



Генеральная Ассамблея

Distr.: General
12 February 2010
Russian
Original: English

Комитет по информации

Тридцать вторая сессия

26 апреля — 7 мая 2010 года

Деятельность Департамента общественной информации: стратегические коммуникационные услуги

Доклад Генерального секретаря

Резюме

Отдел стратегических коммуникационных услуг, который отвечает за осуществление подпрограммы, касающейся стратегических коммуникационных услуг, разрабатывает коммуникационные стратегии по приоритетным вопросам и проводит коммуникационные кампании в поддержку основных целей Организации. Отдел также руководит сетью из 63 информационных центров и представительств Организации Объединенных Наций по всему миру.

В настоящем докладе, подготовленном во исполнение резолюции 64/96 В Генеральной Ассамблеи, резюмируются основные достижения Департамента за период с июля 2009 года по февраль 2010 года в деле пропаганды работы Организации Объединенных Наций среди глобальной аудитории через посредство обеспечиваемых им стратегических коммуникационных услуг.



Введение

В своей резолюции 64/96 В Генеральная Ассамблея приняла к сведению доклады Генерального секретаря о деятельности Департамента общественной информации, представленные на рассмотрение Комитета по информации на его тридцать первой сессии, и просила Генерального секретаря и далее представлять Комитету доклады о деятельности Департамента.

В той же резолюции Генеральная Ассамблея призвала Департамент представить конкретную информацию о ряде его мероприятий для рассмотрения Комитетом по информации на его тридцать второй сессии. Бюро Комитета по информации, которое встретилось 1 декабря 2009 года, рекомендовало Департаменту представить запрошенную информацию в трех частях в соответствии с тремя подпрограммами Департамента: стратегические коммуникационные услуги, службы новостей и информационно-просветительская работа.

Настоящий доклад¹, представляемый на рассмотрение Комитета на его тридцать второй сессии, разделен на две части. Часть первая посвящена тематическим коммуникационным кампаниям в таких областях, как поддержание мира, изменение климата, цели в области развития, сформулированные в Декларации тысячелетия, Всемирная встреча на высшем уровне по вопросам информационного общества и Африка с уделением особого внимания Новому партнерству в интересах развития Африки (НЕПАД). В части второй рассматривается роль и деятельность сети информационных центров Организации Объединенных Наций.

¹ Если не указано иное, доклад охватывает деятельность Департамента за период с июля 2009 года по февраль 2010 года.

Часть первая

Коммуникационные кампании

I. Принятие стратегического подхода

1. Задача Департамента общественной информации заключается в пропаганде работы Организации Объединенных Наций посредством представления своевременной, точной, беспристрастной, всеобъемлющей и последовательной информации для самой широкой возможной глобальной аудитории. Отдел стратегических коммуникационных услуг, который отвечает за выполнение подпрограммы, касающейся стратегических коммуникационных услуг, занимается разработкой коммуникационных стратегий по приоритетным вопросам и обеспечивает проведение коммуникационных кампаний в поддержку основных целей Организации. Отдел также обеспечивает управление сетью из 63 информационных центров и представительств Организации Объединенных Наций по всему миру.

2. Стратегический подход Департамента к коммуникации включает установление коммуникационных приоритетов на предстоящий год, отражающих главные вопросы, стоящие перед Организацией, как для самого Департамента, так и для его глобальной сети представительств. Затем разрабатываются скоординированные коммуникационные кампании для охвата глобальной целевой аудитории как непосредственно через информационно-пропагандистские мероприятия, проводимые информационными центрами, так и через международные средства массовой информации. Интеграция новых медийных платформ, включая такие инструменты социальных сетей, как Facebook, Twitter и YouTube, является все более важным компонентом коммуникационных стратегий Департамента.

3. Новая публикация, *United Nations in Focus* («Организация Объединенных Наций в фокусе»), была запущена Департаментом в октябре 2009 года для обеспечения краткого анализа основных тенденций, изменений в ситуации и вопросов, стоящих перед Организацией. Первый выпуск был посвящен успехам, достигнутым в ходе прений на высоком уровне на шестьдесят четвертой сессии Генеральной Ассамблеи. За ним последовал выпуск, посвященный вопросам продовольственной безопасности и обзору главных проблем, стоявших перед Организацией Объединенных Наций в 2009 году.

Взаимодействие с партнерами по системе Организации Объединенных Наций

4. Группа Организации Объединенных Наций по вопросам коммуникации, которая существует уже девятый год, стала общесистемной коммуникационной платформой для координации и согласования выдаваемой Организацией Объединенных Наций информации по приоритетным вопросам. В течение отчетного периода был достигнут важный прогресс в направлении создания коммуникационных групп Организации Объединенных Наций на уровне стран. При поддержке со стороны Управления Организации Объединенных Наций по координации деятельности в целях развития коммуникационные группы на страновом уровне сейчас созданы более чем в 100 странах. Эти группы берут на себя ведущую роль в поощрении совместной коммуникационной деятельности

Организации Объединенных Наций на страновом уровне, объединяя творческую энергию и людские ресурсы членов страновых групп Организации Объединенных Наций (СГООН) в местах, где они работают. Мероприятия, осуществленные в этой связи, включают следующие:

- а) Коммуникационная группа Организации Объединенных Наций — Аргентина: 12 ноября 2009 года Группа провела однодневный семинар-практикум для 20 журналистов на тему насилия в отношении женщин. Основными выступающими были один из судей Верховного суда страны и старшие должностные лица из системы Организации Объединенных Наций;
- б) Коммуникационная группа Организации Объединенных Наций — Азербайджан: Группа организовала пять совместных поездок на места и встречи за «круглым столом» с представителями средств массовой информации;
- в) Коммуникационная группа Организации Объединенных Наций — Ливан: в ознаменование Международного дня мира Группа выпустила специальную телевизионную программу, которая включала выступления семи религиозных лидеров страны;
- г) Коммуникационная группа Организации Объединенных Наций — Российская Федерация: Группа содействовала выпуску бюллетеня «ООН в России», двуязычного (на русском и английском) издания, выпускаемого раз в два месяца;
- д) Коммуникационная группа Организации Объединенных Наций — Южная Африка: Группа оказала поддержку осуществлению проекта дискуссионного конкурса на тему «Модель Организации Объединенных Наций» для средних школ Южной Африки;
- е) Коммуникационная группа Организации Объединенных Наций — Таиланд: посвященная Дню Организации Объединенных Наций выставка, организованная в самом крупном в стране торговом комплексе в период с 22 по 25 октября 2009 года, привлекла примерно 20 000 посетителей.

II. Тематические кампании

A. Департамент общественной информации и миротворческие операции Организации Объединенных Наций

5. В течение отчетного периода Департамент общественной информации тесно сотрудничал с Департаментом операций по поддержанию мира и Департаментом полевой поддержки в деле улучшения поддержки компонентов миротворческих операций, занимающихся вопросами информации общественности, используя для этого новые медийные технологии и платформы и добиваясь более широкой поддержки общественностью миротворческой деятельности Организации Объединенных Наций, в том числе с помощью следующих мероприятий:

- а) работая во взаимодействии с миротворческими миссиями, Департамент распространил более 100 пресс-релизов, предназначенных для более 30 стран, предоставляющих войска и полицию, с уделением главного внимания

вкладу отдельных государств-членов в миротворческие усилия Организации Объединенных Наций;

b) Департамент провел крупную работу по обслуживанию и обновлению миротворческих веб-сайтов на английском и французском языках, в результате чего сайты миссий появляются сверху большинства поисковых систем. Содержание обновляется и освежается на английском и французском языках. Ведется работа по созданию веб-сайтов на других официальных языках Организации Объединенных Наций. Департамент сотрудничает также с Департаментом по политическим вопросам в обновлении содержания его веб-сайта;

c) Департамент общественной информации и Департамент полевой поддержки продолжали способствовать размещению информации миротворческих операций в формате веб-сайта системы управления информационными ресурсами, который обеспечивает единый формат для информационного оформления веб-сайтов миссий, а также позволяет снизить нагрузку на веб-мастеров миссий, поскольку для поддержания работы веб-сайтов более не требуется технических знаний. Более 20 миротворческих и политических миссий перешли на новый формат, причем помимо английского языка некоторые из миссий используют арабский, французский и португальский языки;

d) Департамент сотрудничал с Департаментом полевой поддержки в преобразовании набора полевого персонала в соответствии с новыми реформами, введенными Управлением людских ресурсов, и в выявлении кандидатов на главные должности в сфере общественной информации в рамках операций по поддержанию мира. Он также сотрудничал с Департаментом полевой поддержки в том, что касается его новой базы данных и веб-сайта, созданного для обеспечения большей транспарентности в отношении судебных решений, выносимых по делам, касающимся поведения и дисциплины в ходе полевых операций;

e) Ежегодное издание Департамента “United Nations Peace Operations 2009: Year in Review” («Операции Организации Объединенных Наций в пользу мира, 2009 год: обзор за год»), подготовленное для публикации на английском и французском языках в начале 2010 года, содержит обзор нынешних миротворческих операций и специальных политических миссий и миссий по миростроительству по всему миру;

f) в ходе отчетного периода веб-портал Центра новостей Организации Объединенных Наций (www.un.org/news) опубликовал 1206 английских и 1022 французских информационных сообщения по вопросам поддержания мира. Информационные сообщения на английском и французском языках также распространялись через соответствующую службу рассылки по электронной почте среди более чем 50 000 подписчиков во всем мире;

g) в течение отчетного периода служба «UNifeed»² в сотрудничестве с миссиями по поддержанию мира подготовила свыше 100 статей;

² Служба «UNifeed» была создана в 2005 году в качестве межучрежденческой платформы для предоставления глобальным телеведущим компаниям доступа через единый источник к видеoinформационным материалам.

h) Радио Организации Объединенных Наций подготовило свыше 100 информационных и документальных очерков, включая очерк относительно женщин в миротворческой деятельности.

