

Distr.: General
14 March 2000
Arabic
Original: English

الجمعية العامة



لجنة الإعلام

الدورة الثانية والعشرون

١ - ١٢ أيار/مايو ٢٠٠٠

المسائل الموضوعية

حملة الدعاية للألفية

تقرير الأمين العام

أولا - مقدمة

- ١ - أشارت الجمعية العامة، في قرارها ٨٢/٥٤ بء المؤرخ ٦ كانون الأول/ديسمبر ١٩٩٩، إلى قرارها ٢٠٢/٥٣ المؤرخ ١٧ كانون الأول/ديسمبر ١٩٩٨ بشأن جمعية الألفية ومؤتمر قمة الأمم المتحدة للألفية، وشجعت الأمين العام على إعداد وتنفيذ استراتيجية إعلامية فعالة بغية كفالة أن يحظى مؤتمر القمة بتأييد دولي واسع النطاق.
- ٢ - وتنفيذا لهذه الولاية، تضطلع لجنة شؤون الإعلام التابعة للأمانة العامة بحملة دعائية لا تستهدف فحسب الدعاية لمؤتمر قمة الألفية بل تغتنم أيضا فرصة الألفية لوصول شعوب العالم على نحو أفضل بالأمم المتحدة.
- ٣ - وسيتيح مؤتمر قمة الألفية للدول الأعضاء محفلا للعودة إلى الأمم المتحدة وتقويتها بهدف تلبية احتياجات القرن الحادي والعشرين ومواجهة تحدياته. وتمشيا مع هذه الأهداف، ترمي حملة الدعاية للألفية إلى رسم صورة لمنظمة مستقبلية دينامية ولا غنى عنها. والتصور الاستراتيجي هو للأمم المتحدة تعمل مع الناس في كل مكان بشأن قضايا يتوقع لها أن تصوغ مستقبل هذا الكوكب وتؤثر على حياتهم فيه تأثيرا مباشرا.

ثانيا - بناء الزخم نحو مؤتمر قمة الألفية

ألف - الأنشطة الإعلامية المتعلقة بأحداث الألفية في نهاية عام ١٩٩٩

٤ - من أجل الدعاية لمؤتمر قمة الألفية وبناء الزخم من أجله يجري استغلال جميع القنوات لنشر رسائل عن مؤتمر القمة القادم وما يعالجه من قضايا.

٥ - وقد أتاح الاهتمام المكثف من قبل وسائط الإعلام بنقل وقائع احتفالات الألفية في نهاية السنة حسب تسلسلها الزمني على مستوى العالم فرصة مبكرة لوضع الأمم المتحدة موضعها بوصفها أحد القائمين بالأدوار الرئيسية في هذا الحدث الهام. واضطلعت إدارة شؤون الإعلام بحملة تمهيدية ناجحة ركزت على توجيه اهتمام مكثف إلى رسالة الأمين العام بمناسبة الألفية. وكانت التغطية الناشئة عن ذلك من الضخامة بحيث جعلت من هذه الرسالة واحدا من أوسع البيانات التي أدلى بها الأمين العام صيتا على الإطلاق. وقد شملت الأنشطة الإعلامية ما يلي:

(أ) قامت الإدارة بتوزيع رسالة الأمين العام بمناسبة الألفية المسجلة مسبقا على الفيديو عبر السواتل، مترجمة إلى اللغات الرسمية الست، لبثها في جميع أنحاء العالم ابتداء من ٣٠ كانون الأول/ديسمبر ١٩٩٩. وجرى ترتيب عمليات بث ساتلية متعددة ووضع على أهبة الاستعداد نحو ٦٠٠ مذيع. وبالإضافة إلى ذلك، أرسل أكثر من ٢٥٠ شريط فيديو إلى ١٢٠ مكتبا للأمم المتحدة في أنحاء العالم لاستخدامها من قبل المذيعين الوطنيين، كما أرسلت مباشرة إلى العديد من محطات التلفزيون المختارة. وأفادت مراكز الأمم المتحدة للإعلام أن هذه الرسالة، من بين الاتصالات الإعلامية التي تقوم بها الإدارة، قد بثها أكثر من ١٩٠ برنامجا تلفزيونيا وإذاعيا في ٤٠ بلدا؛

