

A posledný dôvetok - keď v spore vyhrávate, nedáte si do video hovoru na Zoome britskú kráľovnú (skutočne to spravili).

Zdroj: <https://www.badatel.net/>