Землетрясение в Гаити

6. После трагического землетрясения, потрясшего Гаити в январе 2010 года, Департамент оказал поддержку канцелярии Пресс-секретаря Генерального секретаря в организации брифингов по видеосвязи с Миссией Организации Объединенных Наций по стабилизации в Гаити (МООНСГ), как только это стало технически возможным. Он также работал с Департаментом операций по поддержанию мира и Департаментом полевой поддержки в использовании новых медийных платформ для информирования персонала и общественности о ситуации в Гаити. Департамент помог выявить и временно выделить персонал для усилий по оказанию чрезвычайной помощи. Кроме того, он регулярно готовил инструкции для полевых отделений Организации Объединенных Наций относительно ситуации в Гаити, выпускал фактологические бюллетени для Департамента операций по поддержанию мира и поддерживал в рабочем состоянии веб-сайт МООНСГ³.

7. Информационные центры Организации Объединенных Наций были мобилизованы для организации пресс-конференций, интервью и ответов на запросы в связи с землетрясением в Гаити, а также для отслеживания судьбы граждан тех стран, в которых информационные центры находятся. Многие из них вместе с другими участниками страновой группы Организации Объединенных Наций организовали памятные церемонии по прошествии первой недели после землетрясения. Информационные центры Организации Объединенных Наций стали размещать публицистическую статью Генерального секретаря “Haïti is not alone” («Гаити не одна») сразу же после его визита в Гаити и в конечном счете поместили ее более чем в 50 средствах массовой информации. Эта статья была также переведена информационными центрами на арабский, венгерский, греческий, датский, итальянский, немецкий, персидский, португальский, румынский, русский, словацкий, словенский, тайский, турецкий и японский языки.

Разоружение

8. В 2009 году Департамент общественной информации развернул кампанию с использованием нескольких платформ по вопросам ядерного разоружения, которая была связана с «новыми средствами массовой информации» и традиционной информационно-пропагандистской деятельностью. Эта кампания была первой, в которой Департамент использовал как традиционные, так и новые средства массовой информации для пропаганды одного из приоритетов в области стратегической коммуникации. Она была начата в июне под лозунгом “WMD — We Must Disarm” («ОМУ/МДР — Мы должны разоружиться») и завершилась Международным днем мира 21 сентября, в ту же неделю, когда было проведено специальное заседание Совета Безопасности наряду с Конференцией по содействию вступлению в силу Договора о всеобъемлющем запрещении ядерных испытаний в Центральном учреждении Организации Объеди-

³ Что касается другой деятельности Департамента общественной информации в связи с землетрясением в Гаити, см. A/AC.198/2010/3 и A/AC.198/2010/4.

ненных Наций. На предыдущей неделе ежегодная конференция Департамента общественной информации/неправительственных организаций, состоявшаяся в Мехико, была также посвящена теме разоружения и служила еще одним средством вовлечения гражданского общества в кампанию «Мы должны разоружиться». Дополнительные мероприятия Департамента в области разоружения включают следующие:

а) используя социальные сети, Департамент смог завлечь больше людей на веб-сайт Международного дня мира Организации Объединенных Наций, который привлек 45 000 посетителей по всем лингвистическим сайтам. Платформа социальной сети Twitter позволила кампании «Мы должны разоружиться» охватить примерно 1,2 миллиона человек, а сайт Facebook насчитывал 7700 членов. Послания, разосланные через Twitter, также были показаны в зале Генеральной Ассамблеи непосредственно перед общими прениями в сентябре;

б) в 2009 году журнал «Хроника ООН», который посвятил специальный выпуск вопросам разоружения (см. том XLVI, №№ 1 и 2), опубликовал статьи Специального представителя Генерального секретаря по вопросу о детях и вооруженном конфликте и Директора Службы Организации Объединенных Наций по деятельности, связанной с разминированием.

9. Департамент общественной информации также пропагандировал предложения Генерального секретаря по вопросу о разоружении и нераспространении с помощью публицистической статьи, опубликованной примерно в двух десятках газет по всему миру и посредством других изданий и мероприятий информационных центров Организации Объединенных Наций, неправительственных организаций и других партнеров.

Пропаганда кампании «Мы должны разоружиться» с использованием социальных сетей

10. Департамент содействовал проведению кампании «Мы должны разоружиться» по традиционным каналам, а также в онлайн-режиме через веб-сайты социальных сетей и веб-сайт Организации Объединенных Наций. Данные показали, что сайты социальных сетей помогли увеличить общий поток информационного обмена с веб-сайтом Международного дня мира Организации Объединенных Наций. По мере увеличения количества посылаемых сообщений в период с июня по сентябрь росло и число членов социальных сетей Twitter и Facebook, равно как и количество посещений веб-сайта Международного дня мира Организации Объединенных Наций.

Диаграмма I
Направленные из Центральных учреждений послания через сети микроблогов

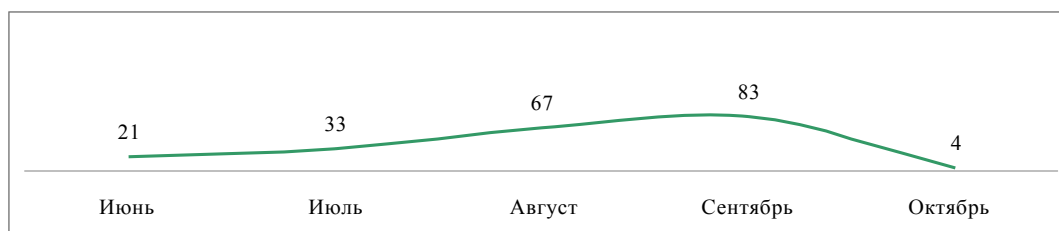


Диаграмма II
Членский состав: Twitter и Facebook Cause

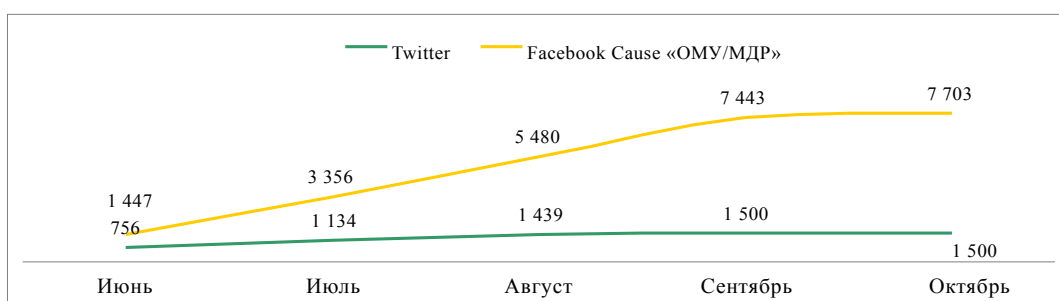
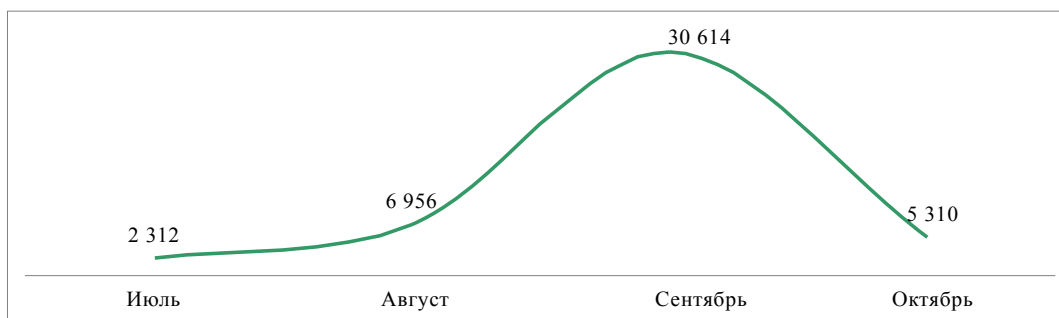


Диаграмма III
Посещения веб-сайта Международного дня мира
(все языковые варианты)



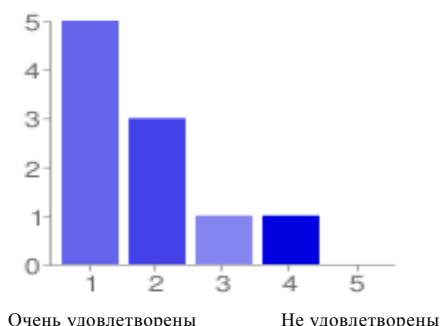
В. Вопрос о Палестине

11. Департамент провел ряд мероприятий в связи со своей специальной информационной программой по вопросу о Палестине. В период с 9 ноября по 11 декабря 2009 года он организовал в Центральных учреждениях Организации Объединенных Наций ежегодную учебную программу для девяти молодых палестинских журналистов (трех мужчин и шести женщин). Участники посещали семинары-практикумы и брифинги в Нью-Йорке, Женеве и Вашингтоне, округ Колумбия. В общей сложности за период со времени начала осуществления этой программы в 1995 году подготовку прошел 141 палестинский журналист.