(ب) قامت مراكز الإعلام بتوزيع مقالتي الأمين العام بمناسبة الألفية، المعنوتين "معنى المجتمع الدولي" و"نحن الشعوب: الأمم المتحدة وحقوق الإنسان في القرن الحادي والعشرين". ونشرت هاتان المقالتان، مع رسالة الأمين العام، فيما يزيد على ٢٠٠ صحيفة في أنحاء العالم؛

(ج) وضعت رسالة الألفية مطبوعة ومرئية ومسموعة على موقع الأمم المتحدة الخاص بالألفية على الشبكة العالمية باللغة الإنكليزية. وارتبط افتتاح موقع الألفية على الشبكة باللغة الفرنسية بذلك الإصدار؛

(د) جرى ترتيب مقابلتين تلفزيونيتين بمناسبة الألفية مع الأمين العام: أحدهما مع مجموعة من ممثلي محطات الإذاعة في ستين بلدا، بما فيها القسم العالمي بهيئة الإذاعة

البريطانية، وذلك في ١٦ كانون الأول/ديسمبر؛ والأخرى مع شبكة الأخبار الكابلية (CNN)، في ٣١ كانون الأول/ديسمبر. واستمر بث هاتين المقابلتين في جميع أنحاء العالم حتى الأسبوع الأول من السنة الجديدة؛

(هـ) رتبت الإدارة إضاءة نوافذ مبنى الأمانة العامة ليلاً بحيث تشكل النوافذ المضاءة العبارة "UN 2000" في الليالي ٢٧ إلى ٢٩ كانون الأول/ديسمبر ١٩٩٩، مما اجتذب تغطية تلفزيونية في المنطقة المتروبولية ونشر تحقيقات صحفية مصورة في بلدان كثيرة. ووزعت صور لهذا المنظر على وكالات الأنباء والصحف ومراكز الأمم المتحدة للإعلام، ووفرت على الفور على شبكة الإنترنت وأتيح للناشر الحاسوبي من قبل وسائل الإعلام. واستنسخت على نطاق واسع للنشر، بما في ذلك على الصفحات الأولى لكثير من كبريات الصحف اليومية؛

(و) لبناء الزخم بين المجتمع المدني، عقد اجتماع إحاطة إعلامية عن أحداث الأمم المتحدة للألفية في ١٦ كانون الأول/ديسمبر ١٩٩٩ لمثلي عدة مئات من المنظمات غير الحكومية. وتضمن الاجتماع مناقشة مختصين بالمقر، شارك فيه عن طريق وصلات حية بالفيديو ممثلون مجتمعيون في جنيف وسان فرانسيسكو وفيينا؛

(ز) أقيم معرض بعنوان "رؤى الألفية الجديدة"، ضم ٣٠٠ عمل فني لفنانين ومصورين فوتوغرافيين وكتاب شباب من أنحاء العالم وافتتحته السيدة نان عنان قرينة الأمين العام في ١٧ كانون الأول/ديسمبر ١٩٩٩ وظل معروضا حتى ٢٨ شباط/فبراير ٢٠٠٠، واجتذب آلاف عديدة من الزوار؛

(ح) وزع من خلال مراكز الأمم المتحدة للإعلام في أوائل كانون الثاني/يناير ملصق يعرض لوحة بعنوان "فجر في الألفية الجديدة" للفنان الأسباني كريستو بال غابارون. ودشن الملصق رسميا في ١٥ شباط/فبراير ٢٠٠٠ في حفل استضافته في المقر البعثة الدائمة لأسبانيا لدى الأمم المتحدة بالاشتراك مع مؤسسة التعهد لصالح الأرض، وتلقت فيه كل دولة عضو طبعة موقعة محدودة من اللوحة؛

(ط) أصدرت نشرة "وقائع الأمم المتحدة" العديدين الأولين من سلسلة أعدادها للألفية الجديدة، الأول بعنوان "ألفية للألباب"، كتب فيه باحثون ومفكرون عن "ما يتوقعه العالم من منظمتهم الأمم المتحدة في القرن الجديد"؛ والثاني بعنوان "نظرة على القرن الماضي"، أسهم فيه مفكرون بارزون تناولوا الطرق المحددة التي أحدثت فيها المنظمة تغييرا ملموسا في حياة الناس في كل مكان.

