

ONZ jest właścicielem nauki i świat powinien o tym wiedzieć

5 października 2022

Podsekretarz Generalny ds. Komunikacji Globalnej Organizacji Narodów Zjednoczonych Melissa Flemming przekonywała, że w rękach globalistów leży nauka i jej kontrola w świecie. Tłumaczyła to koniecznością współpracy z gigantami Big Tech w celu lepszego pozycjonowania ONZ-owskich treści na temat globalnego ocieplenia czy epidemii COVID-19.

<https://www.youtube.com/watch?v=cKoAoPi8sc0>

Słowa Melissy Flemming podsekretarz ds. komunikacji przy Organizacji Narodów Zjednoczonych, padły podczas debaty pt. „Walka z dezinformacją”, zorganizowanej w ramach cyklu Sustainable Development Impact Meeting 2022 Światowego Forum Ekonomicznego. Jej uczestnicy wymieniali się doświadczeniami konfrontacji ze zjawiskiem rozprzestrzeniania tzw. dezinformacji w przestrzeni online lub tych informacji, które ich zdaniem są nieprawdziwe.

Jak wyjaśniła podsekretarz ds. komunikacji, jednym z głównych narzędzi walki ze skutkami zjawiska jest docieranie tam, gdzie dociera również rzekoma dezinformacja. „Musimy wiedzieć, gdzie ludzie szukają i dotrzeć tam jako pierwsi. Ale nie z nudnymi, 50-stronicowymi dokumentami, ale z zawartością, która podana jest w przystępnej, zachęcającej formie, rozchodzącej się dobrze w sieci i mediach społecznościowych” – zaznaczyła Melissa Flemming. Jak zaznaczyła, choć należy dostosować przekaz do lokalnych adresatów, nie powinien odbiegać on od wypracowanych na poziomie globalnym ustaleń, np. w sprawie wskazówek zdrowotnych oraz bezpieczeństwa i skuteczności szczepionek.

Drugim elementem strategii ONZ jest pozyskiwanie do swojej misji influencerów (osób wpływających na opinię publiczną –

przypis WM), którzy posiadają ogromne ilości obserwujących, a jednocześnie oddani są promowaniu przekazu, który służy ich społecznościom. „Ludzie ufają im dużo bardziej, niż ONZ-owskim apelom wystosowywanym z Nowego Jorku czy Genewy” – oceniła podsekretarz ds. komunikacji przy ONZ.

ONZ we współpracy z chińską platformą „TikTok” uruchomił również program „TeamHalo”, uczący naukowców korzystania z tego medium społecznościowego, tak by trafili ze swoim przesłaniem do wielu młodych użytkowników. „Program naprawdę ruszył z kopyta. Dzięki temu, wielu z naukowców stało się kimś na kształt krajowych doradców, do których idzie się po poradę” – zachwycała się globalistka.



Organizacja Narodów Zjednoczonych rozpoczęła współpracę z właścicielem największych narzędzi do poszukiwania informacji w internecie – Google. „Jeżeli wygooglujesz zmiany klimatu, na samej górze otrzymasz odnośniki do wszelkiego rodzaju materiałów ONZ” – przyznała. „Rozpoczęliśmy tę współpracę, kiedy googlując zmiany klimatu otrzymywaliśmy przeróżne informacje i zniekształcony przekaz. Dlatego zdecydowaliśmy być bardziej aktywni na tym polu” – wyjaśniła Melissa Flemming.

Urzędniczka w zdumiewający sposób wyjaśniła natomiast motywacje, jakie stoją za wysiłkami na rzecz skuteczniejszej promocji przesłania agend. „Jesteśmy właścicielami nauki i uważamy, że świat powinien o tym wiedzieć. Platformy społecznościowe też to wiedzą. To ogromne wyzwanie, które w swojej aktywności musi objąć wszystkie sektory społeczeństwa” – podkreśliła.

Flemming, mówiąc, że ONZ jest właścicielem nauki zapewne miała na myśli monopol informacyjny ws. globalnych wyzwań w postaci zmian klimatu czy pandemii COVID-19. To pod auspicjami Organizacji Narodów Zjednoczonych operuje Międzyrządowy Panel

ds. Zmian Klimatu, monitorujący postępy w walce ze skutkami zmian klimatu i co jakiś czas publikujący raporty, wyznaczające kierunek kolejnych polityk. Część ONZ stanowi również Światowa Organizacja Zdrowia, w której kompetencjach leży ogłaszanie stanu pandemii i opracowywanie wskazówek zdrowotnych.

Autorstwo: Krystian Rusiniak

Na podstawie: WEFforum.org, PCh24.pl

Źródło: [MediaNarodowe.com](https://media.narodowe.com)