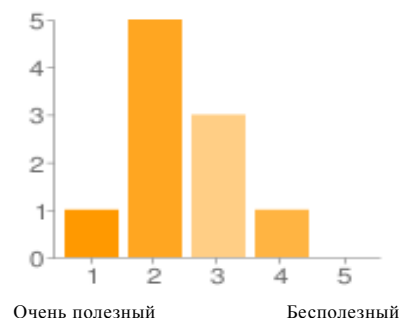
12. Программа 2009 года была нацелена на повышение уровня навыков участников в качестве профессиональных работников вещательных средств массовой информации. Проведенное по завершении программы обследование, как это видно из диаграммы IV, показало, что большинство участников программы считают ее полезной.

Диаграмма IV

Насколько вы удовлетворены программой в целом?



Как вы оцениваете семинар-практикум по вопросам производства телепрограмм?



Другие мероприятия, относящиеся к вопросу о Палестине, включали следующие:

а) семнадцатый Международный семинар для средств массовой информации по вопросам мира на Ближнем Востоке, организованный в сотрудничестве с министерством иностранных дел Бразилии, был проведен в Рио-де-Жанейро 27–28 июля 2009 года. В ходе этого мероприятия, в котором приняли участие примерно 200 человек, состоялись четыре групповых дискуссии. Семинар получил широкое освещение в крупных бразильских средствах массовой информации, включая *«Аженсиа Бразил»*, *«Глобу»*, *«Фолья ди Сан-Паулу»*, *«Эстаду ди Сан-Паулу»*, *«Диа»*, *«Журнал ду Бразил»*, а также в средствах массовой информации в других частях мира;

б) Департамент обновил и выставил английский вариант постоянной экспозиции, посвященной вопросу о Палестине, в Центральных учреждениях в Нью-Йорке и французский вариант — в Отделении Организации Объединенных Наций в Женеве. Электронный вариант обновленной выставки также имеется в онлайн-режиме;

с) в ознаменование шестидесятой годовщины Ближневосточного агентства Организации Объединенных Наций для помощи палестинским беженцам и организации работ (БАПОР), которая отмечалась в Центральных учреждениях Организации Объединенных Наций 24 сентября, Департамент общественной информации перевел подборку материалов БАПОР для печати на французский язык и напечатал подборки на английском, арабском и французском языках. Департамент также провел работу со СМИ в отношении этого события и содействовал беседам Генерального комиссара БАПОР с различными средствами массовой информации, включая *«Аль-Джазира»* и *«Аль-Арабия»*.

13. Информационные центры Организации Объединенных Наций играли важную роль в освещении шестидесятой годовщины БАПОР, в том числе посредством следующих мероприятий:

- а) Информационный центр Организации Объединенных Наций в Варшаве подготовил и распространил справочную информацию на польском языке;
- б) Информационный центр Организации Объединенных Наций в Мехико выставил экспозицию Департамента общественной информации по Палестине на испанском языке;
- с) Информационный центр Организации Объединенных Наций в Токио организовал семинар-практикум для обсуждения усилий Организации Объединенных Наций, Японии и БАПОР по оказанию помощи палестинскому народу.

С. Права человека

День прав человека в 2009 году

14. Департамент наладил партнерские связи с Управлением Верховного комиссара Организации Объединенных Наций по правам человека в праздновании Дня прав человека по всему миру. Под общей темой «Принять разнообразие — покончить с дискриминацией» примерно 30 информационных центров Организации Объединенных Наций проводили различные мероприятия — от показа фильмов и чтения лекций до выпуска радиопрограмм и перевода важнейших документов по правам человека на местные языки. Кроме того, были также проведены следующие мероприятия:

- а) Информационный центр Организации Объединенных Наций в Бухаресте в партнерстве с Национальным управлением пенитенциарных учреждений выпустил театральную постановку под названием “Speak Truth to Power” («Говори правду силе») с участием 14 заключенных, которая была показана в театре «Метрополис» в Бухаресте;
- б) Информационный центр Организации Объединенных Наций в Претории в содружестве с Южноафриканским союзом регби пропагандировал лозунг «Принять разнообразие — покончить с дискриминацией» на всем протяжении международного турнира по регби-7 в декабре. Флаг прав человека был выставлен на поле, а зрителям было зачитано послание Генерального секретаря по случаю Дня прав человека. Это мероприятие транслировалось в живом эфире более чем на 140 стран.

15. И Телевидение Организации Объединенных Наций, и Радио Организации Объединенных Наций пропагандировали права человека в своих регулярных программах. Например, Радио Организации Объединенных Наций выпустило в течение этого периода более 500 информационных и документальных очерков, включая материалы, посвященные Дню прав человека, трудящимся-мигрантам, празднованию юбилея отмены рабства, продовольственной безопасности как вопросу прав человека и росту числа лиц, ищущих убежища.

Прекращение насилия в отношении женщин

16. Департамент прилагал усилия для пропаганды и освещения десятой годовщины Международного дня борьбы с насилием в отношении женщин 25 ноября — важнейшей даты для организованной Генеральным секретарем кампании «Единство в борьбе с насилием в отношении женщин». Эта годовщина была ознаменована началом работы в Центральных учреждениях Организации Объединенных Наций созданной Генеральным секретарем Сети инициативных мужчин, отбираемых для работы в поддержку вышеуказанной кампании. Были подготовлены информационные материалы, включая подборку для печати, и измененный веб-сайт кампании (<http://endviolence.un.org>). Генеральный секретарь устроил пресс-конференцию в ознаменование Дня, которая получила широкое освещение в средствах массовой информации. Большинство информационных программ начиналось с создания Сети инициативных мужчин, и в них широко цитировались высказывания Генерального секретаря, а главное внимание обращалось на его призыв к мужчинам и мальчикам положить конец насилию в отношении женщин. Основные моменты, касающиеся освещения этого юбилея, включают материалы крупных телеграфных информационных агентств, включая «Ассошиэтед пресс» (АП), «Ажанс Франс-пресс» (АФП), «Би-би-си», «Дойче прессе-агентур» (ДПА) и «Синьхуа», которые широко транслировались онлайн-овыми и печатными СМИ. Кроме того, было передано несколько вещательных материалов, в том числе такими агентствами, как «Аль-Джазира» на английском языке и «Би-би-си ньюз».

17. Департамент прилагал усилия для освещения презентации в Центральных учреждениях Организации Объединенных Наций в октябре 2009 года совместного исследования Организации Объединенных Наций/Совета Европы, озаглавленного «Торговля человеческими органами, тканями и клетками и торговля людьми для целей извлечения органов». Это мероприятие получило значительное освещение в печати. Большинство статей с главной идеей — призыва относительно международной конвенции о торговле человеческими органами.

Права коренных народов

18. Департамент координировал глобальные мероприятия по презентации самого первого в истории Организации Объединенных Наций доклада *State of the World's Indigenous Peoples* («Положение коренных народов мира») в январе 2010 года. Всеобъемлющая подборка материалов для печати, содержащая разбитые по главам основные моменты, региональные фактологические бюллетени и главный пресс-релиз, была подготовлена на английском, испанском, русском и французском языках. Главное мероприятие в Нью-Йорке включало пресс-конференцию с одним из авторов доклада и Председателем Постоянного форума Организации Объединенных Наций по вопросам коренных народов. Другие мероприятия были проведены в Бельгии, Бразилии, Колумбии, Мексике, Российской Федерации и на Филиппинах при содействии информационных центров Организации Объединенных Наций. Информационные центры Организации Объединенных Наций в Канберре и Южной Африке также проводили целенаправленную работу со СМИ в связи с этим докладом. Кроме того, Информационный центр Организации Объединенных Наций в Мехико провел мероприятие по представлению доклада, которое освещалось шестью телевизионными каналами, тремя радиостанциями и пятью информационными агентствами.

19. В 2009 году Департамент содействовал 17 новым переводам Декларации о правах коренных народов. Первостепенное внимание отдавалось переводу на языки коренного населения, включая мапуче и вичи (при содействии Информационного центра Организации Объединенных Наций в Буэнос-Айресе) и цоциль, целталь и чоль (при содействии Информационного центра Организации Объединенных Наций в Мехико). Сейчас Декларация имеется более чем на 30 языках.

Генеральная Ассамблея и Совет по правам человека

20. Департамент организовал десяток пресс-брифингов и несколько интервью со специальными докладчиками и независимыми экспертами по правам человека во время обычной части работы Генеральной Ассамблеи.

21. В связи с мероприятием по представлению доклада миссии Организации Объединенных Наций по установлению фактов в связи с конфликтом в Газе (назначенной Советом по правам человека) в сентябре 2009 года Департамент сотрудничал с Управлением Верховного комиссара Организации Объединенных Наций по правам человека в организации пресс-конференции и интервью руководителя миссии судьи Ричарда Голдстоуна. К их числу относились такие средства массовой информации, как «Аль-Джазира» (на английском и арабском языках), «Эй-би-си рэйдиоу» (Австралия), «Би-би-си» (телевидение и радио), «Си-эн-эн», «Чэннел фор» (Соединенное Королевство), Телевидение Египта, «Франс 24 телевижн» и «Ньюз Ауэр» («Паблик бродкастинг сервис») из Соединенных Штатов Америки.

D. Информационная программа по вопросу о геноциде в Руанде и Организации Объединенных Наций

22. В декабре 2009 года руководитель информационной программы Организации Объединенных Наций посетил Руанду для встречи с представителями правительства и главными партнерами программы. Встреча с руандийскими участниками фотопроекта «Виды Руанды» дала возможность показать им экспозицию, организованную с использованием результатов их работы, которая была выставлена в Центральных учреждениях Организации Объединенных Наций в апреле 2009 года по случаю пятнадцатой годовщины геноцида. Экспозиция фотовыставки «Виды Руанды» была также организована в мемориале геноцида в Кигали в январе 2010 года.