باء - الأنشطة الإعلامية المزمع القيام بها بمناسبة مؤتمر قمة الألفية

٦ - يعد إصدار تقرير الأمين العام عن الألفية، المتوقع في نهاية آذار/مارس ٢٠٠٠، فرصة بالغة الأهمية لزيادة الوعي بين وسائط الإعلام بشأن عقد مؤتمر قمة الألفية وإبلاغها بالقضايا الرئيسية التي سيتناولها المؤتمر. وبعد أن يقدم الأمين العام التقرير إلى الجمعية العامة مباشرة، سيقوم بتدشينه إلى وسائط الإعلام في مؤتمر صحفي يعقد في نيويورك، وكذا عن طريق وصلة فيديو حية في مناسبات تقام في الوقت ذاته في عواصم رئيسية في أنحاء العالم. وسيبث بيان الأمين العام والمؤتمر الصحفي عن طريق السواتل إلى محطات الإذاعة وعلى شبكة الإنترنت. وسيجري إعداد وتوزيع إصدار إخباري بالفيديو فضلا عن مجموعة مواد صحفية مسبقة تتضمن معلومات أساسية. وسيصدر التقرير أيضا بوصفه منشورا جذابا يتضمن رسومات بيانية وأطرا توضح قصص النجاح.

٧ - وستعتمد الحملة الإعلامية المتعلقة بمؤتمر قمة الألفية على تقويم استراتيجي للأحداث والاحتفالات الرسمية للأمم المتحدة. وستأخذ في الاعتبار أيضا اللقاءات غير الرسمية الأخرى للمجتمع المدني بالأمم المتحدة، بما في ذلك منتدى الألفية للمنظمات غير الحكومية ومؤتمر رؤساء البرلمانات الوطنية الذي يعقده الاتحاد البرلماني الدولي، فضلا عن مؤتمر قمة السلام العالمي للألفية الذي يعقده الزعماء الدينيون والروحيون.

٨ - وفي الأسابيع التي تسبق مباشرة مؤتمر قمة الألفية ذاته، سيضطلع بأنشطة إعلامية مع مجموعات صحفية رئيسية لضمان تغطية عالمية لذلك الحدث والقضايا التي ستتناولها مداولاته. ومن المتوقع أن يولد حضور العديد من رؤساء الدول والحكومات اهتماما صحفيا كبيرا، يستثمر في إعداد تحقيقات صحفية متعمقة عن تلك القضايا وإبراز الدور البناء الذي لا غنى عنه الذي ستقوم به الأمم المتحدة في القرن الحادي والعشرين. وسيجري إعداد وتوزيع مجموعة مواد صحفية ومواد إذاعية.

ثالثا - الحملة الدعائية

٩ - وفي سياق الأنشطة الإعلامية التي ستضطلع بها إدارة شؤون الإعلام بمناسبة مؤتمر قمة الألفية ذاته، ستنظم الإدارة حملة دعائية هدفها العام هو ربط الأعمال اليومية التي تقوم بها الأمم المتحدة بأمان الناس في كل مكان، ومن ثم إبراز موقع الأمم المتحدة كمنظمة ذات صلة بحياة الناس وفعالة. والجمهور المستهدف من ذلك هو الناس العاديون، لا سيما الشباب، وكذلك من بيدهم تشكيل الرأي العام الذين يمكنهم العمل على نشر الرسالة في العالم المتقدم النمو والعالم النامي. وستحكي الحملة قصة الأمم المتحدة بصورة مبسطة وجذابة مستخدمة الشعار القوي الاستباقي "الأمم المتحدة تعمل من أجلك". وعلى الرغم

من أن الحملة ستبدأ في الفترة السابقة مباشرة لمؤتمر قمة الألفية، فستستمر إلى ما بعد ذلك الحدث كجزء رئيسي من استراتيجية اتصالات طويلة الأجل لزيادة الوعي بأعمال الأمم المتحدة وأثرها الإيجابي على حياة الناس اليومية، مما يزيد بالتالي التأييد الشعبي لها.