E. Изменение климата

23. Повышение уровня осведомленности относительно необходимости в новой глобальной договоренности для решения проблемы изменения климата было одним из главных приоритетов Организации Объединенных Наций в 2009 году. Департамент прилагал усилия для наращивания импульса в этом вопросе посредством пропаганды саммита по проблеме изменения климата, проведенного перед прениями на сессии Генеральной Ассамблеи в сентябре 2009 года, в работе которого принял участие 101 глава государства или правительства, и пятнадцатой сессии Конференции сторон Рамочной конвенции Организации Объединенных Наций об изменении климата (РКООНИК), прове-

денной в Копенгагене в декабре 2009 года, в которой участвовали 119 руководителей.

24. Департамент общественной информации координировал коммуникационные усилия по проблеме изменения климата в своем качестве председателя и координатора для более чем 20 учреждений, входящих в межучрежденческую Целевую группу по проблеме изменения климата Группы Организации Объединенных Наций по вопросам коммуникации. Через посредство Целевой группы была разработана и осуществлялась кампания «ЗаклЮчить соглашение». Эта кампания сыграла важную роль в повышении уровня осведомленности относительно необходимости достижения международной договоренности для решения проблемы изменения климата. В частности, Департамент тесно сотрудничал с Программой Организации Объединенных Наций по окружающей среде в проведении кампании и в поддержку РКООНИК на Копенгагенской конференции. На протяжении всего года Департамент тесно сотрудничал со Вспомогательной группой Генерального секретаря по изменению климата в выпуске и распространении материалов по вопросам изменения климата. Департамент также тесно сотрудничал с неправительственными организациями и индустрией рекламы, что привело к появлению кампании «Хоупенгаген».

25. Департамент общественной информации играл ведущую роль в организации коммуникационной работы в связи с сентябрьским саммитом по проблеме изменения климата, в подготовке заявлений при открытии и закрытии саммита, в выпуске подборки материалов для прессы, в организации имиджевой рекламы в здании Секретариата Организации Объединенных Наций в связи с саммитом, в помещении заранее записанных заявлений руководителей стран мира на веб-сайте саммита, в организации информационной работы со СМИ и в налаживании связей с организациями гражданского общества. В ходе Копенгагенской конференции Департамент общественной информации поддерживал работу различных членов группы по изменению климата Группы Организации Объединенных Наций по вопросам коммуникации, готовил ежедневный блог, посвященный Конференции, отвечал за стенд публикаций Организации Объединенных Наций и готовил интервью для Генерального секретаря. Дополнительные мероприятия в связи с изменением климата включали следующие:

а) изначальные репортажи о работе Копенгагенской конференции обеспечивались Департаментом через портал “Gateway to the United Nations System’s Work on Climate Change” («Доступ к работе системы Организации Объединенных Наций по проблематике изменения климата») (www.un.org/climatechange). Департамент также подготовил и вел веб-сайт для сентябрьского саммита по проблеме изменения климата;

б) и Телевидение Организации Объединенных Наций, и Радио Организации Объединенных Наций обеспечивали широкое освещение. Каждая языковая группа Радио Организации Объединенных Наций обеспечивала специальные репортажи и создавала ссылку, посвященную изменению климата, на своем веб-сайте. В течение этого отчетного периода каждая группа подготовила от 50 до 180 соответствующих материалов, включая программы новостей, репортажи, интервью и серию из пяти частей по проблеме изменения климата. Копенгагенская конференция освещалась двумя продюсерами. Помимо информационных материалов и документальных очерков, группа готовила фотогалереи и видеоматериалы;

с) журнал «Хроника ООН» посвятил целый выпуск (том XLVI, №№ 3 и 4) проблеме изменения климата.

26. Сеть информационных центров Организации Объединенных Наций сыграла ключевую роль в поддержку кампании «Заклучить соглашение». В начале 2009 года Региональный информационный центр Организации Объединенных Наций в Брюсселе приступил к проведению своей второй кампании по информированию европейской общественности, озаглавленной “CoolPlanet 2009”, с уделением главного внимания изменению климата и поддержке кампании «Заклучить соглашение». Нижеследующие информационные центры Организации Объединенных Наций также играли ключевую роль в поддержке усилий по повышению осведомленности относительно проблемы изменения климата:

а) Информационный центр Организации Объединенных Наций в Праге, работая с Британским советом, пригласила ведущих чешских карикатуристов принять участие в кампании “Cartooning for Seal the Deal” («Карикатура в поддержку заключения соглашения»). Лучшие 12 карикатур стали частью передвижной выставки, которая экспонировалась в чешском парламенте, в школах и публичных библиотеках;

б) Информационный центр Организации Объединенных Наций в Яунде участвовал в конференции Панафриканской сети парламентариев по проблеме изменения климата, которая состоялась в Национальном собрании Камеруна в Яунде в ноябре 2009 года. Эта двухдневная конференция объединила законодателей из восьми африканских стран для обсуждения проблемы изменения климата в бассейне реки Конго;

с) Информационный центр Организации Объединенных Наций в Маниле в партнерстве с фирмой, занимающейся возобновляемыми источниками энергии, организовал лекционный форум под названием «Автопоезд по проблеме изменения климата» для многочисленных учащихся начальных и средних школ на Филиппинах;

д) Информационный центр Организации Объединенных Наций в Боготе вместе с Университетом Росарио организовал первую конференцию в рамках «Модели Организации Объединенных Наций» по проблеме изменения климата, в которой приняло участие более 300 учащихся.

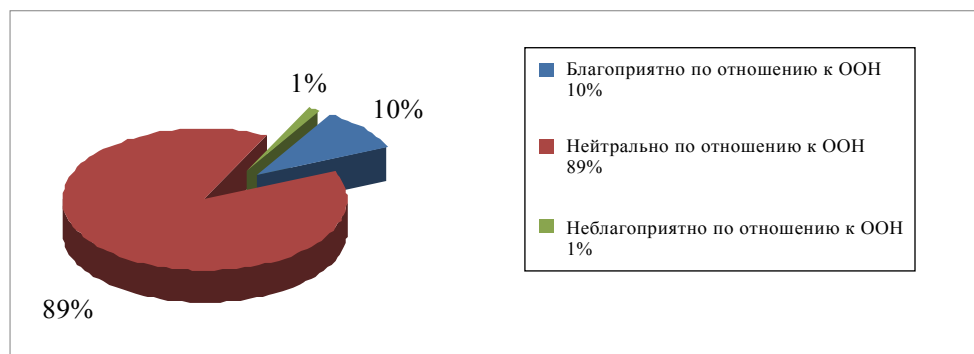
27. Изменение климата было также темой «Обзора мирового экономического и социального положения, 2009 год» под заглавием «Содействие развитию, спасение планеты». Департамент в сотрудничестве с несколькими партнерами по системе Организации Объединенных Наций оказывал медийную поддержку мероприятию по презентации этого доклада, которое состоялось 1 сентября 2009 года в Женеве, обеспечив его освещение крупными телеграфными информационными агентствами. Региональные мероприятия были организованы информационными центрами и службами в Бангкоке, Исламабаде, Йоханнесбурге, Найроби и Дели, помимо пресс-конференции в Нью-Йорке, которая привела к появлению статей в «Нью-Йорк таймс» и «Файнэншл таймс».

28. Департамент в сотрудничестве с секретариатом РКООНИК проанализировал медийное освещение саммита по проблеме изменения климата. Было собрано и проанализировано в общей сложности 1977 выдержек из сообщений СМИ по всему миру. Более 50 процентов сообщений содержали по меньшей мере одно послание Организации Объединенных Наций по проблеме измене-

ния климата, а 35 процентов упоминали или цитировали официального представителя Организации Объединенных Наций. Большинство сообщений освещали либо нейтрально, либо благоприятно роль Организации, что видно из диаграммы V.

Диаграмма V

Саммит по проблеме изменения климата: сентябрь 2009 года



Общее число выдержек, в которых упоминается Организация Объединенных Наций — 1599 из 1977

Е. Цели в области развития, сформулированные в Декларации тысячелетия

29. Департамент тесно сотрудничал с соответствующими основными подразделениями и партнерами по системе Организации Объединенных Наций в деле координации и пропаганды презентации двух крупных докладов: ежегодного доклада о целях в области развития, сформулированных в Декларации тысячелетия (6 июля); и второго доклада Целевой группы по отставанию в сфере достижения целей в области развития, сформулированных в Декларации тысячелетия (16 сентября). Наряду с кампанией «Тысячелетие» Организации Объединенных Наций он также сыграл важную роль в осуществлении инициативы «Активизация борьбы с нищетой и за осуществление целей в области развития, сформулированных в Декларации тысячелетия» (17–19 октября). В декабре началось планирование межучрежденческой коммуникационной кампании по целям в области развития, сформулированным в Декларации тысячелетия, ведущей к пленарному заседанию высокого уровня по целям в области развития, сформулированным в Декларации тысячелетия, которое по решению Генеральной Ассамблеи состоится 20–22 сентября 2010 года.

Презентация доклада 2009 года о целях в области развития, сформулированных в Декларации тысячелетия

30. Департамент в сотрудничестве с Департаментом по экономическим и социальным вопросам разработал и осуществил коммуникационную стратегию для Генерального секретаря с целью презентации ежегодного доклада о целях в области развития, сформулированных в Декларации тысячелетия, в Женеве при открытии этапа заседаний высокого уровня сессии Экономического и Со-

циального Совета. Кроме того, информационные центры и отделения Программы развития Организации Объединенных Наций оказывали содействие в организации мероприятий в Брюсселе, Йоханнесбурге, Москве, Дели и Стокгольме (организующем пропагандистские мероприятия в пяти скандинавских странах), а информационные центры в Каире и Мехико координировали распределение пресс-релизов. Девять пресс-релизов были подготовлены, переведены на соответствующие языки и распространены среди средств массовой информации в электронном виде и в онлайн-режиме.

31. Презентация получила широкое освещение в средствах массовой информации, включая: 19 сообщений в СМИ на английском языке в Австралии, Европе и Соединенных Штатах, в особенности *«Файнэншл таймс»*, *«Гардиан»*, *«Сидней морнинг геральд»* и *«Хаффингтон пост»*; 17 сообщений в Индии, включая *«Таймс оф Индия»*, *«Хиндустан таймс»* и очерк на целую страницу в *«Стейтсман»*; 24 сообщения в СМИ на французском языке и в странах Бенилюкс; более 40 сообщений в Латинской Америке; три сообщения в африканских СМИ, включая *«Гардиан»* в Нигерии и *«Бизнес дей»* в Южной Африке; 12 сообщений на Ближнем Востоке; и 24 сообщения в средствах массовой информации скандинавских стран, включая несколько репортажей в телевизионных новостях. Этот охват в целом совпадал с основными идеями, содержащимися в пресс-релизах.

32. Презентация доклада Целевой группы по отставанию в сфере достижения целей в области развития, сформулированных в Декларации тысячелетия, состоялась в Нью-Йорке в сентябре 2009 года в присутствии первого заместителя Генерального секретаря и других старших должностных лиц Организации Объединенных Наций.

Кампания по содействию осуществлению целей в области развития, сформулированных в Декларации осуществления

33. Отталкиваясь от своего выдающегося успеха, достигнутого в 2008 году, информационные центры Организации Объединенных Наций играли ключевую роль в деле поддержки инициативы «Призыв к активным действиям», объявленной в рамках кампании «Тысячелетие» Организации Объединенных Наций. Эта инициатива позволила мобилизовать рекордное число сторонников в количестве 173 миллионов человек, принявших участие в более 3000 мероприятий в свыше 120 странах для того, чтобы в буквальном смысле «встать» против нищеты и в поддержку целей в области развития, сформулированных в Декларации тысячелетия, на протяжении трехдневного периода (16–18 октября 2009 года). Многие подобные мероприятия привлекли к себе внимание национальных и местных СМИ и послужили толчком для творческих новых партнерских связей с гражданским обществом и государственным сектором, повышая уровень осведомленности относительно достижения целей и укрепляя поддержку в этой связи. Мероприятия в рамках этой кампании включали следующие:

а) Информационный центр Организации Объединенных Наций в Боготе в координации с министерством образования мобилизовал свыше 154 000 граждан, в основном учащихся, которые вставали в знак протеста против нищеты;

б) Информационный центр Организации Объединенных Наций в Каире объединил силы с местными религиозными лидерами и правительством для мобилизации 29 миллионов человек для участия в церемонии вставания против нищеты в ходе еженедельных молитвенных служб;

с) Информационный центр Организации Объединенных Наций в Маниле сотрудничал со страновой группой и правительством, заручился поддержкой президента Филиппин и ее кабинета и добился участия примерно 35 миллионов человек;

д) Информационный центр Организации Объединенных Наций в Претории в сотрудничестве с федерациями регби и футбола мобилизовал десятки тысяч людей на спортивных мероприятиях для демонстрации их поддержки борьбе против нищеты.

Пропагандистская деятельность, планируемая на 2010 год

34. Департамент приступил к координации планирования крупной коммуникационной кампании в связи с целями в области развития, сформулированными в Декларации тысячелетия, в 2010 году, сотрудничая с другими межучрежденческими партнерами в рамках целевой группы при Группе Организации Объединенных Наций по вопросам коммуникации. В ходе кампании будут использоваться материалы, полученные от отделений на местах, для освещения успехов и доведения до общественности мысли о том, что цели могут быть достигнуты, и кампания будет направлена на использование онлайн-овых и новых медийных средств для охвата широкой аудитории.

Г. Деятельность по итогам Всемирной встречи на высшем уровне по вопросам информационного общества

35. Департамент продолжал содействовать осуществлению выводов Всемирной встречи на высшем уровне по вопросам информационного общества посредством оказания содействия в пропаганде Глобального альянса по информационно-коммуникационным технологиям и развитию, в более конкретном плане — его ежегодной встречи и его форума по вопросам того, как лучше всего использовать информационно-коммуникационные технологии для укрепления работы в сфере образования, которые состоялись в Монтеррее, Мексика, в период с 31 августа по 3 сентября.

36. Департамент также оказал поддержку четвертому ежегодному совещанию Форума по управлению Интернетом, которое состоялось в Шарм-эль-Шейхе, Египет, с 15 по 18 ноября. В работе по охвату журналистов и других, кто следит за вопросами, касающимися Интернета, были приложены особые усилия для использования новых и социальных сетей для того, чтобы люди могли следить за работой Форума издалека. Более 1500 фотографий были помещены на сервисе Flickr, и сотни видеоклипов, касающихся Форума и его семинаров-практикумов, были загружены на YouTube.

Г. Новое партнерство в интересах развития Африки

37. В рамках своих усилий по сосредоточению общемирового внимания на вопросах, крайне важных для развития Африки, Департамент продолжал укреплять и расширять свою информационно-пропагандистскую деятельность посредством пропаганды целей НЕПАД и освещения его достижений. Это делалось в тесном сотрудничестве с Канцелярией Специального советника по Африке и Экономической комиссий для Африки.

38. Ведущие публикации Департамента, посвященные Африке — *Africa Renewal* и *Afrique repouveau* (обе имеются на сайте www.un.org/Africarenewal), — продолжали служить основой для значительной части работы Департамента по поддержке НЕПАД. Среди главных статей, опубликованных за отчетный период, было несколько статей, посвященных глобальному экономическому кризису и его воздействию на Африку, изменению климата, целям в области развития, сформулированным в Декларации тысячелетия, и вопросам мира, безопасности и прав человека. Кроме того, служба коротких очерков публикации *Africa Renewal* продолжала выпускать и размещать короткие документальные материалы (800–1000 слов) в крупных средствах массовой информации по всему миру. Повторная публикация позволяет Департаменту достигать большой аудитории, которую имеют крупные национальные средства массовой информации, как печатные, так и электронные. Статьи также распространялись следующим образом:

а) в период с июля 2009 года по январь 2010 года 21 из коротких документальных очерков был опубликован 391 раз в 122 различных СМИ в Африке и по всему миру (171 раз на английском языке, 165 раз на французском, 4 раза на суахили, 2 раза на португальском, один раз на греческом и один раз на испанском). Только одна статья, озаглавленная “Is Africa's land up for grabs?” («Можно ли присвоить землю Африки?»), была опубликована 47 раз. Статьи, основанные на новостях, которые были опубликованы в трех различных выпусках журнала, были изданы в 42 странах, включая Аргентину, Бельгию, Бенин, Буркина-Фасо, Гану, Гвинею, Грецию, Египет, Кению, Кот-д’Ивуар, Мавританию, Мали, Нигерию, Объединенную Республику Танзанию, Сенегал, Соединенные Штаты, Францию, Чешскую Республику, Швейцарию и Эфиопию. Кроме того, статьи появились на 35 различных онлайн-блогах, сообщениях и глобальных веб-сайтах;

б) Департамент опирался на сеть информационных центров Организации Объединенных Наций в плане выявления местных органов печати, готовых к переизданию его коротких документальных очерков. Информационный центр Организации Объединенных Наций в Виндхуке, например, способствовал регулярной публикации статей из *Africa Renewal* в одной из местных газет на английском языке;

с) Радио Организации Объединенных Наций подготовила несколько из статей, опубликованных в журнале *Africa Renewal*, для передачи в рамках его радиопрограммы “United Nations and Africa” («Организация Объединенных Наций и Африка»). Этот проект был осуществлен в сотрудничестве с Радио Организации Объединенных Наций и несколькими учреждениями системы Организации Объединенных Наций, базирующимися в Африке. Информационный центр Организации Объединенных Наций в Бужумбуре в своей радиопрограм-

ме, подготовленной совместно с национальным радио Бурунди, рассказал о глобальном экономическом кризисе и его воздействии на экономику стран Африки.

39. В январе 2010 года Департамент открыл новый веб-сайт *Africa Renewal* и начал активно использовать новые медийные инструменты. Этот веб-сайт, имеющий новое визуальное оформление и модернизированную информационную схему, служит для размещения не только содержания журнала *Africa Renewal*, но и более оригинального, предназначенного только для сети информационного наполнения, подготавливаемого Департаментом, а также для обеспечения доступа к новым медийным средствам. Он содержит послания через систему микроблогов Twitter на английском и французском языках, обеспечивает доступ к страничкам Департамента в системах Facebook и YouTube и передает регулярную и обновляемую ленту новостей по вопросам Африки, поступающих из всей системы Организации Объединенных Наций. Реализуются планы создания нового блога, который будет доступен для избранного круга журналистов в Африке и экспертов Организации Объединенных Наций по проблемам Африки.

40. Обследование читателей журнала *Africa Renewal*, помещенное в сети и распространявшееся в печатном варианте в период с апреля 2008 года по декабрь 2009 года, показало, что 53 процента его читателей лучше понимают приоритеты Африки благодаря чтению журнала *Africa Renewal*. Шестьдесят восемь процентов указали на то, что в *Africa Renewal* они находят информацию, которую нелегко найти где-то еще.

Диаграмма VI

Вы лучше понимаете приоритетные для Африки вопросы благодаря чтению/посещению *Africa Renewal*?