١٠ - ومسايرة للقرن الجديد، ستستخدم الإدارة على نطاق واسع في الحملة التكنولوجيات الجديدة، مثل شبكة الإنترنت. كما ستستعين الحملة بوسائل ابتكارية في الوصول مباشرة إلى الناس، بدلا من الاعتماد على أجهزة الإعلام لتغطية أعمال الأمم المتحدة. وبالإضافة إلى استخدام الإمكانات الهائلة لشبكة الإنترنت والتلفزيون في الوصول مباشرة إلى الناس، ستستخدم الحملة، على سبيل المثال، الأثر المرئي الذي تحدثه الملصقات المعروضة في الأماكن العامة ومحطات الحافلات أو اللافتات لتوصيل رسالتها لأكبر جمهور ممكن. وستتوقف اختيار وسائط الإعلام ووسائل الاتصال على الظروف المحلية لكل بلد.

١١ - ولإكساب أعمال الأمم المتحدة وجهها إنسانيا ستصور الحملة أناسا عاديين يضطلعون بنشاط ما مع رسالة مصاحبة تقول "الأمم المتحدة تعمل من أجلك". وستوضح المواد الإعلامية كيف تعمل الأمم المتحدة لمكافحة الفقر والجوع والمرض وتحقيق التنمية ومحو الأمية والمساواة للمرأة وحماية البيئة. وستعرض تلك المواد لبعض المشاهير على الصعيد المحلي أو الدولي. وستوجه كل تلك المواد المشاهد إلى صفحة خاصة على موقع الأمم المتحدة على الشبكة العالمية، تبين بمزيد من التفصيل كيف تحدث المنظمة أثرا على مسألة بعينها.

١٢ - وستقوم مراكز ومكاتب الأمم المتحدة للإعلام بدور رئيسي في تكييف رسالة الحملة وفقا للواقع المحلي وذلك بانتقاء المواضيع ذات الصلة واختيار الصور المرئية المناسبة. وسيسعى إلى إقامة شراكات مع مجموعات ومنظمات إعلامية غير حكومية للمساعدة في وضع الإعلانات. ويتوقع أيضا أن تضطلع الوكالات المتخصصة وبرامج وصناديق منظومة الأمم المتحدة بدور هام في حملة الدعاية للألفية، بما في ذلك عن طريق مكاتبها الميدانية في أنحاء العالم. وسيتم تنسيق الجهود المشتركة بين الوكالات عن طريق لجنة الإعلام المشتركة للأمم المتحدة.

١٣ - وسيُدرج نهج "الأمم المتحدة تعمل من أجلك" ضمن كثير من المواد والأنشطة والأحداث الدعائية للفترة ٢٠٠٠-٢٠٠١. وسيُسعى إلى إقامة وصلات مع الأحداث الرئيسية المفضية إلى مؤتمر قمة الألفية، مثل دورتي الجمعية العامة الاستثنائيتين المعنيتين بالمرأة، والتنمية الاجتماعية. وفيما يتعلق بالمؤتمر العالمي لمكافحة العنصرية والتمييز العنصري وكرهية الأجانب وما يتصل بذلك من تعصب، المزمع عقده في عام ٢٠٠١، يمكن للمواد الإعلامية أن تستخدم شعار "الأمم المتحدة تعمل لمكافحة العنصرية".

١٤ - وسيقوم جناح الأمم المتحدة في معرض هانوفر العالمي لعام ٢٠٠٠ بتكليف نهج "الأمم المتحدة تعمل من أجلك" كموضوع موحد لإعداد عرض مشترك لأنشطة منظومة الأمم المتحدة. ومن المتوقع أن يزور المعرض نحو ٤٠ إلى ٥٠ مليون شخص، مما يجعله أحد السبل الرئيسية للإعلام الجماهيري في سنة الألفية.

١٥ - ومن المتوقع أن تسهم الرؤية الاستراتيجية لحملة الدعاية للألفية وتنفيذها، في الأجل الطويل، في صياغة موضوع رئيسي لخطة إصلاح الأمم المتحدة، أي ضرورة تقريب المنظمة إلى شعوب العالم.