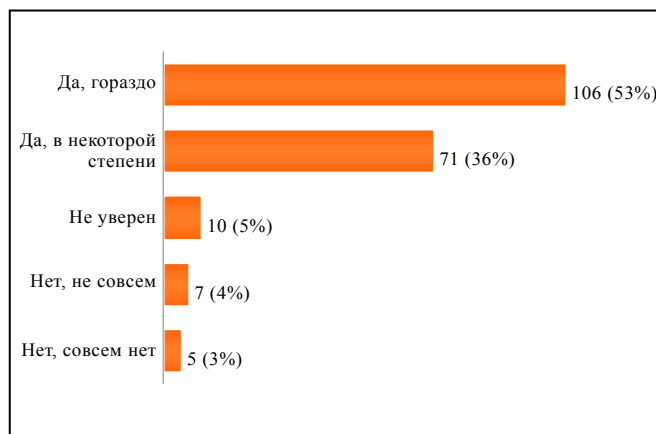
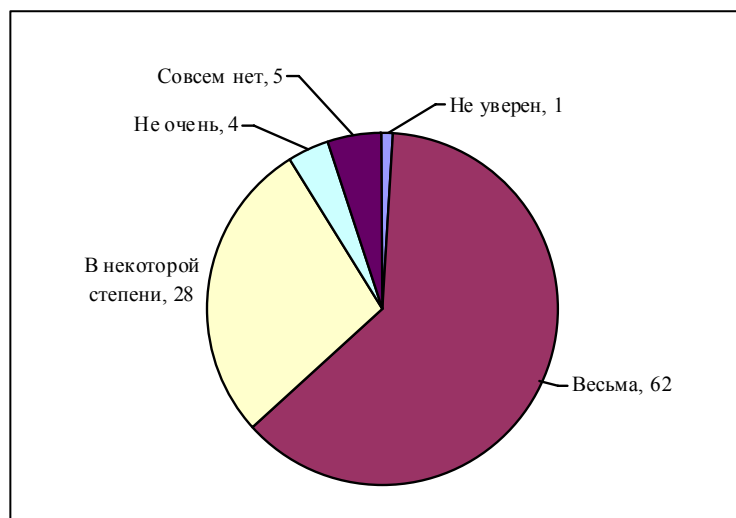


Диаграмма VII

Насколько полезной/интересной вы находите содержащуюся в *Africa Renewal* информацию по этим темам?

Тема: Женщины



III. Культура оценки

41. Анализ работы Департамента со средствами массовой информации, в более конкретном плане — отдачи от кампаний общественной информации и коммуникационных кампаний, является областью, в которой Департамент прилагает усилия для обеспечения более систематической оценки. Эти проекты мониторинга средств массовой информации и обследований, осуществляемые Группой оценки и исследований в области коммуникации Департамента общественной информации, помогают руководителям программ улучшать их коммуникационные кампании, мероприятия и программы. Например, проект по мониторингу средств массовой информации в отношении целей в области развития, сформулированных в Декларации тысячелетия, показал, что более простые коммуникационные сообщения более широко абсорбируются и что следует уделять больше внимания тому, как сообщения воспринимаются в различных регионах. Эти извлеченные уроки применялись в отношении недавних коммуникационных кампаний по приоритетным темам. Данные обследований также используются для руководства стратегиями и улучшения программ. Проведенное в 2009 году обследование информационных центров Организации Объединенных Наций позволило получить сведения относительно проблем, с которыми сталкиваются отделения на местах в плане онлайн-распространения информации. Эти технические и организационные проблемы будут решаться Департаментом в 2010 году.

42. В 2009 году Департамент провел обследования и другие оценки следующих программ, мероприятий и видов продукции:

- a) шестьдесят вторая ежегодная конференция Департамента общественной информации /неправительственных организаций⁴;
- b) коммуникационные группы Организации Объединенных Наций на страновом уровне⁵;
- c) коммуникационные кампании по вопросам разоружения и изменения климата;
- d) программа UN4U («ООН для тебя»), проводимая в Нью-Йорке;
- e) семинары-практикумы и конференция на тему глобальной модели Организации Объединенных Наций;
- f) *Africa Renewal*;
- g) веб-сайт Организации Объединенных Наций и веб-сайты информационных центров Организации Объединенных Наций;
- h) услуги, предоставляемые Библиотекой им. Дага Хаммаршельда;
- i) брифинги, проводимые информационными центрами Организации Объединенных Наций.

⁴ Результаты обследования, см. A/AC.198/2010/4.

⁵ Результаты обследования, см. A/64/262.

Часть вторая

Сеть информационных центров Организации Объединенных Наций

I. Справочная информация

1. Сеть информационных центров Организации Объединенных Наций, сейчас полностью интегрированная с работой в сфере стратегических коммуникационных услуг, является ключом к реализации коммуникационных стратегий Департамента общественной информации. Посредством перераспределения ресурсов, улучшения использования информационно-коммуникационных технологий, профессиональной подготовки персонала, наращивания партнерских связей на местном и региональном уровнях и регулярного взаимодействия с Центральными учреждениями информационные центры Организации Объединенных Наций в настоящее время лучше подготовлены к тому, чтобы выступать в качестве «общедоступного рупора» Организации в тех местах, в которых они работают.

2. В течение отчетного периода сеть из 63 информационных центров Организации Объединенных Наций продолжала пропагандировать коммуникационные приоритеты Организации, распространять основные послания среди местной аудитории на соответствующих языках и укреплять местные партнерские связи, одновременно адаптируясь к новым требованиям, вытекающим из достижений в области информационно-коммуникационных технологий и усиливающих проблем в плане безопасности.

II. Работа с целевыми аудиториями на местных языках

3. Одним из ключевых элементов в работе информационных центров Организации Объединенных Наций является распространение информации на местных языках. В настоящее время информационные центры располагают потенциалом для работы на 48 языках и выпускают информационные материалы более чем на 150 языках. Эти материалы распространяются через веб-сайты, газеты, радио и телевидение, учебные и общественные информационно-пропагандистские мероприятия, а также посредством новых медийных инструментов и социальных сетей. Мероприятия, проведенные информационными центрами Организации Объединенных Наций, включают следующие:

а) Региональный информационный центр Организации Объединенных Наций в Брюсселе ведет веб-сайт на 13 языках, а его библиотека предлагает пользователям доступ к информационным ресурсам на большинстве языков Западной Европы. Ежемесячные журналы и информационные бюллетени Центра выпускаются на английском, немецком, португальском и французском языках. Центр также предоставляет информационные материалы на португальском языке всем подразделениям Организации Объединенных Наций, работающим в португалоговорящих странах. Кроме того, он готовит на английском языке ежедневный обзор прессы на основе 10 местных языков. Благодаря щедрой поддержке правительства Бельгии главные информационные материалы переводятся и выпускаются типографским способом, а видеоматериалы Организации

Объединенных Наций выпускаются с субтитрами на большинстве языков региона;

b) Информационный центр Организации Объединенных Наций в Мехико перевел Декларацию о правах коренных народов на такие языки и диалекты, как северный чинантеко, масауа, науатль района перешейка, тотонако района побережья, целталь и сапотеко района прибрежной равнины. Информационный центр Организации Объединенных Наций в Буэнос-Айресе перевел Декларацию на языки мапуче и вичи. Информационный центр Организации Объединенных Наций в Тегеране и Представительство Организации Объединенных Наций в Минске перевели Декларацию, соответственно, на персидский и белорусский языки, а информационные центры в Анкаре, Брюсселе и Дели перевели ее, соответственно, на турецкий, греческий и хинди;

c) Информационный центр Организации Объединенных Наций в Претории выпустил серию объявлений социальной рекламы на тему “Say ‘no’ to xenophobia — voices of tolerance and diversity” («Скажи «нет» ксенофобии — голоса терпимости и разнообразия»), которые передавались по сети общинных радиостанций, находящихся в ведении Южноафриканской вещательной корпорации, в период с 21 марта по 30 апреля 2009 года. Были использованы следующие языки: тсонга, сетсвана, сесото, сисвати, венда, коса и зулу;

d) Информационный центр Организации Объединенных Наций в Рио-де-Жанейро выпустил в 2009 году португальский вариант видеолента *Year in Review 2008* («Обзор 2008 года») и *End Poverty-Millennium Development Goals 2015* («Покончить с голодом — цели в области развития, сформулированные в Декларации тысячелетия, 2015 год»);

e) Информационная служба Организации Объединенных Наций в Вене перевела Всеобщую декларацию прав человека на венгерский, словацкий и словенский языки.

4. Информационные центры Организации Объединенных Наций также перевели следующие публикации Департамента общественной информации: *Sixty ways the United Nations makes a difference* («Шестьдесят способов, с помощью которых 60 Ways the Организация Объединенных Наций может изменить мир к лучшему») (на турецкий язык), *Building a stronger United Nations for a better world* («Строительство более сильной Организации Объединенных Наций ради лучшего мира») (на азербайджанский язык), *Charter of the United Nations and Statute of the International Court of Justice* («Устав Организации Объединенных Наций и Статут Международного Суда») (на персидский язык) и *Everything You Always Wanted to Know about the United Nations* («Все, что вы всегда хотели узнать об Организации Объединенных Наций») (на армянский язык).

Размещение публицистических статей информационными центрами Организации Объединенных Наций

5. Благодаря своим знаниям относительно местных средств массовой информации в их соответствующих странах информационные центры Организации Объединенных Наций располагают хорошими возможностями для публикации статей Генерального секретаря и старших должностных лиц Организации Объединенных Наций в национальных газетах, часто с их переводом на местные языки. Например, в сентябре 2009 года статья Генерального секретаря

об изменении климата под названием “Now is Our Time” («Сейчас — наше время») была переведена информационными центрами Организации Объединенных Наций на венгерский, немецкий, персидский, румынский, словацкий, словенский, чешский и японский языки и опубликована в национальных газетах.

Создание Информационного центра Организации Объединенных Наций в Луанде

6. Удовлетворение потребностей португалоязычных стран Африки уже давно стало проблемой как для государств-членов, так и для Департамента. С учетом этого бюджет на двухгодичный период 2010–2011 годов, утвержденный Генеральной Ассамблеей 23 декабря 2009 года, включает финансирование и должности в целях создания информационного центра Организации Объединенных Наций в Луанде. Департамент будет тесно сотрудничать с правительством Анголы, которое предложило бесплатные помещения, в деле создания на первоочередной основе информационного центра в Луанде. Он уже приступил к процессу классификации должностей, которые будут приданы новому центру, и выявления первоначальных потребностей в мебели и оборудовании. Предполагается, что новый центр будет поддерживать тесные связи с информационным центром Организации Объединенных Наций в Рио-де-Жанейро и с португальским сектором в Региональном информационном центре в Брюсселе.

III. Укрепление местных и региональных партнерских связей

Совместная коммуникационная деятельность на страновом уровне

7. В честь Дня Организации Объединенных Наций в 2009 году сеть информационных центров Организации Объединенных Наций в сотрудничестве со страновыми группами Организации Объединенных Наций организовала целый ряд мероприятий, включая информационно-пропагандистскую кампанию “UN4U” («ООН для тебя»), лекции, «открытые дома» Организации Объединенных Наций с презентациями, показами фильмов и выставками, часто с участием правительственных чиновников высокого уровня, представителей гражданского общества и средств массовой информации. Другие мероприятия включали следующие:

а) информационные центры Организации Объединенных Наций мобилизовали 21 000 учащихся в 35 странах примерно в 135 школах и университетах для участия во второй ежегодной кампании «ООН для тебя»;

б) Информационный центр Организации Объединенных Наций в Токио в партнерстве с учреждениями системы Организации Объединенных Наций, министерством иностранных дел, «Моделью Организации Объединенных Наций — Япония» и другими организовал первую «Неделю Организации Объединенных Наций», которая включала семинар о роли бизнеса в достижении целей в области развития, сформулированных в Декларации тысячелетия, и семинар-практикум на тему «Модель Организации Объединенных Наций», в которых участвовал заместитель Генерального секретаря по коммуникации и общественной информации;

с) в рамках нового партнерства между Региональным информационным центром Организации Объединенных Наций в Брюсселе и афинским метро выборочные приоритетные вопросы и мероприятия Организации Объединенных Наций будут пропагандироваться на протяжении 2010 года с использованием 133 видеомониторов на 23 станциях городской системы скоростных подземных перевозок, которой ежегодно пользуются примерно 170 миллионов человек. Плакаты, посвященные Международному году биоразнообразия и Международному дню памяти жертв Холокоста, уже вывешены, а к числу вопросов, которые будут пропагандироваться в предстоящее время, относятся цели в области развития, сформулированные в Декларации тысячелетия.

Расширение партнерских связей на региональном уровне

8. В ряде случаев работы информационных центров простирается дальше границ отдельных стран в целях укрепления регионального сотрудничества и обеспечения более сильного звучания передаваемых посланий на региональном уровне. Мероприятия включали следующие:

а) по инициативе Регионального информационного центра Организации Объединенных Наций в Брюсселе в последние несколько лет активизировалось сотрудничество Департамента общественной информации с Европейским союзом в осуществлении совместных коммуникационных проектов. Чтобы усилить это сотрудничество и расширить его границы, Организация Объединенных Наций и Европейский союз договорились вести совместную работу по реализации новой коммуникационной инициативы под названием “Partnership for a better world” («Партнерство ради лучшего мира»). На протяжении 2010 года сеть делегаций Европейского союза в партнерстве с информационными центрами Организации Объединенных Наций будут использовать некоторые из основных международных дней для стимулирования правительств и субъектов гражданского общества к сосредоточению внимания на насущных глобальных вопросах. Вопросы, охватываемые восьмью международными днями, отобранными для этой коммуникационной инициативы, охватывают целый диапазон от всеобщих прав человека до прав женщин, детей и коренного населения, от свободы печати до таких ключевых общемировых вопросов, как продовольствие, нищета и окружающая среда. Для каждого международного дня коммуникационные материалы, подготовленные двумя организациями, будут сводиться в совместный электронный инструментарий. «Партнерство ради лучшего мира» будет добиваться поддержки со стороны крупных европейских газет и вещательных компаний, а также сайтов социальных сетей, работников искусств и артистов;

б) Информационный центр Организации Объединенных Наций в Манаме оказал медийную и коммуникационную помощь в пропаганде совещания министров стран Западной Азии, организованного при поддержке Экономического и Социального Совета, Экономической и социальной комиссии для Западной Азии и Всемирной организации здравоохранения, на тему «Решение проблем, связанных с неинфекционными заболеваниями и травмами: основные проблемы в области устойчивого развития в XXI веке», которое было проведено правительством Катара в Дохе 10–11 мая 2009 года. Был выпущен пресс-релиз и было организовано две пресс-конференции. Детский канал телевидения «Аль-Джазира» участвовал в этом совещании с целью повышения уровня осведомленности относительно неинфекционных заболеваний.

IV. Использование новых информационно-коммуникационных технологий

Веб-сайты информационных центров Организации Объединенных Наций

9. Все информационные центры Организации Объединенных Наций имеют сейчас свои собственные специализированные веб-сайты. Эти веб-сайты предлагают информацию на пяти официальных языках (английском, арабском, испанском, русском и французском) и на 33 других языках. В декабре 2009 года самое большое число просмотров страниц, зарегистрированное среди веб-сайтов информационных центров, составляло примерно 11 миллионов в Мехико, за которым следовали Вена (10,5 миллиона), Брюссель (4,8 миллиона), Токио (4,7 миллиона), Варшава (2,6 миллиона), Богота (1,5 миллиона) и Прага (1,1 миллиона).

10. Веб-страница информационных центров Организации Объединенных Наций, размещенная на веб-сайте Организации Объединенных Наций, предоставляет доступ ко всем 63 информационным центрам, включая их собственные веб-сайты. Она имеется на всех шести официальных языках и содержит блог-овые материалы, рассортированные по тематическим областям, а также фотогалерею, иллюстрирующую различные виды деятельности, выполняемые информационными центрами. В 2009 году портал зарегистрировал 650 000 просмотров страниц на всех языках.

11. Информационный центр Организации Объединенных Наций в Бужумбуре зарегистрировал самое большое число просмотров страниц на своем веб-сайте среди всех других информационных центров в Африке в 2009 году. Центр, который тесно сотрудничает с Объединенным представительством Организации Объединенных Наций в Бурунди (ОПООНБ), превратил свой веб-сайт в начальную, приветственную страницу Интернет-клиентов и посетителей Центра. Библиотека Центра имеет в среднем более 1000 посетителей в месяц, большинство из которых приходят воспользоваться его Интернет-службой, которая предоставляется бесплатно. Тот факт, что на веб-сайте имеются некоторые документы Организации Объединенных Наций на языке кирунди, являющемся национальным языком, также помогает привлекать посетителей на его веб-сайт.

Инструменты социальных сетей

12. Стремительно расширяющиеся инструменты социальных сетей стали необходимостью для активизации информационно-пропагандистской деятельности Организации Объединенных Наций, особенно среди молодежной аудитории. Ряд информационных центров Организации Объединенных Наций завели себе адреса на представительных сайтах социальных сетей. Некоторые центры организовывали также блог-овые конкурсы и проводили кампании рассылки сообщений через СМС (службу коротких сообщений). Проведенные мероприятия включают следующие:

а) Информационный центр Организации Объединенных Наций в Бухаресте совместно с посольством Соединенного Королевства организовали он-лайн-блог-овый конкурс, в рамках которого молодым людям в возрасте от 17 до 35 лет предлагалось рассчитать свой «углеродный след» и подписать петицию «Заключить соглашение»;

б) Информационный центр Организации Объединенных Наций в Рио-де-Жанейро в партнерстве с компанией TIM — самым крупным в стране оператором мобильной связи — и сетью «MTV Brazil» развернул кампанию под названием «ONU Verde» («Зеленая ООН») в День Организации Объединенных Наций. Компания TIM направила в адрес свыше девяти миллионов своих самых молодых клиентов послание с вопросом «Что ты делаешь для того, чтобы проявить заботу об окружающей среде?». Сеть «MTV Brazil» распространяла главную идею этой кампании в ходе своих регулярных программ. Кампания достигнет своей кульминационной точки во Всемирный день окружающей среды — 5 июня 2010 года.

Информационные центры Организации Объединенных Наций с адресами в системах Facebook, Twitter и YouTube по состоянию на декабрь 2009 года

Facebook: Богота, Бухарест, Буэнос-Айрес, Варшава, Вашингтон, округ Колумбия, Вена, Дар-эс-Салам, Дели, Джакарта, Ла-Пас, Лима, Манила, Мехико и Токио

Twitter: Богота, Вена, Дар-эс-Салам, Дели, Джакарта, Мехико, Претория, Рио-де-Жанейро, Тегеран и Тунис

YouTube: Богота, Вашингтон, Катманду, Лима, Мехико и Рио-де-Жанейро

13. В 2009 году Департамент провел обзор веб-сайтов информационных центров Организации Объединенных Наций с целью выявить потенциальные области для улучшений. Обзор показал, что веб-сайты являются привлекательными, профессиональными и хорошо организованными, но в ряде случаев они отстают в плане своевременного обновления информационного наполнения веб-сайта, гарантий качества и яркой пропаганды вопросов и информационных кампаний Организации Объединенных Наций.

Диаграмма I

Мнения информационных центров Организации Объединенных Наций относительно наилучшего использования веб-ресурсов



Эти информационные центры Организации Объединенных Наций указали на веб-подготовку как на самый важный метод, с помощью которого Департамент общественной информации может оказывать им более действенную поддержку в этой области их деятельности.

Виды поддержки, в которой нуждаются информационные центры Организации Объединенных Наций

<i>Место</i>	<i>Необходимая поддержка</i>
1	Содействовать доступу к онлайн-обучению
2	Давать указания относительно подготовки материалов для веб-сайтов
3	Давать указания относительно использования новых информационных средств
4	Давать указания относительно разработки веб-страниц
5	Давать указания по вопросам безопасности веб-сайтов
6	Обеспечивать неформальные одноранговые сети контактов по вопросам, относящимся к веб-сайтам

^a На основе проведенного Департаментом общественной информации обследования, в рамках которого информационным центрам было предложено расставить по степени важности те виды поддержки, в которой они нуждаются со стороны Центральных учреждений и Службы информационных центров.

Обучение информационных сотрудников Организации Объединенных Наций

14. В сентябре 2009 года Департамент организовал в Информационном центре Организации Объединенных Наций в Мехико трехдневную учебную сессию по вопросам обеспечения коммуникации в кризисных ситуациях, в которой приняли участие 11 сотрудников информационных центров в Латинской Америке. С помощью видеосвязи с Центральными учреждениями была организована дискуссия по вопросам более тесного сотрудничества в подготовке радио- и видеоматериалов. После этой сессии среди всех информационных центров в регионе были распространены протокол передачи файлов (FTP) Радио Организации Объединенных Наций, общие указания и указания по подготовке сценариев для службы “UniFeed”, равно как и некоторые другие соответствующие документы.

15. Информационная служба Организации Объединенных Наций в Вене организовала 19 ноября 2009 года учебную сессию по новым информационным средствам. В ней приняли участие сотрудники информационных центров в Бухаресте, Варшаве, Москве и Праге.

Инструмент поддержки

16. Пересмотренное руководство для информационных центров Организации Объединенных Наций — рабочий инструмент, обеспечивающий информационные центры крайне важной информацией, подсказками и указаниями в отно-

шении их повседневной работы, — было обновлено и размещено в сети в феврале 2010 года. Руководство, которое начинается с общего обзора и исторической справки относительно информационных центров Организации Объединенных Наций, охватывает широкий круг вопросов — от приоритетов в области коммуникации, инструментов поддержания отношений со средствами массовой информации и ведения информационно-пропагандистской работы с общественностью, мониторинга СМИ, справочных библиотек, партнерских связей и расширения аудитории до административных процедур, отчетности и оценки, а также информационной технологии. Поддерживая руководство в качестве онлайн-справочного инструмента в отличие от типографской публикации, Департамент может связываться с другими источниками информации и обновлять его настолько часто, насколько это бывает необходимо по мере разработки новых указаний и введения в действие новой политики.

17. Департамент также разрабатывает систему управления информацией для центров — новый веб-инструмент для оказания коллегам в сети информационных центров Организации Объединенных Наций и в Центральных учреждениях содействия в сборе, анализе и сообщении программных и административных данных. Этот новый инструмент, общая цель которого заключается в повышении эффективности и упрочении целостности данных, направлен на модернизацию методов отчетности и сбора данных, которые сейчас применяются в информационных центрах Организации Объединенных Наций и в Центральных учреждениях. Он заменит многочисленные местные базы данных централизованным хранилищем данных, которое будет размещено в инфраструктуре главного сервера Организации Объединенных Наций в Нью-Йорке. Эта система также заменит формуляры, передаваемые по электронной почте и хранимые на местах на многочисленных автоматизированных рабочих станциях, стандартизированным и защищенным интерфейсом, имеющимся в любое время в распоряжении коллег на местах и в Центральных учреждениях для загрузки информации и получения к ней доступа. Ожидается, что система управления информацией для центров начнет работать в первом квартале 2010 года.

V. Постоянные проблемы

Физические условия и проблемы безопасности в информационных центрах Организации Объединенных Наций

18. Несколько информационных центров Организации Объединенных Наций выгадывают от размещения в предоставленных правительством в аренду бесплатно или на льготной основе помещениях, что компенсирует часть затрат на эксплуатацию этих учреждений. Однако ряд информационных центров сталкиваются с проблемой растущих расходов на эксплуатационное обслуживание и обеспечение безопасности, и некоторые из них вынуждены или, как ожидается, будут вынуждены перебазироваться, большей частью туда же, где размещаются страновые группы Организации Объединенных Наций. После двух переселений — оба раза по соображениям безопасности — информационные центры в Алжире и Исламабаде сейчас находятся в новых помещениях вместе с местной страновой группой Организации Объединенных Наций, а информационный центр в Джакарте активно занимается поисками новых помещений после того, как он был вынужден освободить предшествующее здание, которое считалось небезопасным вследствие оседания грунта и ущерба от землетрясения. Кроме

того, информационные центры в Лиме и Мехико находятся в процессе переезда в совместные помещения с членами страновой группы Организации Объединенных Наций.

19. Переезд в новые помещения — это дорогостоящий и отнимающий много времени процесс, нарушающий ход работы, однако часто он является единственным целесообразным вариантом. Для снижения затрат Департамент предпринимает шаги, такие как уменьшение общей физической площади некоторых информационных центров, тем самым понижая расходы на эксплуатационное обслуживание и коммунальные услуги и другие распределяемые расходы. Так, например, происходит в случае Регионального информационного центра Организации Объединенных Наций в Брюсселе, который поделится частью своих помещений с другим подразделением Организации Объединенных Наций, являющимся одним из членом страновой группы. По сути дела, с 1991 года почти половина всех информационных центров Организации Объединенных Наций делят помещения с членами местной страновой группы Организации Объединенных Наций.

20. Поддержание безопасности помещений информационных центров Организации Объединенных Наций остается крупной проблемой. Хотя бюджетные ассигнования на цели безопасности за последние два двухгодичных периода отставали от реальных и растущих потребностей, увеличение ассигнований в течение первого года двухгодичного периода 2010–2011 годов должно позволить Департаменту добиться того, чтобы все — кроме очень небольшого числа — информационные центры отвечали требованиям безопасности, если, конечно, не произойдет дальнейшего ухудшения обстановки в плане безопасности.

Удовлетворение потребностей в оборудовании

21. Современное и модернизированное оборудование крайне важно для эффективной коммуникационной работы. Одна из проблем, стоящих перед сетью информационных центров Организации Объединенных Наций, заключается в обновлении оборудования по автоматизации делопроизводства и обработке данных. Собранные в 2008 году инвентарные данные по 25 информационным центрам, расположенным в пяти регионах, показывают, что средний возраст настольных компьютеров, используемых в настоящее время, составляет восемь лет. Эти устаревающие компьютеры часто используются для выполнения легких задач в открытых для публики местах, таких как библиотеки и станции доступа к Интернету. Они не являются ни удобными для пользователя, ни энергоэффективными, и их техническое обслуживание может быть дорогим.

22. Для распространения посланий Организации Объединенных Наций среди более широкой аудитории и для использования современных коммуникационных инструментов, таких как новые носители информации и социальные сети, информационные центры Организации Объединенных Наций испытывают постоянную необходимость в обновлении ресурсов серверов. В настоящее время они полагаются на виртуальный веб-сервер, расположенный в Нью-Йорке, и на работающий уже пять лет аппаратный сервер, находящийся в Брюсселе, для обслуживания свыше 30 веб-сайтов и нескольких инициатив по проведению онлайн-коммуникационных кампаний.

Выводы

Департамент общественной информации привержен пропаганде работы Организации Объединенных Наций путем обеспечения своевременной, точной, беспристрастной, всеобъемлющей и последовательной информации среди самой широкой возможной аудитории по всему миру. Департамент общественной информации осуществляет свой мандат путем принятия стратегического подхода и путем налаживания прочных партнерских связей с организациями системы Организации Объединенных Наций через посредство Группы Организации Объединенных Наций по вопросам коммуникации. Определяя главные приоритетные области в начале каждого года и проводя регулярную оценку своих кампаний и услуг, Департамент способен осуществлять отлаженную и целевую стратегию по подготовке информационных материалов и ведению информационно-разъяснительной работы. Кроме того, Департамент существенно расширил использование новых коммуникационных инструментов, включая социальные сети. Как результат, его способность выходить на новые аудитории, включая учащихся и молодежь, значительно укрепились.

Информируя мир о работе Организации Объединенных Наций и мобилизуя мировое общественное мнение в поддержку перестроенного мирового органа, Департамент общественной информации все в большей степени опирается на свою сеть информационных центров Организации Объединенных Наций. Хорошая коммуникационная стратегия сама по себе имеет ограниченную ценность, если она не достигает той аудитории, для которой она предназначена. Сознывая эту проблему, Департамент принимает меры для дальнейшего укрепления информационных центров Организации Объединенных Наций и для их полного подключения к общей коммуникационной стратегии Департамента. Посредством перераспределения своих ресурсов, улучшения использования информационно-коммуникационных технологий, наращивания партнерских связей на местном и региональном уровнях и регулярного взаимодействия с Центральными учреждениями информационные центры Организации Объединенных Наций оснащены всем необходимым для достижения успеха.